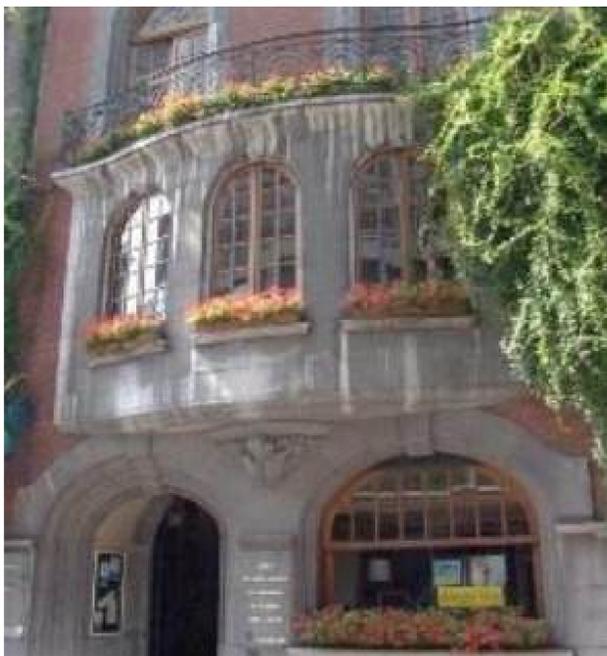


## Lettre d'info



## Sommaire

Editorial

Le dossier du moment "Attractivité urbaine et dynamique commerciale"

Focus sur le réseau des Maisons de l'urbanisme

## EDITORIAL

Depuis le 1er août 2024 et l'adoption des modifications du CoDT, liées entre autres, à l'optimisation spatiale déclinée dans le SDT, les demandes de permis relatives aux implantations commerciales sont gérées par des articles législatifs du CoDT [1]. Le décret "implantations commerciales" de 2015 a été abrogé.

L'objectif est d'examiner les nouvelles demandes de permis en prenant en compte de manière plus importante le critère de localisation, dont les centralités. Les permis déposés sont désormais traités de manière similaire aux permis concernant les logements, les services ou les équipements.

Ce dossier ne traite pas des éléments législatifs. Pour cela, nous vous renvoyons vers diverses références pertinentes [2].

Nous vous y présentons les activités et les résultats des actions menées en 2024, par la Maison de l'urbanisme du Hainaut concernant les liens entre attractivité urbaine et dynamique commerciale.

Il s'agit d'une approche sensible de la perception d'acteurs variés menée à la demande du Cabinet du Ministre Willy Borsus [3] et du SPW Territoire, par les 7 Maisons de l'urbanisme.

Après un premier webinaire qui a eu lieu le 13 juin, chaque Maison de l'urbanisme a décliné, sur son territoire, cette action, en questionnant différents acteurs, en organisant des conférences ou des tables rondes.

Le 3 décembre, un second webinaire a retracé les principaux résultats produits par les Maisons de l'urbanisme.

## LE DOSSIER DU MOMENT

### ATTRACTIVITÉ URBAINE ET DYNAMIQUE COMMERCIALE LES ACTIVITÉS DE LA MU DU HAINAUT

#### Le choix des périmètres

Travaillant en collaboration étroite avec toutes les Maisons de l'urbanisme, notre choix a été guidé par la volonté de diversifier les typologies des zones d'action sur l'ensemble de la Wallonie.

Pour la province de Hainaut, nous avons décidé d'aborder la problématique dans les trois périmètres centraux de 3 grandes villes réparties sur le territoire hennuyer d'ouest en est : Tournai, Mons et Charleroi. Plus spécifiquement les périmètres gérés par une asbl "Centre Ville", selon le décret de 2023 [4]. Ces périmètres correspondent aux quartiers situés dans l'intra-boulevards à Tournai et Mons et dans l'intra-ring à Charleroi.

Ceci nous a permis une comparaison plus aisée liée à cette forme de gestion commune ainsi qu'une collaboration étroite avec les responsables de ces 3 asbl, que nous tenons à remercier [5].

Autre aspect méthodologique : la volonté de travailler de manière conjointe avec les acteurs de l'aménagement urbain et du commerce des 3 villes afin de favoriser les échanges, d'élargir les horizons et de dégager des pistes d'actions communes. Nous avons dès lors opté pour l'organisation d'une table-ronde.

[1] Article D. IV. 4. 8° du CoDT : <https://territoire.wallonie.be/storage/territoire/documents/content/page/codt/codt.pdf>

[2] <https://www.uvcw.be/amenagement-territoire/actus/art-9038> - <https://www.uvcw.be/amenagement-territoire/focus/art-2384>

[3] Ministre ayant comme compétence l'aménagement du territoire sous le précédent Gouvernement wallon.

[4] [https://wallex.wallonie.be/files/20/91837\\_D%C3%A9cret relatif %C3%A0 l%27agr%C3%A9ment et au financement des agences de d%C3%A9veloppement centre-ville 14-10-2023-.pdf](https://wallex.wallonie.be/files/20/91837_D%C3%A9cret%20relatif%20%C3%A0%20l'agr%C3%A9ment%20et%20au%20financement%20des%20agences%20de%20d%C3%A9veloppement%20centre-ville%2014-10-2023-.pdf)

[5] <https://www.tournaicentreville.com/> - <https://www.monscentreville.be/> - <https://www.charleroi-centreville.com/>



Tournai - Rue Royale



Charleroi - Galerie Bernard

## Des questionnaires au préalable à la table ronde

En amont de la table ronde, nous avons réalisé, à l'aide de questionnaires qualitatifs, des interviews de commerçants dans les 3 villes concernées.

L'objectif : alimenter les débats de la table ronde au départ de sujets concrets qui questionnent les commerçants.

10 commerçants ont accepté d'y participer, des commerçants installés de manière historique dans ces centres-villes, de nouveaux arrivants mais aussi des commerçants ayant fait le choix de quitter une implantation en centre-ville pour s'installer en périphérie.

Parmi ces constats, nous avons choisi les plus fréquemment abordés et nous les avons regroupés en 3 thématiques.



Mons - Rue des Fripiers

## Des constats - Des thématiques

- Dans les centres-villes, il faut miser sur la complémentarité des types de commerces dont les commerces de proximité (boucherie, primeur, poissonnerie, ...) et les marchés ainsi que sur les activités à offrir : activités sportives (bowling), de loisirs (espaces de jeux), culturelles (musées).
- Les commerces du centre-ville ne fonctionnent pas qu'avec des clients extérieurs. Il est indispensable d'avoir suffisamment d'habitants en centre-ville pour faire fonctionner les commerces.
- Tout doit être fait pour que les cellules commerciales vides soient remplies !

### ➡ Première thématique retenue : la complémentarité des commerces et des fonctions

- Les primes accordées (à l'installation ou à la « rénovation » des commerces) ne sont qu'un coup pouce qui ne sert à rien si l'attrait de la ville ne suit pas pour susciter l'envie d'y faire ses courses.
- Pour être attractive, la ville doit être (aussi) un lieu « instagrammable ».
- Les rues doivent être animées (terrasses extérieures, musique, activités culturelles, ...). Les démarches administratives pour y parvenir doivent être facilitées.

### ➡ Deuxième thématique retenue : la visibilité et l'image de marque

- Des zones de stationnement peu chères existent mais elles sont souvent peu sécurisées et sales. C'est le soir que c'est le plus dangereux. "Nous accompagnons parfois nos employés jusqu'à leur voiture".
- Des mini-bus devraient relier les différents lieux de la ville, dont les zones de stationnement. Les parcours depuis les zones de stationnement doivent être rendus agréables, autant que les linéaires commerciaux.

### ➡ Troisième thématique retenue : l'accessibilité

## L'organisation de la table ronde

Le 5 novembre, à Mons, la table ronde a réuni 14 participants issus des 3 villes, mêlant commerçants et acteurs-clés communaux et régionaux des secteurs du commerce et de l'aménagement du territoire.

Deux activités leur ont été proposées :

- de manière individuelle, indiquer leur ville "coup de coeur" pour réaliser du shopping plaisir ;
- en groupe, par thématique, déterminer les actions concrètes susceptibles de répondre aux constats des commerçants.

## Les villes "coup de coeur"

Cette activité a été organisée autour d'une carte couvrant la Wallonie et quelques territoires proches (Flandre, Bruxelles, nord de la France, Luxembourg, sud des Pays-Bas et ouest de l'Allemagne).

Sur une dizaine de villes citées, Lille a recueilli le nombre le plus important de voix, mettant en évidence les caractéristiques suivantes :

- la diversité de l'offre commerciale ;
- la qualité et l'originalité des commerces ;
- une locomotive : "le Furet du Nord" ;
- le mix intéressant entre centre historique et centre commerçant ;
- la qualité des cheminements piétonniers ;
- l'ambiance, la vie culturelle, les spectacles.

Lille : <https://www.lilletourism.com/>



Lille : une destination shopping assumée

## Les actions plébiscitées

Dans la thématique "complémentarité des commerces et des fonctions", 16 actions ont été formulées par les participants.

Dans la thématique "visibilité et image de marque", 15 actions ont été formulées par les participants.

Dans la thématique "accessibilité", 17 actions ont été formulées par les participants.

Chaque participant a ensuite émis des votes de préférence, 2 par thématique et par participant.e.

Les actions les plus plébiscitées sont reprises ci-dessous par thématique et par ordre de préférence.

### La complémentarité des commerces et des fonctions : actions plébiscitées

- Ramener des habitants, essentiellement des familles de classe moyenne, dans les centres-villes, en leur offrant l'accès à des logements adéquats et décents, des espaces publics de qualité et sécurisés, une bonne accessibilité et des modes de transport variés et efficaces, un accès privilégié à la culture, ... Avoir une vraie politique urbaine allant dans ce sens !
- Mener des politiques de rachat et de réhabilitation des commerces vides pour les dédiés au logement.
- Favoriser l'accès aux étages des commerces en créant des entrées privatives.
- Refuser d'octroyer des permis à l'extérieur de la ville à des commerces qui pourraient être localisés en centre-ville afin d'éviter l'étalement.

- Utiliser les cellules de petite taille inoccupées pour organiser des événements, des activités de loisirs, des animations.
- Attirer en centre-ville des activités récréatives, de sport, de loisirs.
- Ne pas éloigner trop rapidement les grandes enseignes des centres-villes ; ce sont des locomotives pour attirer le public vers d'autres commerces.

## La visibilité et l'image de marque

- Créer une charte des enseignes et accorder des primes aux commerçants qui la concrétisent pour leur commerce.
- Rendre attractif les "linéaires commerçants" : couleur, musique, fresques, mobilier, enseignes, ... Créer une ambiance spécifique, développer un caractère propre au lieu, créer des lieux "instagrammables".
- Organiser des manifestations culturelles intégrant l'art dans la ville : expositions à vocation locale mais aussi internationale, en extérieur et dans des lieux culturels reconnus.
- Végétaliser les rues et les espaces publics.
- Tenir compte de la place des commerces lors des rénovations : qualité des trottoirs, possibilité d'intégrer des terrasses, ...

## L'accessibilité

- Indiquer clairement les zones de stationnement et les temps de parcours à pied.
- Rendre certaines rues temporairement piétonnes lors d'événements.
- Prévoir des lieux de stationnement sécurisés pour les vélos et motos. Mettre à disposition des casiers pour les casques.
- Mettre en place une signalétique piétonne pour indiquer les rues commerçantes.
- Rendre les zones de déambulation agréables, y compris celles qui permettent de rejoindre les rues commerçantes.
- Communiquer intensivement sur toutes les actions mises en place pour faciliter les déplacements et l'accessibilité.

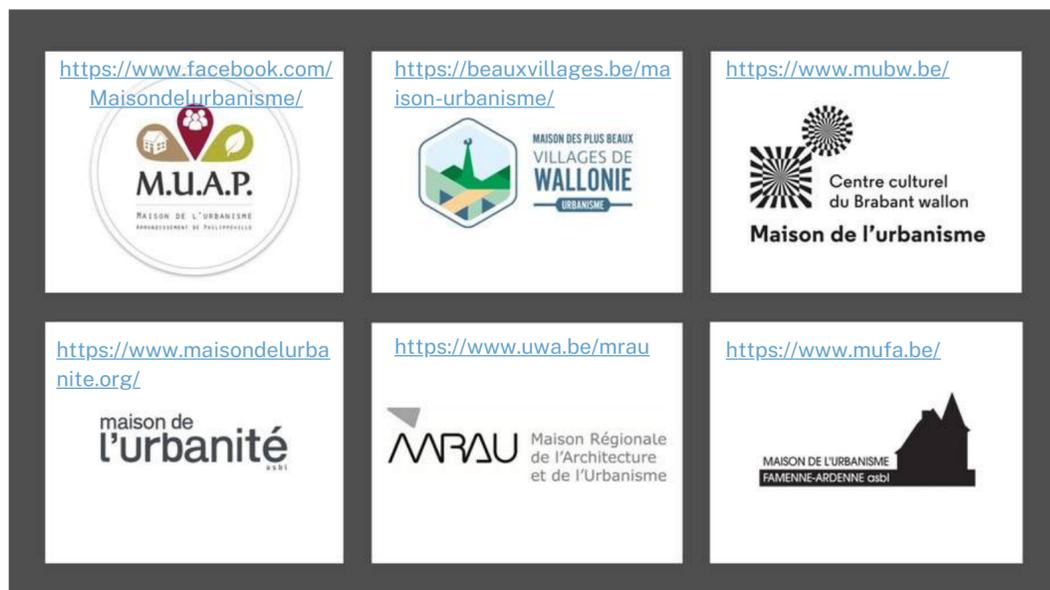
## FOCUS SUR...

### LE RESEAU DES MAISONS DE L'URBANISME

En wallonie, 7 Maisons de l'urbanisme sont soutenues par le ministre ayant l'aménagement du territoire dans ses compétences. Dans le cadre de leur mission, les Maisons de l'urbanisme réalisent des activités de sensibilisation et d'information aux enjeux de l'aménagement du territoire, auprès de divers publics-cibles. Certaines de ces activités sont réalisées en commun par l'ensemble des Maisons, réunies en réseau.

En 2024, le sujet commun portait sur la dynamique commerciale et ses liens avec l'attractivité urbaine.

Chaque Maison développe également des activités propres que vous pouvez suivre sur leur site ou réseaux sociaux.



L'équipe de la Maison de l'urbanisme du Hainaut vous souhaite une excellente année 2025 !

### Maison de l'urbanisme du Hainaut

Espace Environnement  
rue de Montigny 29  
6000 Charleroi  
Tel. : 071/300.300

E-Mail : [info@muhainaut.be](mailto:info@muhainaut.be)  
<https://www.muhainaut.be/>

