

À partir des années 1960, les petits magasins commencent à souffrir de la concurrence des grandes surfaces et des galeries commerciales. Ce changement dans les manières de s'approvisionner est notamment lié à une mobilité individuelle accrue.

■ Dans les centres-villes anciens, les rues sont mal adaptées à la circulation des voitures et le stationnement est difficile et souvent payant. Pour effectuer leurs achats, les clients préfèrent se rendre dans les grandes surfaces et les galeries commerciales qui se construisent en périphérie urbaine dès les années 1960. Ils y trouvent non seulement de vastes parkings et des chariots pour transporter leurs courses, mais aussi des prix concurrentiels. Pour faire du lèche-vitrine également, les clients délaissent la ville pour flâner dans les centres commerciaux. Ceux-ci regroupent des magasins variés sur une surface limitée. Le stationnement y est aisé. L'accès s'effectue de plain-pied, par escalier mécanique ou ascenseur. La promenade se déroule dans une enceinte éclairée, climatisée, décorée, sonorisée. Le promeneur peut circuler à son aise, sans craindre les intempéries, le passage des voitures, etc.

■ Les petits commerçants de centre-ville, propriétaires de leur magasin, réputés pour leur savoir-faire professionnel, issus souvent d'une « dynastie » spécialisée dans la vente des mêmes produits, cèdent la place aux franchisés et aux gérants. Ceux-ci ne tirent plus leur identité de leur magasin, dont l'enseigne atteste qu'il dépend d'une chaîne de distribution. Ces commerçants nouveaux n'habitent plus sur place, ne se font plus vivre mutuellement, se connaissent moins bien et mènent plus difficilement des actions communes pour valoriser le commerce de centre-ville.

## Les quatre âges d'un petit commerce

Jusqu'en 1980, beaucoup de magasins de centre-ville sont encore des entreprises familiales. Leur histoire a débuté modestement au XIXe siècle et ils ont grandi lentement jusqu'aux années 1950. Ils se sont développés vigoureusement après la Deuxième Guerre mondiale, bénéficiant de la bonne santé de l'économie. Ils ont commencé à décliner pendant la crise des années 1970 et, pour beaucoup, ont fini par disparaître.

Fondé en 1893 à Baulet, près de Fleurus, le magasin de mercerie de la famille Hubeau-Dejaiffe s'installe dans le centre-ville de Châtelet en 1909.

En 1925, l'aîné des enfants reprend l'affaire familiale. Il achète les deux immeubles voisins, étend la surface de vente, élargit la gamme de produits, donne à la firme de l'importance et du rayonnement.

En 1954, le magasin adhère à la chaîne de franchisés Priba-Unic et se transforme en rayons multiples.

À l'étroit dans ses installations, le magasin est transféré en 1965 dans un immeuble nouvellement construit à quelques dizaines de mètres de l'ancien et disposant d'un parc aménagé en parking.

En 1972, le petit-fils du fondateur prend le relais. Il maintient l'entreprise en vie malgré les temps difficiles. L'âge venant, ses enfants ne souhaitant pas lui succéder, il remet son affaire à un tiers à la fin des années 1980...

▼ Photographies de l'intérieur du magasin Hubeau-Dejaiffe et Hubaux-Huart. Châtelet. 1920-1965.

1. 1920. Le magasin occupe une surface réduite. Le patron est présent et prêt à recevoir personnellement les clients.
2. 1950. Le magasin a grandi. Plusieurs rayons spécialisés sont à la disposition des clients. Des vendeuses attendent ceux-ci derrière leur comptoir.
3. 1954. La boutique se transforme en magasin à rayons multiples. L'offre s'accroît et se diversifie. Le personnel est encore à la disposition des clients qui désirent se faire conseiller.
4. 1965. Le magasin a atteint le stade d'une moyenne surface. Il fonctionne en libre-service. Les clients se servent eux-mêmes dans les rayons en s'aidant de « caddies » et paient aux caisses en sortant...

