

L'évolution récente du commerce de détail à Arlon

Localisation - Aspects quantitatifs et qualitatifs

par C.M. PIAVAUX

Licenciée en Sciences géographiques
Chercheur-doctorant à la Fondation universitaire luxembourgeoise

INTRODUCTION

1. *Méthode.* — Pour mener à bien cette étude sur l'évolution récente du commerce de détail à Arlon, nous avons appliqué la méthode mise au point par J.A. Sporck et S. Sporck-Pelletier. Chaque magasin a reçu une série de cotes comprises entre 1 et 6 pour le standing, le modernisme, le rayonnement probable, l'achalandage, la surface de vente, le personnel occupé et les possibilités de parking. Ces appréciations qualitatives ont été établies lors d'une visite sur place, cette visite se limitant toutefois à un examen fait de l'extérieur (1).

Dans le cas particulier de la ville d'Arlon, la première enquête réalisée dans le cadre des travaux préparatoires à l'établissement de l'avant-projet de plan de secteur du Sud-Luxembourg a été clôturée au 1^{er} mai 1966. Le second relevé sur le terrain a été effectué en juillet 1973, soit moins d'un an après l'ouverture de la première unité de grande surface à la périphérie d'Arlon et à la veille de la création d'une seconde, voire d'une troisième d'ici peu (2). Une enquête identique, à effectuer dans quelques années, pourra permettre de mesurer l'impact de ces supermarchés sur l'évolution quantitative, structurelle et qualitative du commerce de détail dans une région à faible densité de population. Arlon constitue en effet le seul centre urbain proprement dit, à l'intérieur de nos frontières, dans un rayon de 40 kilomètres.

(1) Pour de plus amples détails concernant l'aspect méthodologique, on peut se référer aux articles suivants : J.A. SPORCK, *Etude de la localisation du commerce de détail. Aspects méthodologiques*, dans *Bulletin de la Société belge d'Etudes géographiques*, t. XXXIII, 1964, n° 1, pp. 53 à 106 et *Travaux géographiques de Liège*, n° 149, 1964 et C.M. PIAVAUX, S. SPORCK-PELLETIER et J.A. SPORCK, *Une activité en mutation, le commerce de détail, son évolution dans les cantons urbains de Chênée et de Fléron (1964-1971)*, publié par l'Institut provincial des Classes moyennes Liège, 1973 et repris dans les *Travaux géographiques de Liège*, n° 162, 1974.

(2) Un magasin *Carrefour* s'ouvrira à Messancy en octobre 1974 et un Super-Delhaize est prévu à l'entrée d'Arlon.

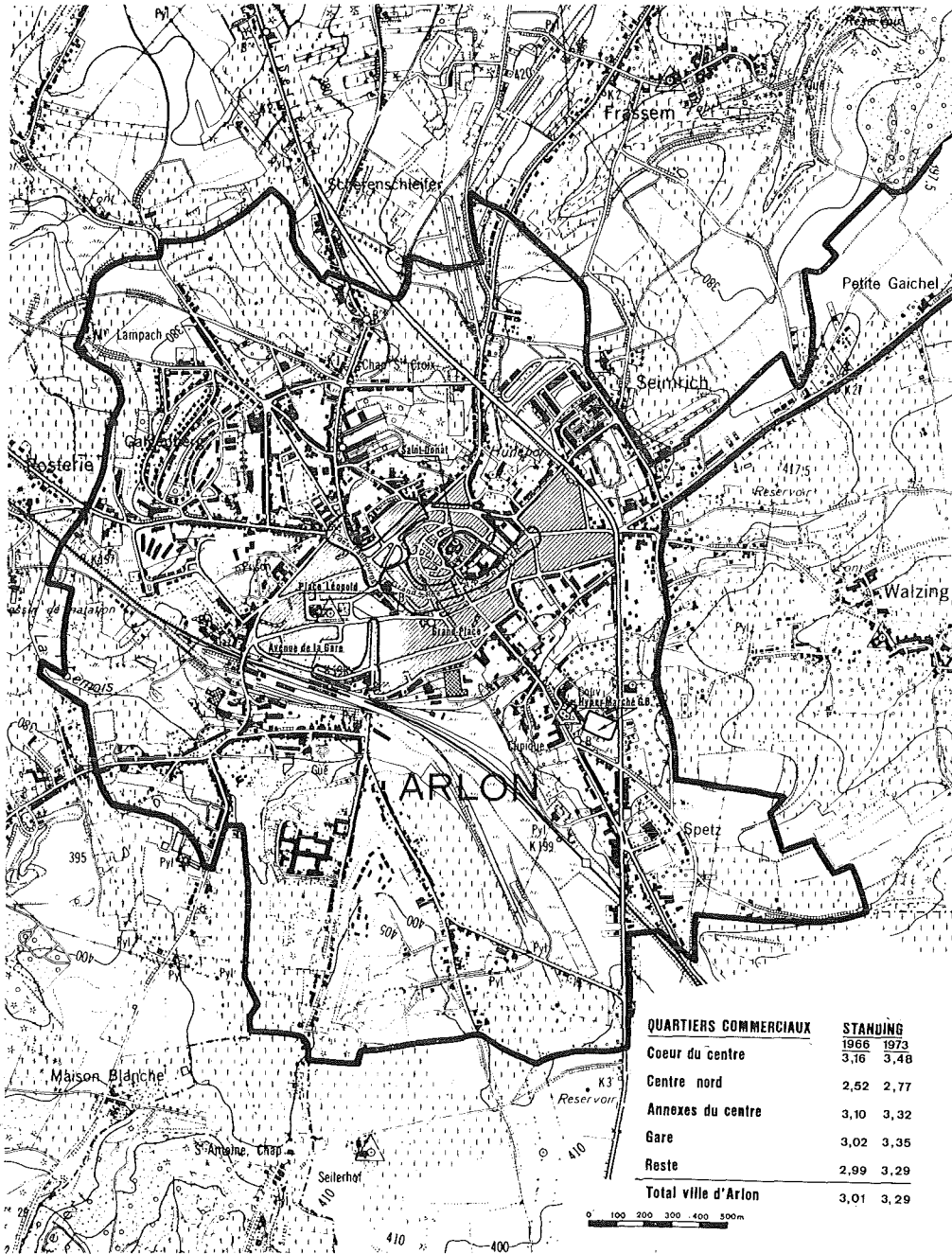


FIG. 1. — Les quartiers commerciaux d'Arlon.
 (Publié avec l'autorisation de l'Institut Géographique Militaire, Abbaye de la Cambre,
 13, 1050 - Bruxelles).

2. *La subdivision d'Arlon en quartiers, vue sous l'angle commercial.* — De l'époque romaine à la fin du XVIII^e siècle (3), la ville d'Arlon s'est maintenue à l'intérieur des enceintes successives qui ne se sont jamais écartées de la colline de Saint-Donat et qui se reflètent encore aujourd'hui dans le tracé annulaire des rues du centre. La première extension d'habitat groupé *extra-muros* se fit lors de la reconstruction de la ville qui suivit l'incendie de 1785. Il s'agit de l'apophyse vers le nord-ouest constituée par la rue des Faubourgs. En 1830, Arlon est promue au rang de chef-lieu de la province de Luxembourg. Ce fait entraîne la construction, entre 1830 et 1860, de nombreux bâtiments administratifs et publics, principalement localisés à la périphérie orientale et méridionale de la butte de Saint-Donat, en particulier la « monumentale » place Léopold. Dès cette époque s'annonce le déclin commercial des abords immédiats de la Grand-Place et des rues adjacentes au profit de la partie basse de la vieille ville. En 1858, l'arrivée de la ligne de chemin de fer Bruxelles-Arlon — prolongée peu après vers Luxembourg d'une part, et vers Athus d'autre part — donne naissance au quartier de la gare, situé au sud de la butte de Saint-Donat et séparé de la vieille ville par la place Léopold et les environs de l'église Saint-Martin. Dans la seconde moitié du XIX^e siècle et jusqu'aux environs de 1930, la ville s'accroît en poussant des tentacules résidentiels le long des routes d'accès. Dès 1930, mais surtout après 1950 et actuellement encore, les dernières extensions de l'habitat se font sous forme de cités, au détriment parfois d'espaces boisés, mais plus souvent de terrains agricoles, et situés entre les tentacules précités.

Ce bref survol historique était nécessaire pour comprendre la physionomie actuelle des quartiers commerciaux (fig. 1), qui sont :

- 1) *Le centre commercial.* Situé dans la partie basse de la vieille ville, il formait encore en 1966 un demi-cercle allant du square Astrid (extrémité occidentale de la rue des Faubourgs) à la rue Godefroid-Kurth (angle de la dernière enceinte de la ville). Mais il nous semble qu'il faut en extraire actuellement la rue Paul-Reuter, c'est-à-dire son extension vers l'est. Le déclin de ce tronçon est dû vraisemblablement au « contournement » de la ville par la route nationale n° 4. Le super-centre est formé, quant à lui, par la Grand-Rue, le nord de la place Léopold et les rues comprises entre ces deux axes. Ses parties occidentale et orientale axées respectivement par la rue des Faubourgs et sur la rue Paul-Reuter forment l'annexe du centre.

(3) Les références historiques sont extraites de I. NADASDI, *Contributions à la Géographie urbaine de la Ville d'Arlon*, mémoire de licence en Sciences géographiques, Liège, 1962 (inédit).

- 2) *Le Nord*. Ce quartier comprend le haut de la vieille ville, y compris la Grand-Place, et s'étend jusqu'à la rue de la Caserne qui suit également le tracé d'un ancien rempart. La partie orientale de la butte de Saint-Donat est exclue, car elle ne compte que des bâtiments publics ou administratifs (hôtel de ville et écoles principalement).
- 3) *La Gare*. La moitié orientale de l'avenue de la Gare, la rue Molitor (liaison gare-centre) et le début des rues Tesch et Goffaux constituent le quartier commercial dû à la présence de la gare. La partie occidentale de l'avenue de la Gare est exclue, car on n'y relève aucun commerce (bâtiments administratifs).
- 4) *Le reste*. Partout ailleurs, la physionomie commerciale disparaît au profit des autres fonctions urbaines, sauf localement le long des voies axiales, mais nous aurons l'occasion d'en reparler ci-dessous.

I. — EVOLUTION QUANTITATIVE ET STRUCTURELLE

A. — EVOLUTION QUANTITATIVE (Fig. 2).

De 1966 à 1973, le nombre de magasins s'est réduit de 511 à 479, soit à un rythme annuel de régression de 0,8 % (4). Au cours de la même période, la ville d'Arlon voyait le chiffre de sa population passer de 13 721 habitants au 31.12.1965 à 13 892 au 31.12.1972, soit selon un taux d'accroissement de 0,2 % par an.

Il en résulte que, de un commerce pour vingt-sept habitants en 1966, le taux devient de un commerce pour vingt-neuf habitants en 1973. Ce taux peut paraître excessif, mais il ne faut pas perdre de vue qu'Arlon joue le rôle de pôle commercial principal non seulement pour son arrondissement, mais aussi pour une partie importante de la province de Luxembourg et notamment pour l'ensemble du Sud-Luxembourg (91 115 habitants au 31.12.1972). Cette fonction apparaît d'ailleurs très bien dans le rayonnement probable de l'ensemble des commerces, puisque 70 % d'entre eux s'adressent à une clientèle régionale, les 30 % restant se répartissant presque également entre magasins de quartier et d'intérêt local.

La perte d'une trentaine de points de vente est en réalité le résultat d'un solde. Depuis 1966, 85 magasins ont fermé leurs portes, soit 16,7 % du nombre de commerces existant à cette époque. Mais de nouvelles cellules sont apparues, qui ont ainsi réduit le solde négatif à 32 unités. D'autre part, un certain nombre de changements d'affectation ont contribué à modifier la structure commerciale. A ce sujet, si l'on se réfère à

(4) Ce rythme annuel de régression est très faible; il équivaut pratiquement à la moitié du rythme national de régression.

EVOLUTION QUANTITATIVE DES COMMERCES PAR QUARTIERS

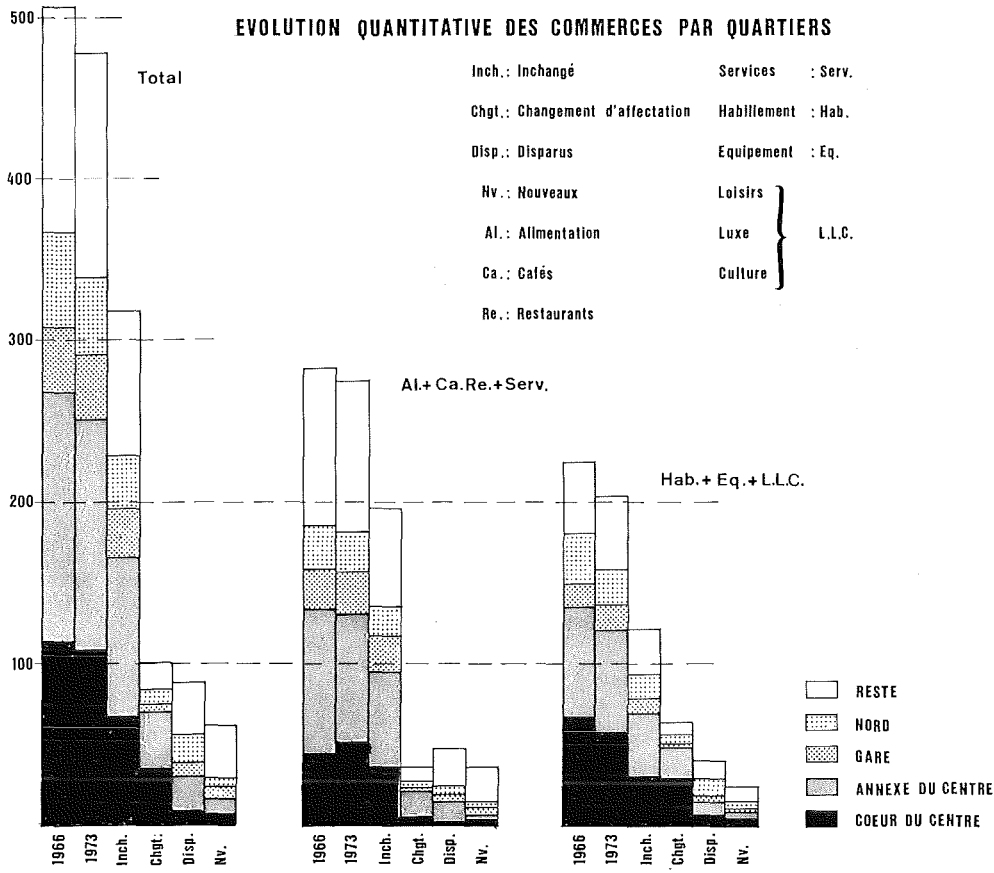


FIG. 2.

ce qui s'est produit dans les cantons urbains de Chênée et Fléron pour une période d'observation d'égale durée (5), on constate que l'évolution arlonaise est quelque peu différente : la proportion des fermetures y est plus faible (16,7 % au lieu de 24,4 %), mais les changements d'affectation ont touché proportionnellement près du double de cellules (19,9 % des magasins de la première enquête à Arlon et seulement 10,5 % dans le secteur Chênée-Fléron). Les nouveaux établissements commerciaux, quant à eux, accusent sensiblement le même taux dans les deux cas (12,9 % des magasins actuels à Arlon et 12,3 % de ceux de Chênée-Fléron). La proportion des magasins inchangés quant à leur localisation et à leur affectation est du même ordre de grandeur à Arlon (62,9 % des commerces de 1966) qu'à Chênée-Fléron (60 % des établissements recensés lors de la première enquête).

Cette évolution globale s'est traduite différemment dans les divers quartiers de la ville.

En ce qui concerne les fermetures, les taux les plus élevés ont été observés dans les quartiers nord (moins 25,5 %) et périphériques (moins 22,9 %), tandis qu'au cœur du centre on n'enregistre que 8 % de cessations de commerces, et dans les rues annexes du centre principal 11,6 %. Dans le quartier de la gare, enfin, les fermetures représentent 17,1 % des magasins relevés en 1966. L'apparition de nouvelles cellules, ou les changements d'affectation, compensent ces pertes, à une unité près, pour les quartiers de la gare et pour l'ensemble des zones essentiellement résidentielles. Ce *statu quo* en nombre de commerces de la périphérie s'accompagne d'une hausse de la densité de population dans ces quartiers ; chaque magasin dessert finalement un plus grand nombre d'habitants.

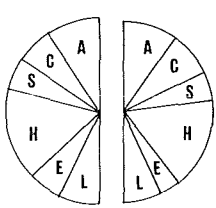
En effet, c'est dans ces zones périphériques qu'ont surgi les nouvelles habitations, alors que les premiers bâtiments à appartements multiples commencent à peine à remplacer l'une ou l'autre parcelle unifamiliale ancienne dans la partie agglomérée de la ville.

Pour l'ensemble de la ville, l'ancien centre historique (le quartier nord) subit le plus grand déclin au point de vue commercial : le nombre actuel de magasins représente seulement 81,4 % de celui relevé en 1966. Là, les nouvelles cellules n'ont pu compenser le nombre de fermetures. Une urgente rénovation urbaine s'impose aux environs de Saint-Donat ; elle devrait et pourrait s'accompagner d'une réanimation commerciale de qualité.

Dans le centre commercial proprement dit, le taux de nouvelles cellules est faible (6,4 % au cœur du centre et 7 % dans ses annexes), mais les mutations d'affectation y sont nettement plus fréquentes que dans

(5) C.M. PIAVAUX, S. SPORCK-PELLETIER et J.A. SPORCK, *op. cit.*, pp. 23 à 30.

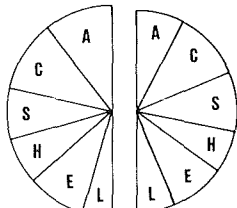
EVOLUTION DE LA STRUCTURE



1966 1973

□ 20 COMMERCES

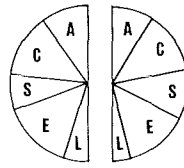
COEUR DU CENTRE



1966 1973

□ 20 COMMERCES

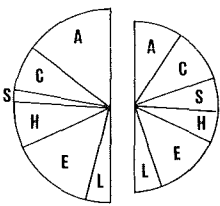
ANNEXE DU CENTRE



1966 1973

□ 10 COMMERCES

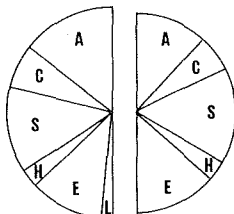
GARE



1966 1973

□ 10 COMMERCES

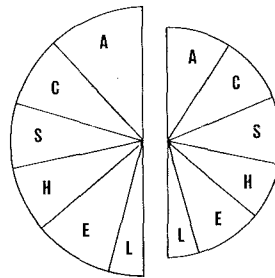
NORD



1966 1973

□ 20 COMMERCES

RESTE



1966 1973

□ 50 COMMERCES

TOTAL

FIG. 3.

les autres quartiers : un magasin actuel sur trois au cœur du centre, et un sur quatre dans les rues adjacentes, provient de la reconversion d'une cellule commerçante en une autre. Dans les autres quartiers de la ville, cette mobilité a touché un magasin sur six dans le nord, un sur huit à la périphérie et un sur dix seulement à proximité de la gare.

En conclusion, les quartiers les plus stables quant au nombre de commerces sont dans l'ordre : la périphérie (où le total actuel représente 99,3 % de celui de 1966), la gare (avec 97,6 %), le cœur du centre (96,5 %), les annexes du centre (92,3 %) et enfin le quartier nord (81,4 %). Comme nous l'avons déjà exprimé ci-dessus, le déclin quantitatif des annexes du centre est dû à la construction du contournement de la ville et à l'abandon, comme voie de passage, de la rue située dans le prolongement de la Grand-Rue.

B. — EVOLUTION STRUCTURELLE (Fig. 3).

Les six catégories de commerces ont été différemment affectées par l'évolution quantitative décrite ci-dessus et, dans chaque quartier, la réduction du nombre de points de vente s'est accompagnée d'une restructuration du commerce de détail, voire d'une relocalisation, à l'échelle urbaine.

Pour *l'ensemble de la ville*, seules deux catégories ont accru tant leur nombre que leur importance relative, à savoir les établissements du secteur horeca et ceux appartenant aux services. De ce fait, malgré une diminution sensible du secteur alimentaire, le groupe des magasins à fréquentation régulière (alimentation, cafés-restaurants-hôtels et services) reprend relativement de l'importance depuis 1966. L'ensemble représente actuellement 57,4 % du total de magasins contre 56,0 % en 1966, bien qu'au cours de cette période leur nombre soit passé de 286 à 275 unités. La catégorie des loisirs-luxe-culture a perdu trois cellules, mais conserve la même importance relative, à savoir 8,4 % de l'ensemble des commerces. Quant aux autres catégories (habillement, équipement), elles ont diminué tant en valeur absolue qu'en valeur relative.

D'autre part, certaines catégories ont été plus touchées que d'autres par les *fermetures* : les équipements, les services et les loisirs-luxe-culture ont vu entre 18,5 et 21 % du nombre de leurs cellules fermer leurs portes définitivement ; l'alimentation suit avec 15,5 % de fermetures, puis l'habillement (moins 11,5 %) et enfin les cafés-restaurants (moins 10,4 %). Le solde des *changements d'affectation* est positif pour les cafés-restaurants, les services et les loisirs-luxe-culture ; il est négatif pour les autres catégories. Quant aux *créations*, elles se sont surtout effectuées dans la catégorie des services (actuellement, un magasin de services sur quatre n'existait pas en 1966) et dans une moindre mesure dans la classe des équipements (16 % des cellules commerciales sont neuves). Pour l'ali-

mentation et les loisirs-luxe-culture, les nouveaux établissements représentent 10 % des commerces existants, pour l'habillement 7,1 % et pour les cafés seulement 5,7 % du total de la catégorie.

L'évolution de la structure commerciale s'est aussi manifestée de diverses manières suivant les quartiers.

Le *cœur du centre* est le seul endroit de la ville où le secteur alimentaire gagne une cellule, les pertes oscillant entre une et neuf unités dans les autres quartiers. Le nombre de cafés-restaurants-hôtels y passe de treize à dix-huit, tandis que le nombre de magasins de services reste inchangé. Quant aux trois catégories de commerces typiques des centres, elles voient leur importance relative diminuer et passer de 59,6 % de l'ensemble des commerces en 1966 à 53,2 % en 1973.

Dans *les rues adjacentes au centre principal*, la catégorie des loisirs-luxe-culture enregistre quatre unités supplémentaires et celle des services trois depuis 1966. Les autres catégories perdent chacune trois unités, à l'exception de l'alimentation qui en perd dix, soit 5 %. Cette évolution conduit à un gain relatif (+2,2 %) pour le groupe de magasins à fréquentation épisodique (habillement, équipement, loisirs-luxe-culture) au détriment des trois autres catégories.

Le *quartier Nord* reflète une évolution semblable à celle décrite pour l'ensemble de la ville, mais tant les pertes que les gains relatifs y sont plus accentués, seul le nombre de commerces de luxe reste inchangé.

Aux *abords de la gare*, le nombre d'établissements appartenant au secteur horeca reste inchangé ; on n'y relève, comme en 1966, aucun commerce d'habillement ; les services s'enrichissent de deux unités, tandis que le secteur alimentaire et celui des équipements perdent chacun une cellule. Ces modifications numériques se traduisent également par une évolution relative semblable à celle observée pour l'ensemble de la ville.

Dans *le reste de la ville*, les changements en nombre et en valeur relative s'écartent de la ligne générale : la catégorie horeca diminue, tandis que les équipements voient leur nombre passer de 34 à 38. On n'y relève plus aucun commerce du groupe loisirs-luxe-culture. Le nombre de magasins d'habillement y est stationnaire ; l'alimentation et les services, par contre, suivent quant à eux l'évolution normale de la ville.

En *conclusion*, la diminution du nombre de cafés-restaurants dans les quartiers périphériques correspond à un phénomène déjà observé dans les cantons urbains de Chênée et de Fléron : le rôle social de ces établissements tend à se modifier ; ils deviennent les lieux de rencontre privilégiés de bon standing et, de ce fait, sont mieux à leur place dans les centres urbains que dans les quartiers périphériques ou même dans les villages. Dans ce dernier cas, il semble que la télévision ait contribué au déclin du nombre de cafés, jadis seuls endroits de distraction en milieu rural. Le nombre de commerces d'équipements s'accroît à la périphérie,

car ces établissements exigent des surfaces de plus en plus importantes pour exposer et mettre en valeur leurs articles. Or, dans les parties centrales des villes, les parcelles sont généralement petites et les coûts de terrains nettement plus élevés qu'à la périphérie.

En ce qui concerne la catégorie des services, il convient de noter qu'à Arlon, toutes les stations-services sont situées à la périphérie de la ville.

Les changements observés dans la localisation de certaines catégories de commerces, et notamment dans le cas des cafés et des équipements, contribuent à modifier les proportions des deux grands groupes de commerces, à savoir, d'une part les magasins régulièrement fréquentés par leur clientèle (alimentation, cafés-restaurants, services) et, d'autre part, ceux à fréquentation épisodique et, de ce fait, plus caractéristiques des centres urbains (habillement, équipements, loisirs-luxe-culture). Il en résulte une progression relative du premier groupe dans les centres urbains, ce qui, à première vue, semble paradoxal, et une progression de l'autre groupe dans les quartiers périphériques. Dans le cas d'Arlon, le premier groupe passe de 40,3 % en 1966 à 46,8 % en 1973 dans le super-centre urbain (plus 5 cafés, *statu quo* des services, plus un magasin d'alimentation). Le second groupe, en perdant cinq cellules d'équipements, deux d'habillement et trois de loisirs-luxe-culture, ne représente plus, dans le centre principal, que 53,2 % au lieu de 59,6 % en 1966. Dans les quartiers résidentiels, par contre, le groupe des magasins caractéristiques des centres enregistre un gain de 1,5 % au détriment des magasins à fréquentation régulière.

II. — L'ÉVOLUTION QUALITATIVE, PAR QUARTIER ET PAR CATÉGORIES DE COMMERCES

A. — LE RAYONNEMENT.

A Arlon, 70 % des magasins sont destinés à satisfaire les besoins d'une clientèle régionale ; les commerces de quartier et ceux qui s'adressent à une clientèle locale représentent chacun 15 %. Ces données globales varient de deux manières, à savoir, d'après les différentes catégories de commerces d'une part, et suivant la localisation géographique de chaque cellule d'autre part.

1. *Le rayonnement par catégories de commerces.* — Pour l'ensemble de la ville, les commerces à caractère régional constituent 58,3 % des magasins à fréquentation régulière et 83,2 % des points de vente fréquentés épisodiquement. Pour ces derniers, les trois quarts au moins des magasins de chaque catégorie ont un rayonnement régional et la part du commerce local est chaque fois nettement plus élevée que celle du

TABLEAU I. — Evolution du rayonnement.

Quartiers	Al + Ca Re + Serv.						Hab. + Eq + LLC						Total					
	Q		L		R		Q		L		R		Q		L		R	
	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973
Cœur du centre	—	—	13,0	11,8	87,0	88,2	3,0	3,5	3,0	1,8	93,9	94,7	1,8	1,8	7,1	6,5	91,1	91,7
Reste du centre	8,9	3,8	28,9	23,8	62,2	72,5	4,7	1,6	10,9	9,7	84,3	88,7	7,1	2,8	21,4	17,6	71,4	79,6
Nord	67,9	44,0	14,3	24,0	17,8	32,0	16,1	8,7	12,9	26,1	71,0	65,2	40,6	27,1	13,6	25,0	45,8	47,9
Gare	12,0	15,4	12,0	3,8	76,0	80,8	12,5	—	—	—	87,5	100	12,2	10,0	7,3	2,5	80,5	87,5
Périphérie	63,0	59,7	19,2	18,1	17,8	22,2	13,3	8,7	20,0	26,1	66,7	65,2	44,0	39,8	19,6	21,2	36,4	39,0
Total ville	29,0	24,0	20,2	17,7	50,8	58,3	8,1	4,4	9,9	12,4	82,0	83,2	19,4	15,3	15,5	15,4	65,1	69,3
Disparus	50,0		25,0		25,0		20,5		17,9		61,5		35,4		21,5		43,1	
Nouveaux		35,3		26,5		38,2		4,2		16,7		79,2		22,4		22,4		55,2

Légende : Al = alimentation; Ca Re = secteur *horeca*; Serv. = services; Hab. = habillement; Eq = équipement; LLC = loisirs, luxe, culture;
 Q = commerces de quartier; L = commerce à rayonnement local; R = commerces à rayonnement régional.

commerce de quartier (inexistant dans le cas des loisirs-luxe-culture). Par contre, au sein du premier grand groupe, les variations par catégories de commerces sont beaucoup plus importantes : le commerce régional groupe 39 % seulement des unités alimentaires, 54 % des services, mais 82 % de la catégorie horeca (conséquence du phénomène décrit ci-dessus). Le secteur alimentaire appartient essentiellement au commerce de quartier (46,7 % du total de la catégorie) et éventuellement au commerce de type local (14,1 %). Les cafés de quartier, par contre, ne comptent que 3,4 % des établissements de ce type pour un peu moins de 15 % dans le cas du commerce local. Respectivement un cinquième et un quart des magasins de services sont des commerces de quartier et des commerces à caractère local.

Depuis 1966, le caractère régional du commerce arlonais s'est accentué. Pour l'ensemble des magasins, on observe une diminution du pourcentage des établissements de quartier au seul profit de ceux à caractère régional, la part du commerce local étant constante. Cette évolution globale doit cependant être nuancée suivant les catégories de commerces : la régression du commerce de quartier est générale, sauf pour les services dont le taux passe de 17,5 à 20,3 %. Le commerce local est en régression pour l'alimentation, les horeca et les loisirs-luxe-culture ; il progresse pour les trois autres catégories. Le rayonnement régional s'accroît pour l'alimentation, les cafés-restaurants et les loisirs-luxe-culture. Dans les autres cas il s'affaiblit au profit du commerce local.

L'examen de la localisation des fermetures et des créations de commerces explique cette évolution. A l'exception des services (régionaux disparus : 36,4 % ; créés : 35 %), la proportion des fermetures est très nettement inférieure à celle des ouvertures pour les établissements à caractère régional (pour l'ensemble : disparus : 43,1 % du total des fermetures ; nouveaux : 55,2 % du total des créations). En ce qui concerne le commerce de quartier, on n'enregistre aucune création d'établissements des catégories suivantes : cafés-restaurants-hôtels, équipements et loisirs-luxe-culture, alors que pour chacune de ces catégories plusieurs magasins de quartier ont disparu. On trouve six nouvelles unités dans les domaines alimentaires et de services et une pour l'habillement, les pertes étant respectivement de douze cellules, cinq et trois pour chacune de ces trois catégories. Quant au commerce local, les fermetures sont proportionnellement plus nombreuses que les créations pour l'alimentation, les cafés-restaurants et les équipements ; elles sont moindres pour les services. Pour l'habillement et les loisirs-luxe-culture, il n'y eut aucune fermeture à cet échelon, mais on enregistre la création d'un magasin de loisirs-luxe-culture depuis 1966.

2. *L'évolution du rayonnement dans les différents quartiers* (Tabl. I). — Dans chaque quartier de la ville, la progression du commerce régional

est générale pour l'ensemble des cellules et pour celles à fréquentation régulière. En ce qui concerne les magasins caractéristiques des centres, deux quartiers font exception à cette règle ; dans les deux cas le commerce local profite seul de la régression régionale.

Voyons maintenant comment chaque quartier se comporte par rapport à l'évolution observée pour l'ensemble de la ville.

Le *cœur du centre* se distingue de l'évolution générale dans deux cas, à savoir : 1) celui des magasins caractéristiques des centres où le commerce de quartier progresse, tandis que le commerce local régresse ; 2) celui de l'ensemble des commerces : il y a *statu quo* en nombre du commerce de quartier et diminution du commerce local. Cette évolution est exactement l'inverse de ce qui se passe pour l'ensemble de la ville.

Dans les *annexes du centre principal*, la diminution de l'importance du commerce local et celle du commerce de quartier est générale, alors que, pour l'ensemble de la ville, le commerce local enregistre une hausse pour les magasins caractéristiques des centres.

Dans le *Nord*, quel que soit le groupe de magasins envisagé, le commerce local progresse, au seul détriment du commerce de quartier pour les magasins à fréquentation régulière, mais également au détriment du commerce régional pour les catégories caractéristiques des centres.

Le quartier de la *gare* se différencie des autres par une progression du commerce de quartier dans le groupe destiné à une clientèle régulière. Pour l'ensemble des magasins, l'augmentation de la part prise par le commerce régional au détriment des deux autres types de rayonnement, dote ce quartier d'une proportion proche de celle observée dans le centre principal (respectivement 87,5 % et 91,7 % du total).

Les *quartiers périphériques* connaissent une évolution différente de celle relevée pour l'ensemble de la ville à deux points de vue : 1) l'importance relative du commerce régional y diminue pour la catégorie des magasins à fréquentation épisodique (ce qui est tout à fait logique) ; 2) pour l'ensemble des unités de vente de ces quartiers, le commerce local progresse, tandis qu'il stagne à l'échelon urbain.

En *conclusion*, le caractère régional s'accroît surtout dans trois quartiers : le cœur du centre, ses annexes et le quartier de la gare où actuellement au moins trois magasins sur quatre sont destinés à une clientèle régionale pour les magasins à fréquentation régulière (contre moins de un sur trois dans les autres quartiers pour ce groupe). Ce rapport s'élève à neuf magasins sur dix pour le groupe caractéristique des centres (deux sur trois dans les autres quartiers). Dans ces deux autres quartiers, on assiste aussi à une réduction en importance du commerce de quartier au profit du commerce local. Cette évolution de rayonnement du commerce de détail s'accompagne, comme nous allons le voir,

d'une amélioration quasi générale, pour le standing, le modernisme, l'achalandage et les surfaces de vente.

EVOLUTION QUALITATIVE POUR L'ENSEMBLE DE LA VILLE

Disparus : Disp.

Nouveaux : Nv.

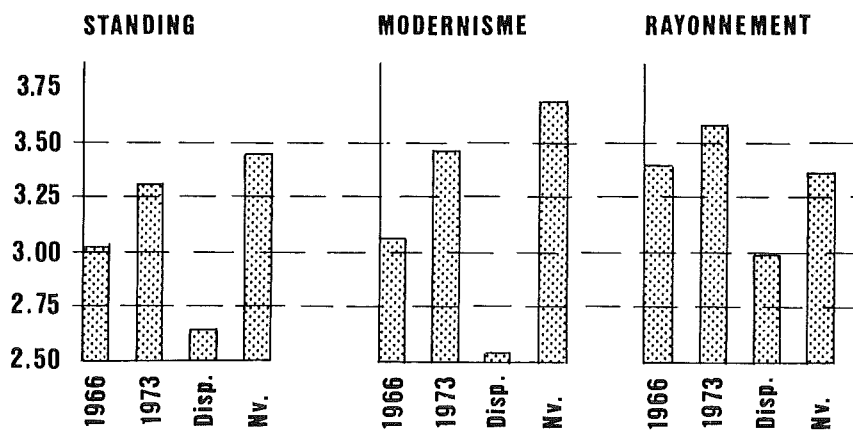


FIG. 4.

B. — LE STANDING ET LE MODERNISME (Tabl. II et III).

Pour l'ensemble de la ville et dans chaque quartier, les cotes moyennes de standing et de modernisme ont augmenté de manière sensible pour chacun des deux grands groupes de commerces (à fréquentation régulière d'une part, à fréquentation épisodique d'autre part). Cependant, si l'on examine, cas par cas, chaque catégorie de magasins, on relève l'une ou l'autre exception : dans le quartier nord, les cotes moyennes de standing et de modernisme diminuent pour l'habillement ; dans ce même quartier, le standing des magasins de luxe n'a pas varié depuis 1966 et le modernisme a également régressé dans le domaine alimentaire. La cote moyenne de modernisme diminue pour les services dans le super-centre. Enfin, la cote moyenne de standing est restée inchangée depuis 1966 pour les commerces d'habillement situés à la périphérie de la ville.

Partout, tant pour le standing que pour le modernisme, cette évolution se traduit par une diminution du pourcentage des magasins insatisfaisants (cote moyenne inférieure à trois) et juste satisfaisants (cote moyen-

TABLEAU II. — Evolution du standing des magasins par catégories et par quartiers.

a) Alimentation + Horeca + Services								
Quartiers	Cotes moyennes		Insatisfaisants %		Satisfaisants %		Bons %	
	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973
Cœur du centre	3,09	3,43	13,0	7,8	67,4	51,0	19,6	41,2
Reste du centre	3,01	3,25	20,0	11,3	58,9	56,2	21,1	32,5
Nord	2,29	2,56	60,7	28,0	39,3	72,0	—	—
Gare	2,92	3,15	24,0	19,2	64,0	50,0	12,0	30,8
Périphérie	2,92	3,18	28,9	18,3	51,5	50,5	19,6	31,2
Total ville	2,91	3,19	26,2	15,3	56,3	54,2	17,5	30,5
Disparus	2,69		40,0		51,1		8,9	
Nouveaux	3,39		7,9		52,6		39,5	
b) Habillement + Equipement + Loisirs, luxe, culture								
Quartiers	Cotes moyennes		Insatisfaisants %		Satisfaisants %		Bons %	
	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973
Cœur du centre	3,21	3,52	17,6	5,2	50,0	44,8	32,4	50,0
Reste du centre	3,22	3,43	12,3	6,3	60,0	54,0	27,7	39,7
Nord	2,74	3,00	25,8	13,0	71,0	78,3	3,2	8,7
Gare	3,19	3,71	12,5	7,1	56,3	21,4	31,2	71,4
Périphérie	3,16	3,50	17,8	6,5	55,5	50,0	26,7	43,5
Total ville	3,13	3,44	16,9	6,9	57,3	51,0	25,8	42,1
Disparus	2,58		42,5		50,0		7,5	
Nouveaux	3,54		—		54,2		45,8	
Total								
Quartiers	Cotes moyennes		Insatisfaisants %		Satisfaisants %		Bons %	
	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973
Cœur du centre	3,16	3,48	15,8	6,4	57,0	47,7	27,2	45,9
Reste du centre	3,10	3,32	16,8	9,1	59,3	55,2	23,9	35,7
Nord	2,53	2,77	42,4	20,8	55,9	75,0	1,7	4,2
Gare	3,02	3,35	19,5	15,0	61,0	40,0	19,5	45,0
Périphérie	2,99	3,29	25,4	14,4	52,8	50,4	21,8	35,2
Total ville	3,01	3,29	22,1	11,7	56,8	52,8	21,1	35,5
Disparus	2,64		41,2		50,6		8,2	
Nouveaux	3,45		4,8		53,2		41,9	

TABLEAU III. — Evolution du modernisme des magasins par catégories et par quartiers.

a) Alimentation + Horeca + Services								
Quartiers	Cotes moyennes		Insatisfaisants %		Satisfaisants %		Bons %	
	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973
Cœur du centre	3,33	3,59	17,4	11,8	45,7	39,2	36,9	49,0
Reste du centre	3,09	3,48	23,3	13,8	47,8	38,8	28,9	47,5
Nord	2,29	2,72	60,7	32,0	39,3	48,0	—	20,0
Gare	3,00	3,42	36,0	15,4	36,0	46,2	28,0	38,5
Périphérie	2,85	3,29	37,0	22,2	45,2	40,3	17,8	37,5
Total ville	2,93	3,37	31,3	17,7	44,7	40,9	24,0	41,3
Disparus	2,58		50,0		42,5		7,5	
Nouveaux		3,62		11,8		35,3		52,9

b) Habillement + Equipement + Loisirs, luxe, culture.								
Quartiers	Cotes moyennes		Insatisfaisants %		Satisfaisants %		Bons %	
	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973
Cœur du centre	3,29	3,81	19,7	7,0	45,5	26,3	34,8	66,7
Reste du centre	3,19	3,55	20,3	6,5	53,1	53,2	26,6	40,3
Nord	2,68	3,13	38,7	17,4	54,8	56,5	6,5	26,1
Gare	3,13	3,93	18,8	7,1	50,0	7,1	31,2	85,7
Périphérie	3,11	3,54	22,2	10,9	51,1	39,1	26,7	50,0
Total ville	3,14	3,60	23,0	8,9	50,4	39,6	26,6	51,5
Disparus	2,46		51,3		41,0		7,7	
Nouveaux		3,84		—		37,5		62,5

Total								
Quartiers	Cotes moyennes		Insatisfaisants %		Satisfaisants %		Bons %	
	1966	1973	1966	1973	1966	1973	1966	1973
Cœur du centre	3,30	3,70	18,8	9,3	45,5	32,4	35,7	58,3
Reste du centre	3,13	3,51	22,1	10,5	50,0	45,1	27,9	44,3
Nord	2,56	2,92	49,2	25,0	47,4	52,1	3,4	22,9
Gare	3,05	3,60	29,2	12,5	41,5	32,5	29,3	55,0
Périphérie	2,95	3,39	31,3	17,8	47,5	39,8	21,2	42,4
Total ville	3,04	3,47	27,5	13,8	47,3	40,4	25,2	45,8
Disparus	2,52		50,6		41,8		7,6	
Nouveaux		3,71		6,9		36,2		56,9

ne égale à trois) au profit des établissements de bon niveau (cote moyenne supérieure à trois).

Dans le quartier nord, toutefois, les proportions de magasins satisfaisants sur le plan du standing et sur celui du modernisme ont également progressé pour chaque catégorie de commerces, sauf pour l'habillement où la proportion des magasins insatisfaisants augmente au détriment des deux autres classes qualitatives. Le taux des cafés-restaurants, satisfaisants sur le plan du standing, augmente aussi dans le quartier de la gare grâce à une régression du nombre d'établissements insatisfaisants. Cependant aujourd'hui, comme en 1966, il n'existe aucun hôtel, café ou restaurant possédant une cote moyenne de standing supérieure à 3 dans ce quartier. Dans les rues adjacentes au centre principal, la part des magasins d'équipement insatisfaisants en modernisme diminue au profit des deux autres classes qualitatives, si bien que pour l'ensemble des commerces caractéristiques des centres, on observe dans ce quartier un *statu quo* des magasins satisfaisants, tandis que le taux des magasins insatisfaisants diminue au bénéfice de points de vente modernes.

L'amélioration qualitative du commerce de détail arlonais est partiellement due aux faits suivants : pour chaque catégorie de commerces, les cotes moyennes de standing et de modernisme des magasins disparus sont systématiquement plus basses que celles établies en 1966, tandis que celles des nouveaux magasins sont, à une exception près (loisirs-luxe-culture), toujours supérieures à celles calculées pour l'ensemble de la catégorie envisagée en 1973. En standing, un peu plus de la moitié des magasins disparus avaient reçu une cote 3 en 1966 et seulement 8 % d'entre eux une cote supérieure à 3. Pour les nouvelles cellules, 53,2 % ont une cote égale à 3 et 42 % une cote supérieure.

Quant au modernisme, la moitié des fermetures se sont opérées dans des établissements dont la cote était inférieure à 3 en 1966 et 7,6 % seulement dans des unités de vente de modernisme supérieur à 3. Les créations, par contre, ne comptent que 7 % de cellules dont le modernisme n'atteint pas 3, mais 57 % d'établissements où il dépasse cette cote. En outre, les changements d'affectation provoquent généralement une modernisation de la cellule et s'accompagnent aussi d'un standing supérieur à celui des commerces remplacés. L'achalandage des magasins s'est aussi amélioré depuis 1966, mais dans une moindre proportion. La cote moyenne est passée de 3,03 à 3,22 (pour le standing les cotes calculées sont respectivement de 3,01 et 3,29 et, pour le modernisme, de 3,04 et 3,47).

C. — LA SURFACE MOYENNE (Tabl. IV).

L'évolution de la surface des magasins varie à la fois suivant les quartiers et suivant les catégories de commerces. Seul le groupe des

équipements voit la surface de vente augmenter dans chaque quartier de la ville. Nous allons passer rapidement en revue les différents quartiers.

TABLEAU IV. — Evolution de la surface moyenne des magasins (en m²).

Quartiers	Al + Ca Re + Serv.		Hab + Eq + LLC		Total	
	1966	1973	1966	1973	1966	1973
<i>Cœur du centre</i>	52,98	52,98	46,64	45,84	49,17	49,18
<i>Reste du centre</i>	53,26	51,15	56,11	65,31	54,42	57,32
<i>Nord</i>	31,71	32,28	41,30	47,74	36,67	39,69
<i>Gare</i>	82,75	73,92	81,94	88,29	82,43	79,08
<i>Périphérie</i>	48,33	47,62	52,05	62,85	49,12	53,20
Total	51,99	50,90	52,27	58,71	52,11	54,40
Disparus	39,98		40,66		40,31	
Nouveaux		38,73		61,88		48,47

Légende : Al = alimentation; Ca Re = Horeca; Serv. = services; Hab = habillement; Eq = équipement; LLC = Loisirs, luxe, culture.

1. *Cœur du centre*. — Dans ce quartier, où chaque parcelle cadastrale, ou peu s'en faut, est occupée par un commerce, on constate un *statu quo* de l'ensemble de la surface de vente — conséquence de l'augmentation des secteurs suivants : alimentation, équipements, loisirs-luxe-culture — compensée par la diminution à la fois de l'habillement et des cafés-restaurants. La surface des services, quant à elle, n'a pas varié.

2. *Annexes du centre*. — La diminution de la surface moyenne des établissements à fréquentation régulière est due uniquement à une baisse sensible enregistrée au sein des services. Les deux autres catégories de ce groupe, par contre, voient leur superficie augmenter légèrement. Quant aux commerces caractéristiques des centres, l'accroissement de la surface moyenne résulte d'une forte hausse dans les secteurs de l'habillement et des équipements, tandis que les loisirs-luxe-culture enregistrent une réduction de leur surface moyenne, malgré un plus grand nombre de cellules.

3. *Le Nord*. — Les commerces appartenant à l'alimentation et aux services ont une superficie inférieure à 50 m² et ce depuis 1966. La surface moyenne des services y est en légère régression, tandis que celle des trois catégories caractéristiques des centres progresse nettement.

4. *La gare.* — La réduction de la surface moyenne de vente dans ce quartier est due essentiellement à la catégorie des services, dont la surface moyenne est passée en sept ans de 73,50 m² à 42,38 m². La surface des magasins d'équipements et de loisirs est en légère progression.

5. *La périphérie.* — L'augmentation de la surface de vente est due ici aux magasins à fréquentation épisodique et en particulier aux équipements qui, comme nous l'avons déjà signalé, s'installent de préférence à la périphérie, notamment pour disposer de plus d'espace pour l'exposition de leurs articles. Ici aussi, l'alimentation et les services régressent (6), tandis que la surface des cafés-restaurants augmente très nettement.

6. *Conclusion.* — Pour l'ensemble de la ville, l'ensemble des magasins caractéristiques des centres et ceux appartenant au secteur horeca, voient leur superficie moyenne augmenter, tandis que l'alimentation et les services subissent une réduction de leur surface moyenne.

Entre 1966 et 1973, la proportion des établissements de grande surface est passée, pour l'ensemble des commerces d'Arlon, de 13,1 à 16,4 %. Les petites cellules ont également pris un peu plus d'importance (55,3 % actuellement au lieu de 53,2 % en 1966). Les magasins de surface moyenne sont, par conséquent, les seuls à régresser proportionnellement à l'ensemble. Cette évolution s'explique bien lorsqu'on examine la répartition des fermetures et des créations de commerces. Les deux tiers des cessations de commerce ont touché les petites cellules et à peine 4 % des grandes surfaces de vente. Par contre, si 71 % des magasins créés depuis 1966 couvrent une surface inférieure à 50 m², 15,5 % d'entre eux appartiennent à la catégorie des surfaces de plus de cent mètres carrés.

D. — LE PERSONNEL OCCUPÉ.

Cet aspect du commerce de détail, comme celui de la position des magasins par rapport aux possibilités de parking, n'avait pas été étudié en 1966.

A Arlon, 5 % des magasins à fréquentation régulière et 1,5 % seulement des commerces caractéristiques des centres emploient plus de cinq personnes. Plus de la moitié de l'ensemble des magasins (53 %) utilisent de une à quatre personnes et 43 % des établissements procurent un emploi au seul tenancier. Plus de 70 % des magasins ont du personnel salarié, sauf dans le cas des services et des établissements de la catégorie loisirs-luxe-culture où, au contraire, près de 60 % des unités de vente fonctionnent sans personnel.

(6) Dans les services, il n'a pas été tenu compte, pour le calcul de la surface moyenne, de l'espace occupé par le G.B. et ses annexes.

Dans le quartier de la gare, les magasins qui utilisent du personnel sont plus nombreux que les autres pour toutes les catégories, à l'exception des loisirs-luxe-culture (un magasin sur trois seulement en emploi). Quelle que soit la catégorie de commerce envisagée, dans le quartier nord, les deux tiers et parfois même l'ensemble des commerces n'offrent un emploi qu'au seul tenancier. Dans les quartiers périphériques enfin, les commerces d'équipement et les hôtels-café-restaurants mis à part, la majorité des unités de vente fonctionne sans personnel.

Arlon se caractérise donc par une pléthore de « petits commerces », qui risquent de souffrir de l'ouverture de super et hypermarchés à la périphérie de la ville, à moins qu'ils ne se spécialisent pour offrir un choix plus grand ou des articles de valeur qui, généralement, n'apparaissent pas dans ces « usines à vendre ».

E. — LES POSSIBILITÉS DE PARKING.

La configuration des rues du centre et l'encombrement d'une part, la proximité des nombreux bâtiments administratifs d'autre part, expliquent que près des deux tiers des magasins sont d'accès malaisé en voiture et que moins de 10 % sont facilement accessibles dans le centre. Depuis quelque temps, la pose de « park-meters » semble améliorer légèrement le parking au cœur du centre, mais il devient de plus en plus malaisé de se garer sur les places proches du centre commercial. L'avant-projet de plan de secteur proposait, dès 1968, des solutions à ce problème du parking aux abords du centre (7), mais leur réalisation n'est pas encore envisagée actuellement.

Le quartier septentrional, de par sa léthargie, est d'accès beaucoup plus aisé en voiture : les deux tiers des magasins ne présentent aucune difficulté de parking ; le tiers restant, malgré l'étroitesse des rues, est néanmoins d'un accès encore assez aisé.

Aux abords de la gare, on éprouve plus de difficultés pour stationner à cause des voitures appartenant aux nombreux « navetteurs », qui occupent les endroits à stationnement non réglementé. Il en résulte que 57,5 % des commerces sont difficilement accessibles en voiture et que 30 % sont d'accès « assez aisé ». Pour remédier à cette situation, il serait souhaitable que la S.N.C.B. mette plus de places de parkings à la disposition des voyageurs, à l'intérieur même de son enceinte. Les abonnés pourraient avoir accès directement aux voies au départ d'un parking, auquel on accéderait soit par la rue de la Semois, soit par la rue Goffaux.

(7) Il s'agissait, d'une part de créer deux parkings souterrains reliés entre eux, le premier sous la place Léopold et le second sous le parvis de l'église Saint-Martin, et d'autre part d'en aménager un troisième à proximité du square Reine-Astrid.

Dans les quartiers périphériques, enfin, un magasin sur trois est aisément accessible en voiture et 20 % présentent un parking privé réservé à la clientèle. Ces derniers établissements appartiennent aux catégories suivantes : équipement (31,6 %), services (22,7 %), cafés-restaurants (23,5 %). Un peu moins d'un quart des commerces y sont d'un accès malaisé en voiture.

III. — PROSPECTIVE POUR UNE ÉVOLUTION JUSQU'EN 1980.

SYNTHÈSE ET CONCLUSIONS

A. — ÉVOLUTION QUALITATIVE DE 1966 À 1973.

Depuis 1966, la distribution de détail s'est fortement modernisée à Arlon : la cote moyenne passe de 3,04 à 3,47. Le standing des magasins est également en progrès : de 3,01 en 1966, il atteint aujourd'hui 3,29 ; dans une moindre mesure, le commerce tend à se spécialiser, la cote d'achalandage devient 3,22 au lieu de 3,03 pour l'ensemble de la ville. Le rayonnement et la surface moyenne des établissements commerciaux sont aussi en expansion. Cette évolution favorable s'est effectuée à des rythmes variables, d'une part suivant les quartiers, et d'autre part selon les catégories de commerces.

En ce qui concerne les *commerces à fréquentation régulière*, l'évolution a été plus lente en standing dans le quartier de la gare, et en modernisme dans le centre ; elle a été plus rapide dans le quartier nord pour l'achalandage, grâce à l'amélioration des services.

Quant aux commerces caractéristiques des centres, l'amélioration qualitative est générale et très accentuée dans le quartier de la gare et, pour le standing seulement, à la périphérie. Dans le centre et le nord, par contre, pour ce groupe de commerces, les écarts de cotes moyennes entre les deux enquêtes sont plus faibles que pour l'ensemble de la ville. Cette évolution est due essentiellement à la création ou à l'amélioration des magasins d'équipements en dehors du centre actuel et ancien.

Pour l'ensemble du commerce arlonais, l'évolution observée est à attribuer aux faits suivants : les fermetures ont surtout touché les magasins qualitativement insuffisants en 1966, tandis que les réouvertures (résultant du changement d'affectation de certaines cellules) et les créations de magasins ont toujours une cote qualitative supérieure à la cote moyenne générale.

B. — ÉVOLUTION QUANTITATIVE ET STRUCTURELLE DE 1966 À 1973 ; PROPOSITION POUR 1980 (Tableau V).

Les seules catégories qui ont gagné en importance relative et absolue sont les cafés-restaurants et les stations-services, c'est-à-dire les deux

TABLEAU V. — Evolution souhaitable pour 1980.

	Ville						
	Pourcentages			Nombres			Evolution 1973-1980
	1966	1973	1980	1966	1973	1980	
Alimentation	23,1	19,2	20	118	92	80	-12
Horeca	17,0	18,4	15	87	88	60	-28
Services	15,9	19,8	25	81	95	100	+ 5
Sous-total	56,0	57,4	60	286	275	240	-35
Habillement	15,3	14,6	12	78	70	48	-22
Equipements	20,4	19,6	18	104	94	72	-22
Loisirs, luxe- culture	8,4	8,4	10	43	40	40	0
Sous-total	44,0	42,6	40	225	204	160	-44
Total	100	100	100	511	479	400	-79
	Centre						
	Pourcentages			Nombres			Evolution 1973-1980
	1966	1973	1980	1966	1973	1980	
Alimentation	19,3	17,1	17	52	43	38	- 5
Horeca	17,8	19,8	17	48	50	38	-12
Services	13,4	15,1	21	36	38	47	+ 9
Sous-total	50,6	52,0	55	136	131	123	- 8
Habillement	22,7	22,2	19	61	56	43	-13
Equipements	15,2	13,1	12	41	33	27	- 6
Loisirs, luxe, culture	11,5	12,7	14	31	32	32	0
Sous-total	49,4	48,0	45	133	121	102	-19
Total	100	100	100	269	252	225	-27
	Reste						
	Pourcentages			Nombres			Evolution 1973-1980
	1966	1973	1980	1966	1973	1980	
Alimentation	27,3	21,6	24,0	66	49	42	- 7
Horeca	16,1	16,7	12,6	39	38	22	-16
Services	18,6	25,1	30,3	45	57	53	- 4
Sous-total	62,0	63,4	66,9	150	144	117	-27
Habillement	7,0	6,2	2,9	17	14	5	- 9
Equipements	26,0	26,9	25,7	63	61	45	-16
Loisirs, luxe, culture	5,0	3,5	4,6	12	8	8	0
Sous-total	38,0	36,6	33,1	92	83	58	-25
Total	100	100	100	242	227	175	-52

Bases : population 14 000 habitants; 1 commerce pour 35 habitants, soit 400 commerces.

types de commerces dont l'évolution dépend d'une politique d'expansion de firmes industrielles, à savoir, d'une part les brasseries, et d'autre part les sociétés pétrolières. Ce phénomène a été observé aussi dans la région liégeoise. Cela entraîne, dans le cas d'Arlon, une régression structurelle des magasins caractéristiques des centres. Il semble probable, qu'au cours des prochaines années, cette diminution relative des magasins à fréquentation épisodique s'accroît par rapport à l'ensemble des commerces et ceci pour plusieurs raisons : les magasins d'équipement ont tendance à quitter les centres urbains pour s'installer en bordure des voies de communication ; la politique des brasseries ne changera vraisemblablement pas ; l'implantation de nouvelles stations-service sera peut-être freinée à la suite de la crise pétrolière, mais la création de supermarchés, qui appartiennent aussi à la catégorie des services et qui sont souvent dotés d'une station-service, ne fait que commencer dans le sud du pays. Enfin, dans le contexte frontalier, l'abolition progressive des barrières douanières, notamment avec le Grand-Duché de Luxembourg (malgré la longue existence de l'union économique belgo-luxembourgeoise, un certain nombre de produits restaient fortement taxés à leur entrée en Belgique), aura tendance à atténuer le rôle de centre principal d'Arlon vis-à-vis de sa zone d'influence traditionnelle au profit de Luxembourg et, dans une moindre mesure, de Longwy et de l'hypermarché *Carrefour* de Messancy.

A la lumière de ces faits, nous avons tenté de faire une estimation des besoins en commerce pour 1980, en nous basant également sur une légère hausse de la population (14 000 habitants) et sur la progression d'un certain nombre de magasins pléthoriques ou qualitativement dépassés, amenant le nombre d'habitants par commerce de 29 actuellement à 35 en 1980, soit 400 commerces au lieu de 479.

Pour l'ensemble de la ville, les commerces courants (alimentation, horeca, services) représenteraient 60 % du total (57,4 % aujourd'hui). Dans le centre, cette proportion serait ramenée à 55 % (actuellement 52 %), mais dans le reste de la ville, elle atteindrait les deux tiers. Suivant la tendance générale, la régression numérique serait aussi moins accentuée dans le centre de la ville (-10,7 %) qu'à la périphérie (-22,9 %).

La restructuration proposée et sa répartition géographique provoqueraient un *statu quo* numérique des commerces de loisirs-luxe-culture, tant au centre qu'ailleurs, mais l'effort qualitatif observé jusqu'ici devrait continuer et être encouragé. Il s'agit, en effet, de la catégorie qui souffre le moins des grandes unités périphériques, surtout si l'accent est mis sur la rareté et la qualité des articles, que ce soit en bijouterie, librairie, parfumerie, magasin de fleuriste, voire pour les jouets.

Dans le cas des équipements, près des deux tiers devraient se situer en dehors du centre, mais partout leur nombre devrait diminuer (de six unités au centre et de seize ailleurs).

L'habillement est depuis 1966, nettement pléthorique. Il serait souhaitable de spécialiser certains magasins et surtout d'en relever le standing et l'achalandage — dans le centre notamment — dans le domaine des « boutiques » et du prêt-à-porter de qualité. C'est aussi une des catégories qui devrait le moins subir l'influence de la concurrence des grands magasins, à condition d'offrir à la clientèle une grande gamme de modèles originaux de haute qualité, non seulement en confection, mais aussi en maroquinerie, lingerie et chaussures. Ces exigences impliquent une localisation centrale et expliquent la très forte proportion de fermetures ou de reconversions vers d'autres catégories de commerces proposées dans les quartiers périphériques.

Outre les magasins actuels du centre, il conviendrait, au niveau d'Arlon, de créer un certain nombre de services complémentaires dans des domaines aussi variés que la diététique ou la photographie, voire celui des stations-service. C'est pourquoi nous proposons pour cette catégorie la création de cinq cellules nouvelles, à installer de préférence au centre, par exemple en réoccupant une parcelle abandonnée par un commerce d'un autre type. En ce qui concerne les cafés-restaurants, malgré la politique des brasseries, nous estimons que tant leur proportion que leur nombre doit baisser partout et en particulier dans les quartiers périphériques. Quant à l'alimentation, c'est surtout vers les domaines qualitatifs de standing et l'achalandage qu'elle devrait orienter son évolution. Le nombre de ces magasins est à peine excédentaire, même dans les quartiers périphériques du fait de l'accroissement de la densité de population.

Le quartier nord, qui, du point de vue qualitatif, est le moins bien loti, pourrait peut-être connaître un renouveau commercial. L'élimination des taudis au voisinage de Saint-Donat et la mise en valeur de vestiges archéologiques pourraient s'accompagner de la création de commerces attractifs, tels que des restaurants typiques, l'une ou l'autre « boutique » de luxe, etc., vivant surtout du tourisme, mais pouvant aussi servir de lieux de rencontre pour la population résidente et combler l'une ou l'autre lacune relevée dans la fonction commerciale du centre tout proche, dans le domaine de la décoration, de l'antiquariat, des livres anciens et gravures, etc.

En conclusion, d'ici 1980, de nombreuses mutations sont possibles et souhaitables à Arlon dans le domaine commercial. Le centre de la ville ne devrait pas souffrir des nouvelles implantations périphériques et pourrait même s'étendre, à condition que chaque commerçant recherche la qualité tant dans les produits que dans leur présentation. Cette extension du centre commercial régional pourrait même viser à sauver les quartiers de la gare d'une part, du centre d'autre part ; une nouvelle percée, ayant pour origine deux cellules abandonnées depuis de nombreu-

ses années et situées en face de la gare, rejoindrait en galerie commerciale couverte (8), les deux parkings souterrains proposés ci-dessus. En effet, comme cela se vérifie ailleurs, les clients, déçus par les grandes surfaces, ne manqueraient pas de se rendre au centre dans le double but d'être bien conseillés dans leurs achats et de satisfaire leur individualisme, et ce, d'autant plus que l'aménagement du centre sera conçu pour répondre au désir de flânerie de la société actuelle, à l'abri des intempéries et en dehors du bruit de la circulation.

La clientèle étrangère drainée par les grands magasins (en moyenne, il y a 40 % de voitures immatriculées au Grand-Duché aux environs du G.B.) ne sera pas la dernière à réagir de cette façon. Seulement, pour favoriser cette tendance, il est indispensable de créer des places de parking à proximité du centre, voire d'organiser des transports en commun à certaines heures vers le centre ou vers la gare au départ de la périphérie.

Ainsi, on constate que cette étude évolutive débouche automatiquement sur des propositions urbanistiques et d'aménagement du territoire, même dans le cas d'un centre commercial relativement petit comme celui d'Arlon.

Rappelons enfin toute l'importance du rôle joué par le commerce en tant que facteur d'animation du centre et pour donner au centre-ville un paysage urbain de qualité. En améliorant de façon substantielle les aspects qualitatifs de standing et de modernisme du commerce de détail du centre d'Arlon, on peut contribuer largement à la revalorisation du paysage urbain et à sa rénovation. De telles opérations constituent un des éléments essentiels de l'amélioration de l'environnement urbanisé.

(8) L'avant-projet de plan de secteur du Sud-Luxembourg mentionnait déjà cette proposition.

