

DÉVELOPPEMENT DES COMPLEXES COMMERCIAUX

La distribution, et le commerce de détail en particulier, connaît une véritable révolution depuis une trentaine d'années. Engagée dans la consommation de masse, notre société fait du grand magasin un nouveau temple de la vie quotidienne.

À côté des petits commerces indépendants et des magasins à rayons multiples — apparus dans les grandes villes dès la deuxième moitié du XIX^e siècle et dans les petites après 1950 — ont surgi à partir des années 1960, sur le modèle américain, les supermarchés et les hypermarchés.

Ces vastes surfaces commerciales sont installées à la périphérie des centres urbains, sur des terrains peu coûteux proches des principaux axes routiers. Les clients s'y rendent en voiture et y disposent de vastes parkings. Ils y trouvent un éventail de produits à bas prix. Munis d'un « caddie », ils déambulent librement entre les rayons, se servent eux-mêmes — s'ils le désirent, car il n'y a pas d'obligation d'achat — puis passent à la caisse. Oubliés les magasins où l'on n'entre que pour acheter et où l'on est pris en charge du début à la fin par un vendeur.

Les petits et moyens magasins, incapables de faire baisser leurs coûts, ne peuvent concurrencer ces « grandes surfaces » et disparaissent peu à peu. Dans les années 1980, cette évolution s'accroît avec la création des galeries marchandes. Celles-ci sont des complexes fermés et climatisés gérés par des sociétés immobilières et commerciales. Divisées en cellules modulables et interchangeableables, elles réunissent des boutiques, des cafés-restaurants, etc. Le tout est dirigé par un gestionnaire qui assure la cohérence commerciale et fait respecter un règlement d'ordre intérieur très strict auquel sont soumis les exploitants : heures d'ouverture, aménagement des vitrines, pratiques commerciales, etc. Situées parfois dans les centres-villes, plus souvent en péri-

phéries, ces galeries commerciales ont tendance aujourd'hui à investir le secteur des loisirs. Ils s'adjoignent un complexe sportif ou un complexe cinématographique, ou encore un parc de délasserment. Isolés de la ville, ils constituent des pôles régionaux d'attractivité qui concurrencent sévèrement les vieux noyaux commerciaux urbains.

Cette évolution alimente la tendance centrifuge des villes. Elle crée de nouveaux lieux de rencontres qui progressivement se substituent aux rues et places des espaces urbains traditionnels. Ceux-ci sont alors confrontés au phénomène de désertification. Les commerçants indépendants, démunis face aux grands groupes immobiliers et aux chaînes commerciales, peinent à assurer leur survie. Aux friches industrielles pourraient bientôt s'ajouter des friches commerciales.

L'implantation de ces galeries pose également la question de la gestion parcimonieuse du sol. Durant ces 20 dernières années, les surfaces commerciales ont augmenté de 222 % en Belgique, au détriment de terres agricoles. Tous ces commerces de périphérie ne peuvent être desservis que par des camions et nécessitent une voiture pour s'y rendre. Ils concourent donc à accroître les flux de circulation, sources de pollution et de gaspillage d'énergie. Les nuisances paysagères liées à une architecture fonctionnelle et standardisée du type « boîtes à chaussures » sont aussi un argument qui pousse à réguler et réglementer la prolifération de ces espaces...

Jean-Michel Brogniet.