

MEMORANDUM ELECTIONS LOCALES

2024

Le SNI défend les intérêts de tous les indépendants et chefs d'entreprise en Flandre, en Wallonie et à Bruxelles depuis plus de 50 ans.

Nous sommes là, à vos côtés, pour vous offrir un large éventail de services de qualité et nous nous distinguons très clairement des autres organisations d'indépendants.

SYNDICAT

Le SNI est la seule organisation qui se rend chez vous et recherche un contact personnel avec ses membres. Nous défendons les intérêts des entrepreneurs dans tous les secteurs. Nous nous battons chaque jour pour vos droits.

NEUTRE

Le SNI est indépendant sur le plan économique et politiquement neutre. Nous pouvons donc nous mettre autour de la table avec tous les partis politiques pour défendre vos intérêts. Nous sommes actifs par delà les frontières des régions. Nous plaçons pour que ce qui fonctionne bien dans une région, soit adapté dans les autres.

INDÉPENDANTS

Le SNI est le représentant de TOUS les indépendants. Que vous soyez en personne physique ou gérant d'une société, actif dans une profession libérale, dans l'agriculture, le commerce, la construction, l'horeca, les services, les soins aux personnes, l'industrie..., vous avez un contact direct et personnel avec un conseiller ou un expert. Nous répondons à toutes vos questions dans les plus brefs délais.



MEMORANDUM ELECTIONS LOCALES

2024

Introduction..... 4

Nos priorités pour les élections locales :

1. Une mobilité tenant compte
des besoins de l'entreprise..... 6
2. Une offre de sécurité renforcée..... 10
3. Une administration accompagnante
des entreprises..... 14
4. Le commerce..... 19

Bonnes pratiques permettant de dynamiser
l'économie locale et de soutenir les commerçants
et artisans..... 23

Introduction

Le SNI, Syndicat Neutre pour Indépendants, existe depuis 1967 et compte actuellement plus de 42.000 membres. Le SNI est une organisation interprofessionnelle qui représente et défend au quotidien l'ensemble des indépendants, professions libérales et PME de notre pays.

Convaincus que le développement et l'essor économique de la Belgique ne peut se faire que grâce au soutien des commerces indépendants et PME, nous émettons toute une série de propositions, essentiellement issues des nombreux contacts que nous entretenons avec nos membres.

Nous souhaitons avant tout que ceux qui osent entreprendre, que ceux qui prennent des risques économiques soient aussi soutenus et défendus. Oser vouloir créer son propre emploi ne doit plus être considéré comme un second choix, mais bien une priorité dans le développement économique régional. Création d'emploi, production de richesse, revitalisation urbaine, attractivité commerciale, industrielle et touristique ne sont que quelques-uns des bienfaits prodigués par les entrepreneurs au sein de la société civile.

Nous vous invitons toutes et tous à vous inspirer de nos remarques et propositions afin que les indépendants ne soient pas exclus des processus décisionnels et que leurs intérêts se retrouvent aussi dans vos choix politiques.

Il est primordial de noter que les quelque 1.264.000 indépendants et chefs de PME représentent pas moins de 15% du corps électoral belge. Ils sont donc évidemment une part importante de la population dont les revendications doivent être prises en compte.

Il est intéressant de constater que la constance de l'évolution à la hausse du nombre d'indépendants depuis de nombreuses années. Ainsi, si nous prenons les chiffres entre 2019 et 2023, ce nombre est passé de 1131407 à 1263888, soit une hausse de 11,71%.

Cette hausse est toutefois inégalement répartie. Si la hausse en Flandre est de 13,28%, en Wallonie et à Bruxelles, elles ne sont respectivement 'que' de 9,47% et de 8,20% respectivement.

Si l'on affine encore au niveau provincial, l'un des enjeux des prochaines élections et où certaines politiques économiques peuvent encore renforcer le dynamisme de la création d'entreprises, on peut remarquer quelques différences notables.

Ainsi, à l'intérieur même de la Wallonie, des différences substantielles se font : les provinces de Brabant Wallon et de Namur se distinguent par exemple par une croissance supérieure à la moyenne de la région. Il est intéressant de constater que le Brabant Wallon est aussi la province wallonne où le taux d'emploi est le plus important, atteignant quasiment les 80%, Namur étant à la troisième place, derrière le Luxembourg, où le taux d'emploi est boosté par les très nombreux travailleurs frontaliers.

Il y a donc une corrélation certaine entre évolution du nombre d'indépendants et taux d'emploi.

Evolution du nombre d'indépendants entre 2019 et 2023 par province

Province	Sexe	2019	2023	Evolution 2019-2023
Anvers	Homme	117.951	133.561	13,23%
	Femme	65.258	75.283	15,36%
	Total	183.209	208.844	13,99%
Brabant flamand	Homme	83.594	96.804	15,80%
	Femme	43.526	50.227	15,40%
	Total	127.120	147.031	15,66%
Flandre occidentale	Homme	91.764	100.527	9,55%
	Femme	53.031	58.736	10,76%
	Total	144.795	159.263	9,99%
Flandre orientale	Homme	103.792	117.053	12,78%
	Femme	56.706	64.860	14,38%
	Total	160.498	181.913	13,34%
Limbourg	Homme	56.362	63.737	13,09%
	Femme	31.425	36.013	14,60%
	Total	87.787	99.750	13,63%
Région bruxelloise	Homme	82.039	87.502	6,66%
	Femme	32.443	36.370	12,10%
	Total	114.482	123.872	8,20%
Brabant wallon	Homme	32.694	35.270	7,88%
	Femme	18.430	20.935	13,59%
	Total	51.124	56.205	9,94%
Hainaut	Homme	62.254	67.018	7,65%
	Femme	37.530	42.050	12,04%
	Total	99.784	109.068	9,30%
Liège	Homme	58.005	62.629	7,97%
	Femme	33.081	36.944	11,68%
	Total	91.086	99.573	9,32%
Luxembourg	Homme	14.833	15.589	5,10%
	Femme	8.504	9.328	9,69%
	Total	23.337	24.917	6,77%
Namur	Homme	30.265	32.901	8,71%
	Femme	17.920	20.551	14,68%
	Total	48.185	53.452	10,93%
Wallonie		313.516	343.215	9,47%
Flandre		703.409	796.801	13,28%
Bruxelles		114.482	123.872	8,20%
Total		1.131.407	1.263.888	11,71%

Nos priorités pour les élections locales : Une mobilité tenant compte des besoins de l'entreprise



➔ La voiture : premier moyen de locomotion, soutien à l'économie

La voiture reste de loin le premier outil de déplacement pour le citoyen. En effet, il constitue le premier moyen de transport utilisé par 81% de la population (et même 85% en Wallonie). La voiture reste par ailleurs un moyen de transport qui a des répercussions certaines sur notre économie. Plus de la moitié des motifs de déplacements se justifient en effet par des raisons économiques : aller travailler, faire ses courses, etc.

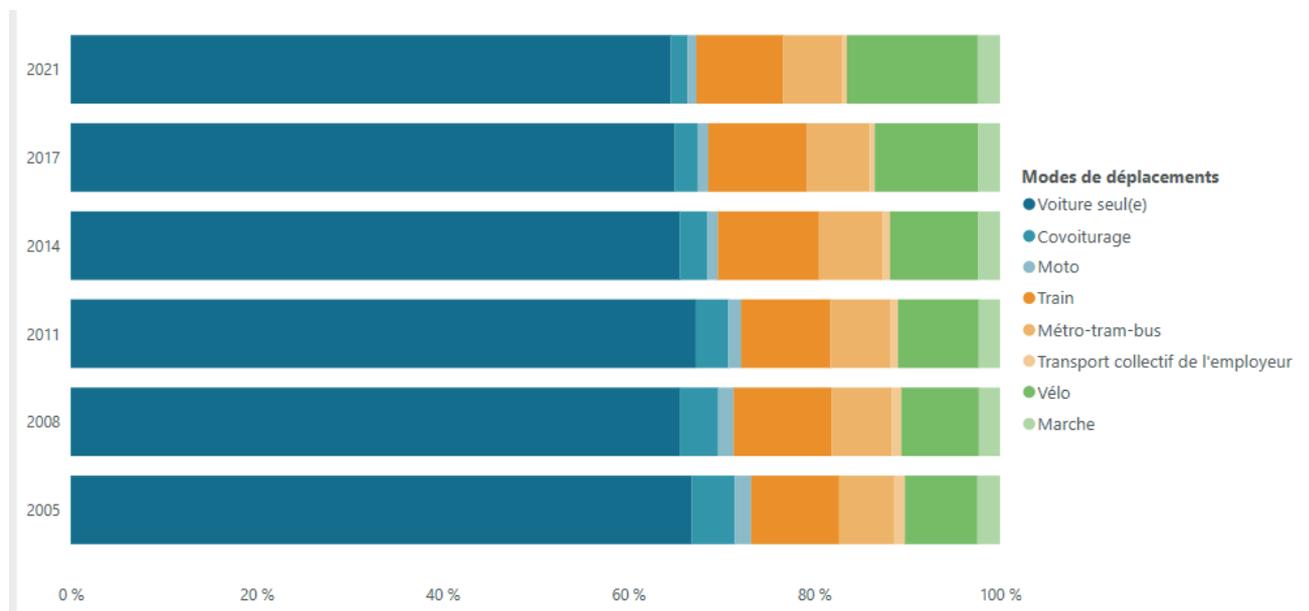
L'utilisation de la voiture (y compris en covoiturage) a toutefois légèrement diminué à l'échelle du pays et surtout à Bruxelles. Le nombre de mesures prises en faveur d'une meilleure mobilité est en constante et nette augmentation et cela dans les trois régions. Mais il ne faut pas oublier que la vague de Covid a généralisé le télétravail, ce qui a un impact conséquent sur la mobilité.

Des moyens alternatifs de locomotion se développent afin de limiter les effets négatifs liés à l'utilisation abusive de la voiture. Il s'agit d'une partie de solution qui est malheureusement bien trop lente à s'amorcer comme véritable alternative ! Certes, il est nécessaire qu'il y ait une bonne adéquation entre les différents modes de déplacements. Cependant, il faut tenir compte de la réalité objectivée.



Une ville accessible est une ville qui a davantage de chance de rayonner. Une mobilité incluant les voitures doit être pensée. Il faut créer plus de stationnements, qui seront suffisamment proches du centre, moins coûteux et clairement indiqués ! Le SNI partage cet avis et insiste également sur le fait que la piétonisation des centres-villes n'est pas toujours une bonne chose : il n'y a pas de modèle unique qui fonctionne. Pour implémenter ceci, il est préférable d'en discuter avec les commerçants et entrepreneurs locaux concernés. Aussi, rappelons que les conditions climatiques en Belgique ne sont pas forcément propices au développement de piétons.

Evolution des modes de déplacements entre 2005 et 2021

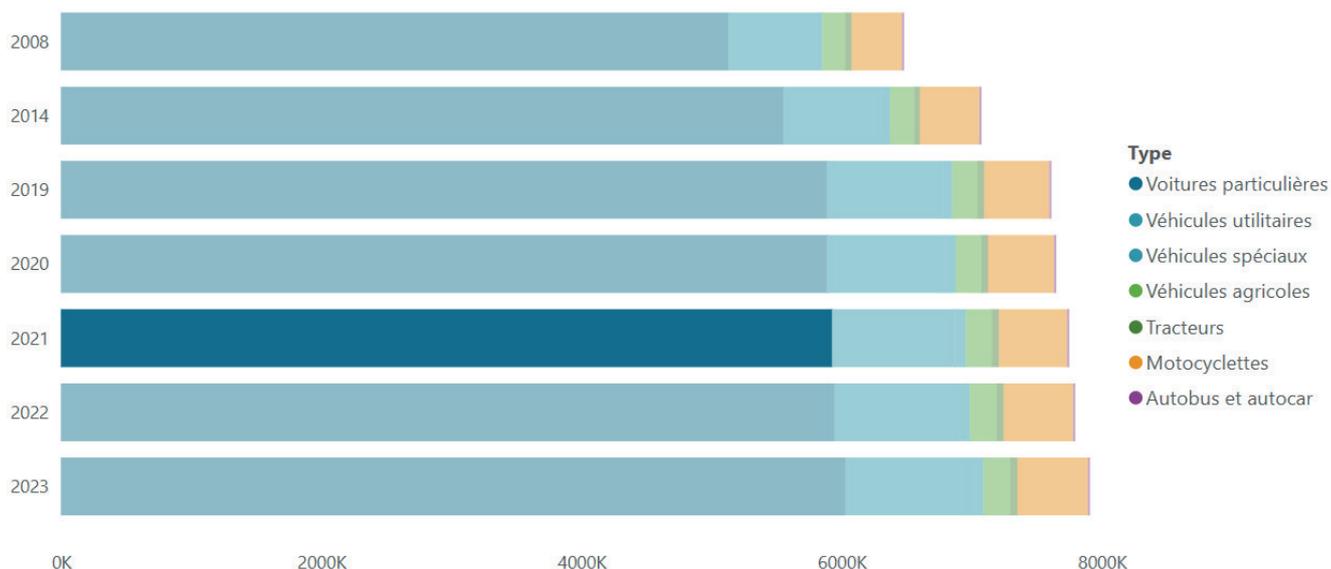


Si depuis 2005, la place de la voiture dans les déplacements entre le domicile et le travail a légèrement diminué, passant de 66,84% à 64,59%, essentiellement en faveur du vélo, ce n'est pas une répartition uniforme. Ainsi, en Wallonie, elle continue à augmenter pour atteindre quasiment 85%.

➔ Le stationnement

Un manque de stationnement considérable

Evolution du parc des véhicules à moteur



Comme nous pouvons le constater, il y a une évolution croissante du nombre de véhicules. L'offre de stationnement devrait en principe suivre le même chemin. Cependant, ça ne semble pas toujours être le cas. La réduction du nombre de place de parkings semble en effet être plutôt la tendance.

La gestion des parkings est d'une importance particulière pour la mobilité des travailleurs. Depuis 2014, le nombre de places de stationnements a considérablement chuté : il reste équivalent à 50% du nombre total de travailleurs. Ici encore, le chiffre national cache des réalités différentes. Il y a en Flandre et en Wallonie 55 places pour 100 travailleurs, mais seulement 29 places pour 100 travailleurs à Bruxelles. Si la SNCB propose des stationnements à proximité de ses gares, les tarifs demandés aux navetteurs pour se garer ont un effet repoussoir. Cela ne va pas dans le bon sens et cela compromet également l'alternative des transports en commun.

Places/Voitures	2014	2022
Belgique	0,74	0,46
Bruxelles	0,75	0,26
Flandre	0,79	0,50
Wallonie	0,66	0,53

Les recommandations du SNI



- Vu la croissance constante du nombre d'automobiles, veiller à une croissance raisonnable des parkings et lieux de stationnements. S'opposer à la voiture n'est pas réaliste.
- Continuer à renforcer les modes alternatifs de locomotion mais dans une logique cohérente et globale. Il faut ainsi par exemple une offre suffisante de parkings à bas prix voire gratuits aux abords des gares.
- Développer et augmenter les zones bleues pour le stationnement en centre-ville pour valoriser une image « consumer-friendly ».
- Tickets modérateurs pour les parkings payants.
- Développer davantage les parkings « achat-minute ». Les clients peuvent y stationner gratuitement durant une demi-heure et réaliser leurs achats.
- Créer des parkings gratuits en périphérie ou excentrés des artères principales.
- Rendre les communes « Smart cities », utiliser les applications « smartphone » pour obtenir des minutes gratuites.
- Renforcer les navettes gratuites continues aux abords des villes et traversant les artères commerciales.
- Négocier des accords avec les administrations et institutions locales pour bénéficier de leurs parkings durant le week-end.
- Éviter la piétonnisation systématique : aucun modèle unique ne fonctionne.



2

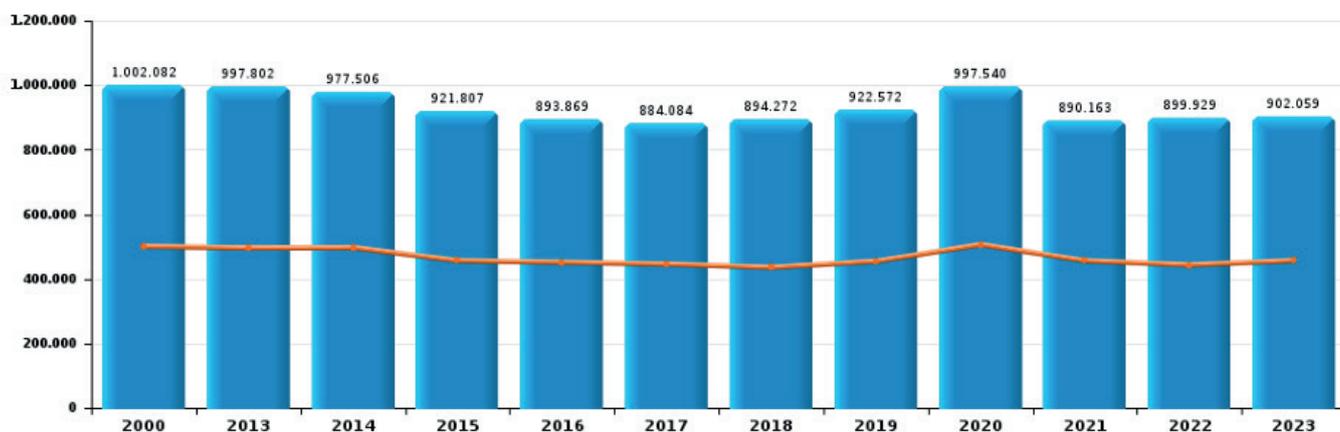
Nos priorités pour les élections locales : Une offre de sécurité renforcée



➔ Sécurité et insécurité

Le commerce et par extension l'activité économique ne peut se développer que dans un environnement calme et serein. Il est donc important de pouvoir vivre et travailler dans une commune où chacun se sent en sécurité. Il est bon de rappeler que la sécurité est l'une des prérogatives des bourgmestres via les zones de police.

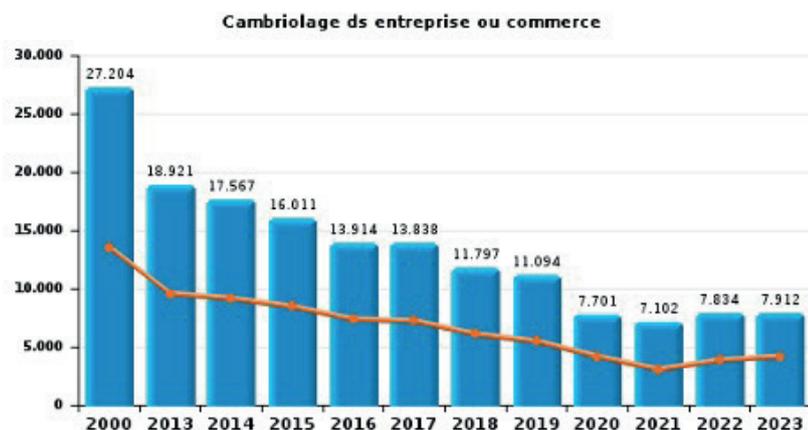
Criminalité enregistrée au niveau national



De manière générale, selon une enquête réalisée par la Police Fédérale, le nombre de délits s'est stabilisé au cours de ces dernières années et a diminué de 10% depuis le début du siècle.

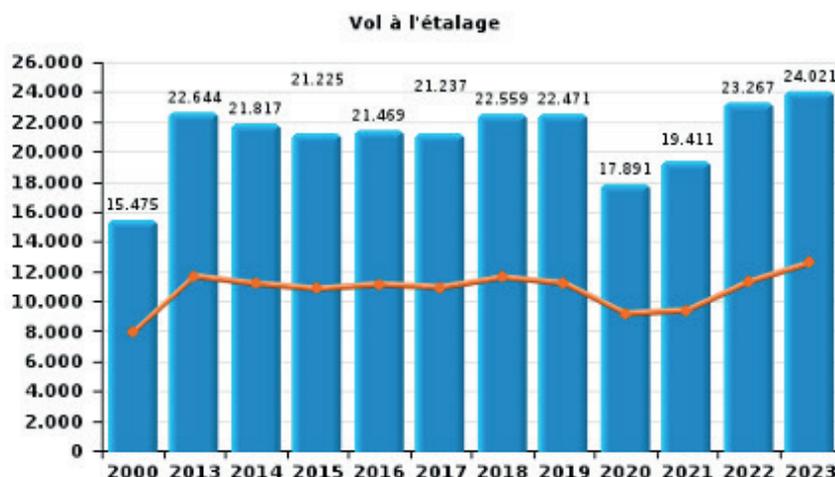
➔ Au niveau des commerces

Le rapport de la Police Fédérale révèle également qu'il y a une baisse significative des cambriolages au sein des entreprises et des commerces. Ainsi, depuis 2000, ce chiffre a quasiment été divisé par 4 et sur ces dernières années, il a été réduit de presque 30%.



**Baisse
significative des
cambriolages au
sein des
entreprises et
des commerces ...**

**... mais le nombre
de vols à l'étalage
est lui reparti
à la hausse
depuis le Covid.**



Toutefois, il n'y a pas de raison de se réjouir puisque le nombre de vols à l'étalage est reparti à la hausse depuis le covid et a même atteint un record en 2023. Chaque année, les pertes financières pour les commerces sont estimées à plus d'1 milliard d'euros. Au-delà de ce constat économique, il existe également un sentiment d'impuissance et d'impunité, les plaintes ne faisant quasi jamais l'objet d'un suivi suffisant et encore moins d'une condamnation. Nous continuons d'ailleurs à réclamer au niveau fédéral l'application de la perception directe et l'indemnisation du commerçant. Cela ne pourra cependant n'être totalement efficace qu'en coordination avec les polices locales.

➔ Un sentiment d'insécurité toujours présent



Malgré ces chiffres constatant une stagnation globale de la criminalité, le sentiment d'insécurité est toujours présent : il est de plus en plus important dans les grandes villes mais également dans les plus petites localités.

Le SNI a mené une enquête auprès de ses membres sur l'impact sur les activités professionnelles des indépendants et des PME de l'insécurité liée notamment aux faits de drogues, un thème récurrent de l'actualité récente. Si une majorité des répondants (61%) n'a jamais été professionnellement confrontée avec des désagréments liés à la drogue, parmi les autres, 25% y sont confrontés une fois par mois et 20% plusieurs fois par semaine. Il est également évidemment que le phénomène ne touche pas l'ensemble du territoire de la même manière mais ce qui était auparavant circonscrit aux grandes villes, touche aujourd'hui des villes de taille moyenne. C'est inquiétant d'autant que, parmi ceux qui ont déjà été confrontés à cette problématique, 2/3 indiquent voir un phénomène en hausse.

Et les conséquences ? Les indépendants et PME interrogés citent prioritairement la mauvaise image sur l'environnement de l'activité professionnelle (26%) et les menaces/violences verbales sur leur personne et/ou sur leurs clients/patients (22%). Cela entraîne évidemment des pertes de revenus. Des clients ou des patients ne viennent plus parce qu'ils ne sentent plus en sécurité. Heureusement, les vols restent un peu plus limités (13%) et la violence physique encore peu présente. Ceci explique également partiellement la perte d'attractivité des centres-villes.

Les recommandations du SNI



- Prendre le pouls régulièrement des indépendants sur la sécurité dans leurs milieux professionnels. En complément d'enquêtes régulières, élaborer une plateforme permanente locale. En échangeant des informations entre les élus communaux, la police et les associations de commerçants à travers un réseau virtuel qui objective la situation et informe des actions menées.
- Renforcer la prévention envers les indépendants en communiquant sous différentes formes (via le net, séances d'informations,...)
- Sensibiliser encore davantage les agents de quartier et les agents de proximité et de prévention aux problèmes rencontrés par les commerçants et les entreprises.
- Rendre les lieux publics plus sécurisés, c'est-à-dire : assurer la propreté des lieux publics et l'entretien des espaces verts, assurer un éclairage adéquat, arranger la signalisation, la surveillance (contrôle, patrouilles policière) et l'entretien des surfaces du centre-ville.
- Promouvoir les sanctions et amendes transactionnelles (S.A.C.) aussi pour les vols à l'étalage en collaboration avec le niveau fédéral.
- Mettre en place une assistance psychologique pour les victimes d'agressions et de vols dans les commerces et autres lieux économiques. Lutter contre la solitude et la détresse des victimes.
- Combattre systématiquement et de manière exemplaire les incivilités.
- Ne pas oublier de prendre en compte aussi les entreprises qui font régulièrement l'objet de vol et dégradations dans les zonings et autres quartiers économiques.



B Nos priorités pour les élections locales : Une administration accompagnante des entreprises

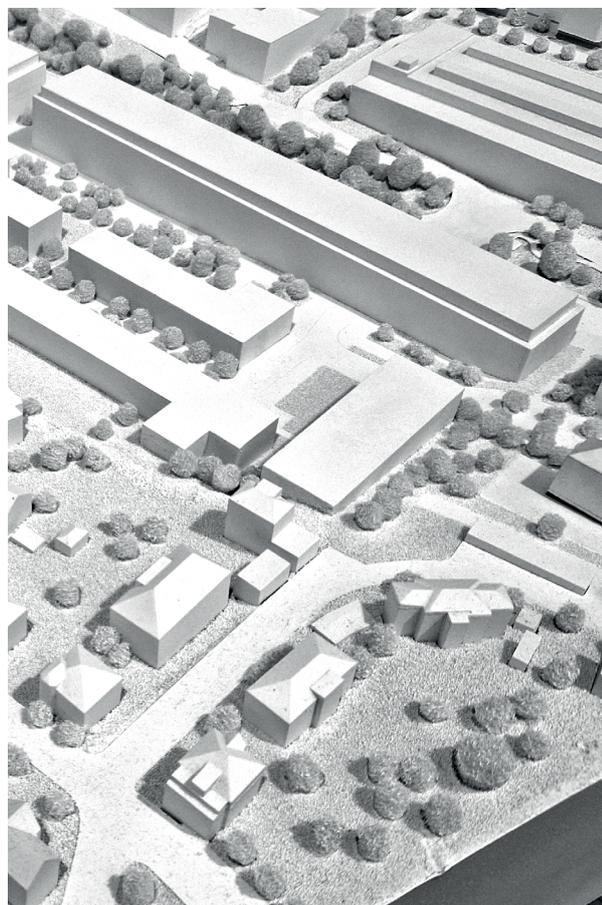
Selon une enquête du SNI auprès des travailleurs indépendants et PME, 75% d'entre eux estiment que les pouvoirs locaux ne mènent pas une politique qui encourage l'entrepreneuriat. Les élus locaux, et l'institution qu'ils représentent, doivent accompagner les personnes qui osent entreprendre !

Les élus locaux doivent également encourager la prise de risque car cette dernière a automatiquement des retombées positives pour toute la collectivité. Aujourd'hui, l'acte d'entreprendre est trop souvent sanctionné par des règles administratives et juridiques ainsi que des taxations défavorables, freinant l'envie de se développer. Le SNI rappelle que l'entrepreneur n'a pas de salaire, sa rémunération dépend des résultats de son entreprise. Les élus locaux, comme de tous autres niveaux de pouvoir, doivent concevoir la fiscalité comme étant un levier de développement, la rendre vertueuse et intelligente

➔ Du point de vue de l'aménagement du territoire

La commune veillera à mettre suffisamment d'espaces à disposition pour nos entrepreneurs dans son plan de développement tant dans les villes qu'en dehors de celles-ci, tout en tenant compte du type d'activité et de ses nuisances éventuelles. Attention, le SNI rappelle que consacrer des terrains et espaces aux activités économiques n'est pas similaire à convertir des zonings économiques en zonings commerciaux de vente au détail qui, quant à eux, déstructurent le tissu commercial existant et ne créent pas de richesses supplémentaires !

Il faut par ailleurs veiller à accélérer la mise à disposition de terrains aux entreprises en évitant des procédures longues et fastidieuses. Nous suggérons de mettre tout en œuvre pour favoriser l'intégration économique sous toutes ses formes dans les centres urbains. Cela permet d'animer les cœurs des villes et d'éviter la désaffectation. Il ne faut pas que l'habitat supplante la production mais plutôt promouvoir des zones commerçantes et en admettre d'autres avec peu de commerces et plus d'habitants.



➔ Une administration accueillante qui soutient les entrepreneurs



L'accueil et le soutien au développement économique à travers l'accueil et le soutien aux entreprises doivent être systématisés et être un paramètre présent dans tout plan de développement local. La commune et ses représentants sont également là pour informer les éventuels investisseurs. Pour ce faire, il est utile d'avoir un site internet à jour afin que ces derniers puissent facilement et mieux connaître l'endroit où ils envisagent éventuellement d'investir.

Ceci est bien connu de tous : développement touristique rime avec développement économique. Une immense majorité des visiteurs passent par les moteurs de recherche avant de visiter. Il est donc nécessaire que les villes soutiennent le développement d'une véritable culture digitale : les informations doivent être accessibles et disponibles « en un clic ».

La commune doit être au côté de l'entreprise depuis son lancement jusqu'à son développement et sa croissance. La commune doit être le premier lieu où l'entrepreneur peut trouver toutes les informations utiles pour créer et exercer son activité économique de l'implantation à l'octroi des permis et autorisations. Vu les complexités administratives multiples, la commune favorisera un accompagnement individualisé du projet par un agent communal.

Il est important de promouvoir et collaborer avec les organisations existantes ayant pour objectif le développement de leur territoire. Ces organismes ont pour mission principale de renforcer l'attractivité des villes. Il s'agit par exemple :

- Des cellules « gestion centre-ville » ;
- Des associations de commerçants, présentes sur l'ensemble du territoire wallon et ayant pour mission de défendre les intérêts communs de leurs membres. Les représentants de ces dernières tentent de (re)dynamiser le cœur des villes ;
- Des Agences de Développement Local qui développent l'emploi et l'économie au niveau local ;
- Des centres d'entreprises, de coworking, d'intercommunales de développement, d'agences économiques, de SAACE (structures d'accompagnement à l'autocréation d'emploi),....
- A l'instar de ce qui a été mis en place par l'Agence pour la simplification administrative, les communes s'engagent à se doter d'outils de mise en relation afin de faciliter les procédures dans les domaines qui relèvent de leurs compétences (taxes locales, occupation de l'espace public, mise à disposition de matériel communal, dérogation et/ou autorisation événementielles impliquant différents services ou autres). Prenons un exemple très concret : un évènement assez important aura lieu sur la Grand-Place de votre ville dans quelques semaines. Les commerçants auront alors besoin de votre accord pour étendre leur terrasse. L'idéal est d'avoir un formulaire en ligne unique et identique pour l'ensemble des commerçants. De plus, si cet évènement se répète d'année en année, offrir la possibilité aux commerçants qui ont déjà fait cette demande l'année précédente de simplement la reconfrmer.

Ne jamais oublier que la complexité administrative a un coût pour tous et particulièrement pour l'entrepreneur. On estime qu'un entrepreneur consacre en moyenne 20 % de son temps aux aspects administratifs de son activité... autant de temps qu'il ne consacre pas à la développer !

- Les marchés publics constituent des opportunités de développement d'affaires locaux. La commune doit communiquer vers les entreprises et PME locales à propos de l'existence des marchés publics. Il faut simplifier les dispositifs et les procédures à respecter (par exemple : cahiers des charges standards). Enfin, les délais de paiements doivent être raisonnables pour les entreprises locales.
- Les entrepreneurs doivent être davantage entendus et impliqués et ce, dans de nombreux domaines : contenu des formations destinées aux personnes qui veulent s'impliquer dans un domaine où la main d'œuvre est insuffisante, implication des entrepreneurs dans l'organisation d'événements locaux, consultation des indépendants... Ces derniers doivent être systématiquement consultés. Il faut communiquer avec ceux qui osent entreprendre et les écouter !
- Les commerçants et entrepreneurs locaux contribuent largement à l'économie de la commune. Le SNI rappelle que dans certaines entités, entre 20 et 25% des recettes communales proviennent des taxes locales sur les entreprises : les efforts et la contribution de ces indépendants sont déjà très importants et largement suffisants.

Pas de taxes communales supplémentaires

Elles nuisent au développement économique d'une région. Respect du principe de paix fiscale ! **Toutes ces taxes doivent par ailleurs être mises automatiquement en veille quand un événement, hors de la volonté de l'entrepreneur, interrompt l'activité.** Le SNI renvoie ainsi à l'exemple de la class action qu'il avait intentée et gagnée face à Unisono.

Si le SNI comprend que pour beaucoup de communes, les revenus provenant des taxes imposées aux entreprises constituent une bouée financière, la fiscalité communale (et provinciale) doit être d'abord et avant tout un levier permettant le soutien au développement. La fiscalité également locale doit redevenir « intelligente »

Parmi les leviers disponibles, nombreux sont du ressort communal :

- Taxes sur les enseignes, publicités assimilées et les cordons lumineux
- Taxes immondices.
- Taxes additionnelles (précompte immobilier et impôt des personnes physiques)
- Taxes sur les établissements occupant du personnel de bar
- Taxes sur la distribution gratuite, à domicile, d'écrits et d'échantillons non adressés qu'ils soient publicitaires ou émanant de la presse régionale gratuite
- Redevance : occupation du domaine public à des fins commerciales par des terrasses et des étals de marchandises.
- Taxes sur la force motrice
- ...

Il ne peut par ailleurs ne pas avoir de double imposition, notamment sur la taxe immondices, entre le domicile privé de l'indépendant et le siège social de son entreprise.



Les recommandations du SNI



- **Refuser toute nouvelle taxe communale** à charge du secteur économique.
- Au contraire, **favoriser les abattements fiscaux**.
- Consacrer de l'espace aux **zones économiques**, sans pour autant sacrifier les activités de centres-villes.
- Faciliter la mise en place de nouvelles activités **via des simplifications administratives et des procédures accélérées**.
- Mettre en place des **outils d'attraction et d'accompagnement** des investisseurs privés sur le terrain communal.
- Nécessité absolue d'une **coopération totale** avec l'ensemble des acteurs du secteur économique, qu'ils soient privés, publics ou parastataux.
- **Consulter systématiquement les indépendants entrepreneurs** et commerçants dans le cadre du développement des villes.
- **Pas de concurrence déloyale** entre les acteurs publics et acteurs privés. La commune doit soutenir le privé.
- Informer les entrepreneurs de l'**existence des marchés publics** et faire en sorte que les **procédures soient simplifiées**.
- Les communes doivent développer une **image forte** et se doter d'une **identité propre** pour être attractives.

4

Nos priorités pour les élections locales Le commerce

➔ Un contexte alarmant

Le SNI rappelle depuis des années que la situation du commerce et particulièrement du commerce indépendant est très compliquée car son environnement concurrentiel a fortement évolué et par conséquent le comportement du client consommateur a lui aussi majoritairement changé. Le constat à travers nos différents sondages confirme que plus de 95% des commerçants interrogés tant au Nord qu'au Sud du pays considèrent la santé des commerces en général comme menacée voire en péril.

Bien qu'il existe encore une différence notable entre la santé économique des commerces flamands et francophones. Près de 60% des commerces francophones estiment que leur situation comme critique. Côté flamand, ce n'est pas moins de 40% qui se sentent également en difficulté et ne voient guère d'éclaircies pour l'avenir.

Par rapport à juillet 23, le volume des ventes réalisées dans le commerce de détail a connu une baisse globale de 2,4% avec des pointes jusqu'à 7,3% pour le commerce de détail non spécialisé.

Néanmoins, les commerçants indépendants gardent espoir sur le devenir et l'avenir du commerce.

Une modification de l'environnement commercial

Depuis quelques décennies, le commerce indépendant a dû lutter et se maintenir face à la concurrence des centres commerciaux périphériques. Les chiffres le démontrent aisément.

«On ne dénombre pas moins de 7.000.000 m² pour 35.000 points de vente en Wallonie. Sur le point de l'aménagement du territoire, les Centres villes concentrent la majorité des points de vente (60%) mais qu'ils ne représentent que 25% de la superficie totale. La majorité des surfaces commerciales se retrouvent dans les centres commerciaux de périphérie». (Source Segefa). Néanmoins, le nouveau SDT de la Wallonie intègre pour l'avenir le concept de centralité invitant les projets commerciaux dans les sites existants et les mieux équipés. Cet objectif poursuit l'évitement d'une dispersion de nouvelles cellules sur le territoire. Ce qui est une bonne chose.



S'est ajouté à cela aujourd'hui une augmentation de part de marché du commerce en ligne. Le client s'est aujourd'hui familiarisé et adopté l'achat en ligne. Par ailleurs, le consommateur dans une période de prudence en termes de pouvoir d'achat, dépense autrement. En effet, le consommateur aujourd'hui est volatile et infidèle, il achète sous toutes les formes et auprès de tous types de commerces. Une partie de son pouvoir d'achat est aussi consacré à d'autres dépenses comme les abonnements internet multimédia, dans les smartphones, dans les city-trips..., autant d'offres qui n'existaient pas ou pas à ce point il y a encore 10 ou 20 ans.

Sur le plan des menaces les plus importantes pesant sur leurs activités, les commerçants considèrent comme prioritaires et à parts égales :

- La concurrence des grands centres commerciaux en périphérie
- Le coût social et fiscal (impôts et taxes compris) grevant leur activité
- Le développement de l'E-Commerce et du commerce en ligne.

Enfin, quand on les interroge sur leurs relations et la communication avec les pouvoirs locaux, le résultat est mitigé car plus de 60% estiment ne pas être suffisamment entendus et écoutés.

Quelles réponses pour sauver nos coeurs de ville commerçants ?

La densité commerciale et sa diversité

Conscients qu'exercer une activité commerciale en centre-ville n'est pas la même chose que de l'exercer en dehors des villes, plus de la moitié des commerçants considèrent leur quartier comme pas suffisamment attractif commercialement pour relancer la consommation. On parle ici de mixité commerciale et de diversité d'offres qui permettent d'attirer le chaland. C'est aujourd'hui la 1ère priorité, loin devant la propreté, la sécurité ou encore le stationnement.

Pour ce faire, il faut lutter activement contre ces 20% de cellules vides récurrentes en Wallonie en 2023 (Source AMCV).

Les commerces de centre-ville ne sont forts que nombreux, divers et rassemblés !

Par ailleurs, les paramètres classiques d'attractivité que sont la mobilité, la propreté, la sécurité et le stationnement doivent impérativement être prise en compte par nos élus communaux tout le long de leur politique.

La propreté est un paramètre essentiel dans tout centre commercial, elle doit donc également être prise en compte dans nos artères commerciales publiques. La perception de propreté environnante renforce aussi la perception de sécurité. L'un ne va pas sans l'autre.



Renforcer l'identité des villes et communes

Le commerce est une fonction parmi d'autres dans les villes, il faut impérativement identifier les caractéristiques fortes d'une commune et les allier pour communiquer sur une identité différenciante. Le tourisme, le patrimoine, le folklore sont autant de dimensions qu'il faut mixer avec le commerce. (cf. action jooks procommerce dans les bonnes pratiques).

Une grande majorité de tout petits

Le commerce de détail indépendant, c'est d'abord et surtout une toute grande majorité de petites entreprises. 75% des entreprises dans le commerce de détail sont des petites entreprises qui n'ont pas de poids individuel face à un promoteur immobilier et commercial.

Un secteur pourvoyeur d'emplois et ouvert aux travailleurs peu qualifiés

Le secteur du commerce est pourvoyeur d'emplois peu qualifiés, ce qui permet aux jeunes sans qualifications précises d'accéder néanmoins au marché du travail.

Le secteur du commerce est pourvoyeur d'emplois peu qualifiés

L'évolution de l'emploi du secteur du commerce est loin d'être anodine, même si la balance globale reste positive. Ce phénomène évident de salarisation montre un choix de société qui balaie les plus petits, les plus diversifiés, les plus identifiés pour laisser la place à la banalisation d'une offre identique partout. On ne crée pas de réels emplois, on en détruit certains pour les remplacer par d'autres en y sacrifiant richesse, diversité et proximité.

Il ne s'agit pas d'un phénomène naturel mais bien d'un choix de société qui laisse libre cours à la surenchère de nouveaux m2 de surfaces commerciales autorisés.

Et les seniors, quant à eux, représentent aujourd'hui la moitié des consommateurs. Ce constat est d'autant plus édifiant que les générations avançant, l'espérance de vie s'accroît (en 2030, elle sera de 82 ans pour les hommes et 87 ans pour les femmes). Ce phénomène rendra alors indispensable le soutien public vis-à-vis de l'impérieuse nécessité de la présence de commerces de proximité qui seront au cœur des enjeux d'une certaine autonomie de vie.

Travaux publics

L'indemnisation des commerçants lors de périodes de travaux publics a vu le jour un peu avant les précédentes élections communales et a depuis lors été renforcé. Le SNI estime qu'il s'agit d'une excellente idée et rappelle aux communes qu'elles doivent fonctionner en parfaite synergie avec les prestataires de services. Il nous paraît évident que les durées des travaux doivent être aussi courtes que possible et que lors des périodes de travaux, les taxes communales supportées par les entrepreneurs locaux doivent être suspendues et les commerçants doivent être associés en amont des lancements de chantiers.

75% des entreprises dans le commerce de détail sont des petites entreprises qui n'ont pas de poids individuel face à un promoteur immobilier et commercial.

Les recommandations du SNI



Fixer des priorités politiques pour sauvegarder les centres-villes

- Identifier certaines zones en déclin et en faire des zones franches commerciales avec règles et taxations adaptées à la situation (ex : le revenu cadastral et le précompte immobilier différenciés en fonction de la localisation du bien immobilier, les taxes locales, les législations sur l'emploi, ...)
- Plafonner les taxes sur les commerces et inciter à investir plutôt qu'à subir.
- Contrecarrer la spéculation dans les artères commerciales principales des centres-villes qui maintiennent artificiellement des loyers supérieurs à la valeur commerciale des locaux.

Accompagner, soutenir et protéger le commerce de détail indépendant

- Favoriser fiscalement les initiatives publiques et privées soutenant l'achat dans le commerce de proximité. Ex : les chèques commerces.
- Favoriser l'installation de couveuses d'entreprises, y accueillir les jeunes commerçants avec concepts innovants.
- Valoriser et répandre les nouveaux concepts commerciaux.
- Développer des fonds d'impulsion pour redensifier la mixité commerciale des cœurs urbains et aider les commerces indépendants à se lancer dans les artères fréquentées.
- Associer le commerce dans la préparation des chantiers des travaux publics sur voie publique en centre-ville avec les autres parties (commune et entrepreneur).
- Suppression des taxes « commerçantes » pour les commerces touchés durant la durée des travaux.
- Dans les communes qui en disposent, inclusion dans la CCATM d'un représentant des associations de commerçants.



➔ Bonnes pratiques permettant de dynamiser l'économie locale et de soutenir les commerçants et artisans

Parking/Stationnement Gratuit

Offrir un stationnement gratuit est essentiel pour attirer des visiteurs dans les centres-villes. À **Waterloo**, par exemple, les 15 000 places de parking gratuites contribuent à soutenir un commerce local dynamique. Début 2023, après 30 ans de gestion par un groupe privé, la Ville de **La Louvière** a repris la main sur la politique de stationnement : les horodateurs disparaissent des rues et le parking est gratuit partout en surface pour une durée maximale de 2 heures.



Couveuse commerciale

Ce concept, initié à **Charleroi**, permet aux futurs commerçants de tester leur projet dans un espace commercial clé en main, avec un loyer réduit pendant six mois. En plus d'un accompagnement personnalisé, cette initiative vise à revitaliser des zones spécifiques en favorisant l'émergence de commerces de qualité ou innovants. **Verviers** a également lancé une maternité commerciale, mettant l'accent sur les startups technologiques et les initiatives écoresponsables dans le cadre de son programme de redynamisation urbaine.



Artisanat certifié

Une sympathique initiative en vue de soutenir les artisans locaux mérite d'être mise en avant : «Waterloo, Terre d'Artisans Certifiés». Développée en partenariat avec le SNI pour promouvoir et valoriser le savoir-faire local, cette action permet aux artisans locaux certifiés de bénéficier d'une visibilité accrue, d'un soutien financier de la part de la ville et d'actions promotionnelles. Cette initiative vise à renforcer l'identité artisanale de Waterloo tout en soutenant l'authenticité et la qualité des produits locaux.



Fonds d'Impulsion

La Ville de **Mons** soutient les nouveaux commerces par le biais de son Fonds d'Impulsion, qui offre des primes pour le loyer ou l'achat de locaux ainsi qu'une prime à l'installation. Ce mécanisme financier est conçu pour renforcer le commerce de proximité, attirer et stabiliser des projets commerciaux prometteurs, tout en favorisant l'expansion de l'économie locale. Un dispositif similaire existe à **Wavre** : le Fonds de Développement Commercial. L'objectif est clair : diminuer le nombre de cellules vides !



Finances et taxes locales

A **Braine-l'Alleud**, il n'y a aucune taxation de quelque sorte sur les terrasses, les débits de boisson, les surfaces commerciales, les parkings ou encore le séjour. Une exonération de la taxe force motrice est prévue à partir d'un mois d'inactivité (une réduction fiscale au prorata est possible). Notons que lors de la crise sanitaire, période très difficile pour les indépendants, des mécanismes complémentaires à ceux cités précédemment et permettant de soutenir financièrement les indépendants locaux furent rapidement développés.

ProCommerce : Valoriser et professionnaliser les associations de commerçants

ProCommerce est le premier réseau dédié à la professionnalisation des associations de commerçants en Wallonie. Travaillant étroitement avec une quarantaine d'associations, l'équipe accompagne ces acteurs locaux dans divers projets, tels que les Virtual Shopping Days ou encore la Charte du commerce. Ces initiatives visent non seulement à dynamiser le commerce local, mais aussi à favoriser un environnement commercial plus propre, sécurisé et cohérent. En tant que bras armé du SNI, ProCommerce met en commun les bonnes pratiques et encourage la collaboration entre associations pour un impact maximal. l'expansion de l'économie locale. Un dispositif similaire existe à **Wavre** : le Fonds de Développement Commercial. L'objectif est clair : diminuer le nombre de cellules vides !





Les Virtual Shopping Days : promouvoir le commerce local à l'ère numérique

Dans un contexte marqué par des crises successives, les Virtual Shopping Days sont devenus une initiative phare pour soutenir le commerce local. Cet événement digital, qui incite les consommateurs à acheter en ligne auprès des commerces de proximité, a rassemblé plus de 1300 commerçants lors de sa troisième édition en novembre 2023. Grâce à une chasse aux trésors virtuelle et à une communication active sur les réseaux sociaux, l'opération a réussi à sensibiliser les consommateurs à l'importance de soutenir les commerces locaux tout en explorant les possibilités offertes par le numérique. L'objectif est clair : diminuer le nombre de cellules vides !

Des partenariats solides pour un commerce durable

ProCommerce s'appuie sur des partenariats solides avec les associations de commerçants pour mener à bien ses missions. Que ce soit lors de réunions, d'assemblées générales ou d'événements de lancement, l'équipe est régulièrement sur le terrain pour échanger et collaborer avec les acteurs locaux. À Braine-l'Alleud, par exemple, sous la direction de Nadine Colla, les actions menées pour dynamiser le commerce local illustrent parfaitement l'efficacité du réseau ProCommerce.

Des parcours touristiques pour découvrir les commerces locaux

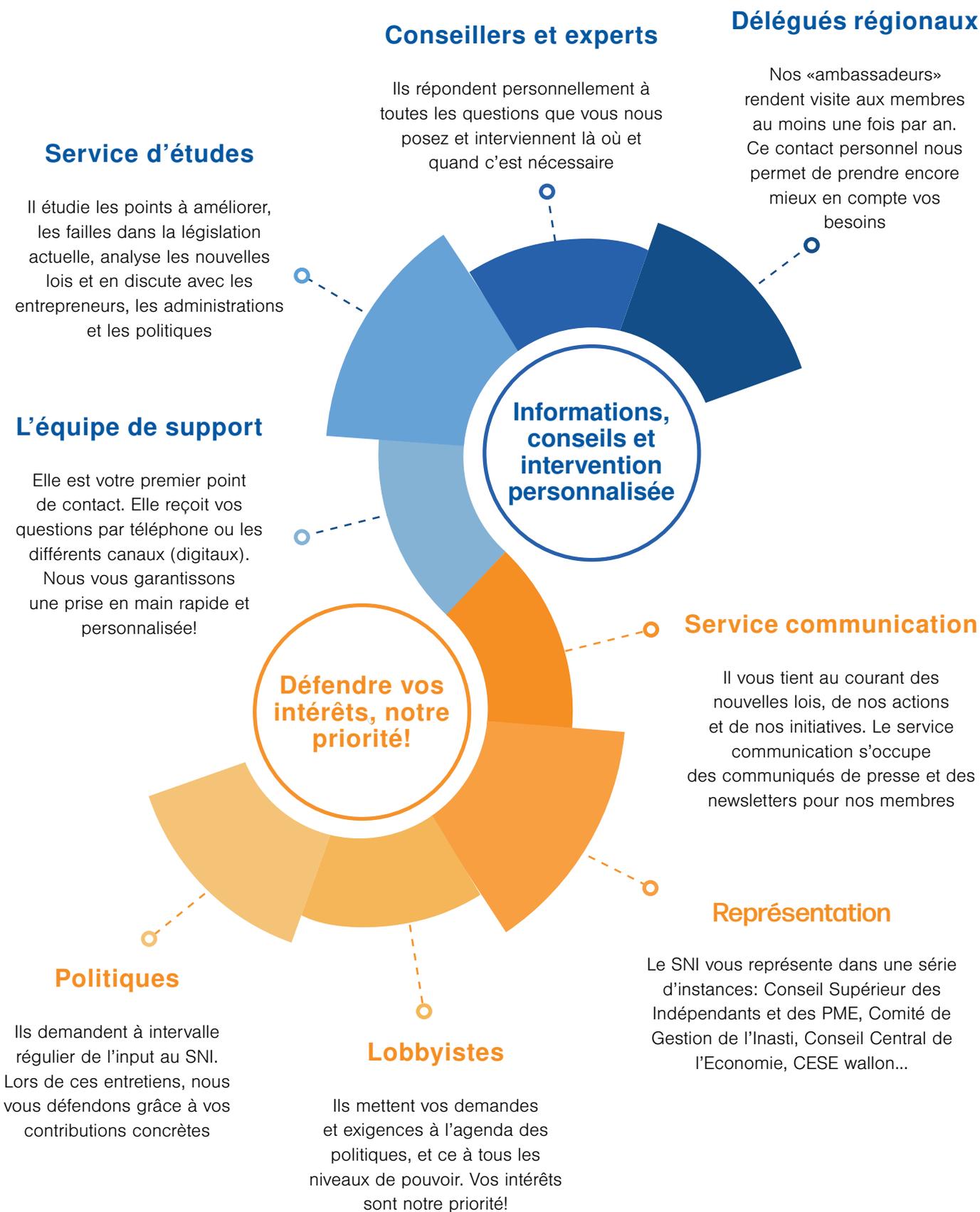
ProCommerce innove également en créant des parcours touristiques mêlant découverte culturelle et commerce local, en collaboration avec l'application Jooks. Ces parcours, déployés dans 18 villes wallonnes, permettent aux visiteurs de découvrir les richesses locales tout en mettant en avant les commerces participants. C'est une autre manière de soutenir le commerce de proximité, tout en renforçant l'attractivité touristique de ces territoires.

Un soutien accru en période de crise

Que ce soit lors de la crise du COVID-19, des inondations de 2021 ou face à la crise énergétique actuelle, ProCommerce a toujours été aux côtés des commerçants wallons. Grâce à des services de communication ciblés, un soutien administratif et des permanences juridiques, l'équipe offre un accompagnement précieux dans les moments difficiles.



➔ Que fait le SNI ?





Boulevard Bischoffsheim 33 | 1000 Bruxelles
Tél. 02 308 21 08 | info@sninet.be | www.sninet.be