

Une galerie commerciale africaine à Bruxelles

par KANENE IMPALI

MOTS CLES. — *Galerie commerciale, structure commerciale, niveau qualitatif des commerces, évolution commerciale.*

RESUME. — *La galerie d'Ixelles, une des quarante galeries que compte la capitale belge, est aujourd'hui spécialisée dans les produits africains, vêtements et cosmétiques principalement. L'étude tente d'expliquer sa mutation récente et présente parallèlement une analyse de sa structure commerciale et de l'animation qui y règne. Elle cherche à individualiser les facteurs de son succès et propose quelques modifications susceptibles d'augmenter son attrait.*

A. — INTRODUCTION

Bruxelles possède une quarantaine de galeries et passages. Certaines sont prospères, d'autres moins, d'autres encore ont échoué. La galerie d'Ixelles, située entre la chaussée d'Ixelles et la chaussée de Wavre, connaît un réel succès. C'était pourtant une galerie morte il y a quelques années. Comment expliquer ce changement ?

Elle a été progressivement investie par des commerçants Noirs pour y vendre des produits spécifiquement africains, vêtements et cosmétiques entre autres. Elle est à présent connue non seulement des Noirs d'Afrique habitant Bruxelles, mais aussi de nombreux autres résidant tant en Europe Occidentale que dans les pays africains.

Sur le plan commercial, "une galerie commerciale est un ensemble de magasins situés de part et d'autre d'une ou plusieurs artères couvertes créant un pôle commercial encourageant la flânerie du public" (J.A. Sporck et B. Mérenne-Schoumaker, 1980).

Pour qu'une galerie connaisse un succès, il faut qu'elle remplisse les conditions suivantes :

- 1) il est primordial qu'elle se situe au sein d'une zone de chalandise dense, de manière à pouvoir profiter notamment des transports en commun qui desservent déjà ce quartier;
- 2) elle doit être située à proximité immédiate d'un pôle d'attraction important :

une gare très fréquentée, un centre commercial réputé ou une grande surface spécialisée ou non d'enseigne connue;

- 3) elle doit bénéficier d'un grand parking;
- 4) elle doit être tracée dans l'axe du courant piétonnier;
- 5) la surface et la structure des magasins ne peuvent être uniformes;
- 6) elle doit bénéficier de "locomotives";
- 7) il faut des formes simples, des surfaces suffisantes et des commerces variés (C.B.D., 1978).

La galerie d'Ixelles ne remplit malheureusement pas toutes ces conditions (fig. 1). Elle n'a pas de "locomotive(s)", les cellules sont exigües et semblables. Du côté de la chaussée d'Ixelles, on pénètre par un couloir relativement étroit, bordé de magasins d'un seul côté; ce couloir débouche sur la galerie proprement dite par deux escaliers de plusieurs marches qui corrigent la dénivellation.

L'étroitesse de l'accès et les escaliers constituent un double obstacle à l'entrée de la galerie, si bien que les entrées par la chaussée d'Ixelles, qui pourtant est une des premières artères commerciales de la ville, sont bien moins nombreuses que celles du côté de la chaussée de Wavre, qui est une rue peu engageante du point de vue commercial et dont le standing est moins élevé. Le système d'aération est insuffisant. Tout ceci explique en partie l'insuccès de la galerie d'Ixelles depuis sa création jusqu'il y a quelques années. Mais actuellement, elle connaît une situation plus enviable.

B. — LE CADRE IMMOBILIER

La galerie d'Ixelles a été construite en 1954 par la société *Etrimo* à l'emplacement d'un cynodrome (courses de lévriers) qui connut de beaux jours dans l'immédiat après-guerre. Elle comporte 63 cellules et 10 vitrines. La surface totale est de 15 000 m². La cellule de base mesure 3,10 m de largeur et 4,50 m de profondeur (voir fig. 1). Aux extrémités s'élèvent deux "tours", l'une de quatre niveaux du côté de la chaussée de Wavre et l'autre de trois niveaux du côté de la chaussée d'Ixelles, niveaux affectés à des appartements. Le sous-sol est occupé par un parking de 90 places.

Les cellules ont pratiquement toutes la même largeur, la même vitrine et la même forme, ce qui a contraint certains commerçants à en occuper plusieurs et à abattre les cloisons. D'autres ont résolu la question en exposant leurs marchandises dans les allées, ce qui donne un air de marché public à la galerie. Chaque cellule est dotée d'une mezzanine qui sert de bureau ou de réserve d'atelier. Chaque boutique est chauffée par un radiateur classique. La galerie ne dispose d'aucune cabine téléphonique publique.

A une époque où le revenu cadastral était relativement peu élevé, cellules et vitrines ont été acquises tant par des commerçants professionnels ou amateurs que par des investisseurs soucieux de faire un placement rentable. A l'heure

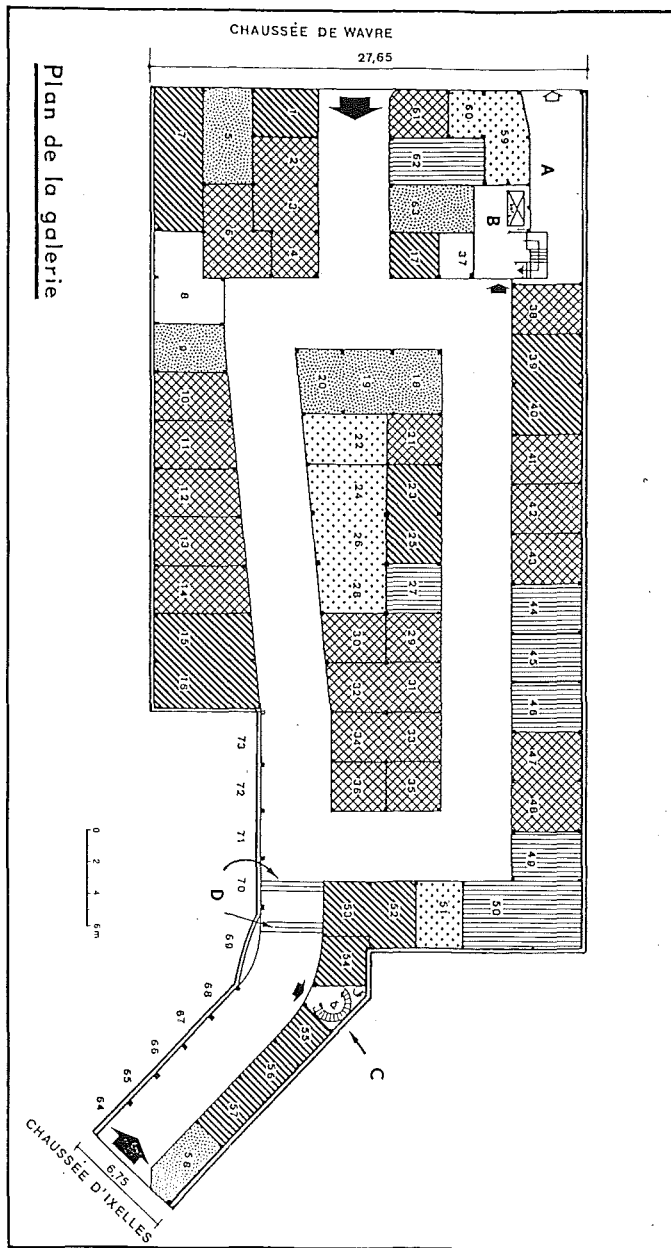


FIG. 1. — (Source : plan cadastral complété).

A : pente vers garage; B : hall appartement; C : entrée appartements; D : escaliers.

actuelle, seuls sept commerçants, dont deux Africains, sont propriétaires de leur magasin. Les autres sont locataires. Les loyers varient entre 8 000 et 20 000 francs ou plus en fonction de la surface, de l'emplacement et du sens du trafic.

Au moment de notre enquête, toutes les cellules de la galerie étaient occupées, à l'exception de deux. Ce taux d'occupation a été favorisé par l'arrivée des commerçants africains.

C. — LA STRUCTURE COMMERCIALE

1. — *Répartition des commerces par branche.* — La galerie comporte 40 commerces, qui se répartissent comme l'indiquent la figure 1 et le tableau I.

TABLEAU I.— Répartition des commerces par branche.

Branches	Fréquentation journalière			Sous- total	Fréquentation épisodique			Sous- total	Total
	Services	Cafés Restaurants	Alimen- tation		Habille- ment	Equipe- ment	Loisirs Luxe Culture		
Nombre	4	5		9	28	1	2	31	40
o/o	10	12,5		22,5	70	2,5	5	77,5	100

Dans la galerie d'Ixelles, les commerces à fréquentation régulière sont moins nombreux (22,5 o/o) que les commerces à fréquentation épisodique (77,5 o/o). Comme le tableau I le montre, la grande spécialité de la galerie d'Ixelles est l'habillement qui comprend à lui seul 70 o/o des commerces. Ce phénomène n'est pas particulier à la galerie d'Ixelles, il se retrouve dans les mêmes proportions dans les autres galeries de Bruxelles comme l'indique le tableau II. ...

2. — *La qualité des commerces de la galerie d'Ixelles.* — Si l'on se réfère aux critères de qualité définis par le professeur Sporck (1975), on peut coter les magasins de la manière indiquée au tableau III. Il s'agit de moyennes calculées sur l'ensemble des magasins de chaque catégorie.

La "méthode Sporck" cote les magasins de 1 à 8, mais il est exceptionnel que les cotes 7 et 8 soient attribuées en Belgique. La cote 6 est généralement considérée comme très favorable. Rappelons qu'il faut entendre par *standing* la

TABLEAU II. — Structure de quelques galeries de Bruxelles
(nombre de commerces).

	<i>Alimen- tation</i>	<i>Cafés Restaurants</i>	<i>Services</i>	<i>Habille- ment</i>	<i>Equipe- ment</i>	<i>Loisirs Luxe Culture</i>	<i>Total</i>
Galerie Agora	2	2	3	34	3	24	68
Galerie du Centre	1	5	2	29	3	6	46
Galerie Louise	2	9	4	34	11	18	78
Galerie de la Porte Louise	1	1	4	33	3	6	46
Galerie de la Toison d'Or	4	9	16	133	5	47	194
Galerie du Cinquantenaire	3	2	6	13	2	8	29

N.B. : A la différence de ces galeries, l'alimentation est inexistante dans celle d'Ixelles.

Source : C.B.D., 1978.

TABLEAU III. — Evaluation qualitative des points de vente de la galerie.

<i>Catégories</i>	<i>Nombre</i>	<i>Cotes</i>		
		<i>Standing</i>	<i>Modernisme</i>	<i>Rayonnement probable</i>
Equipement	1	3,5	3,2	5
Habillement	28	3,6	3,8	6
Loisirs, luxe, culture	2	3,7	3,2	5
Cafés-restaurants	5	3,3	3,7	3
Services	4	4,2	4	3
Total	40			
Cote moyenne		3,6	3,5	4

position du commerce dans une hiérarchie de valeurs eu égard à la qualité, la présentation et l'aspect des produits vendus et à leur cadre d'exposition. Dans la galerie d'Ixelles, le standing varie entre 3,3 et 4,2; la cote générale est de 3,6. Ceci est dû au fait que dans la plupart des magasins d'Africains, le mobilier est élémentaire.

Le *modernisme* se réfère à l'âge plus ou moins récent des équipements nécessaires ou utiles, à l'aspect plus ou moins nouveau ou récemment restauré du cadre d'exposition. Depuis sa construction en 1954, la galerie n'a pas connu de modification ni de rénovation et la cote générale de modernisme de ses commerces est de 3,5.

Par *rayonnement probable*, on entend "l'aire d'influence supposée des commerces". La galerie d'Ixelles mérite dans ce cas la cote 6 pour les commerces d'habillement surtout africain, car ils desservent plusieurs pays. Tandis que les services et cafés ne desservent qu'une partie de la population bruxelloise et nous leur donnons la cote 3.

D. — GALERIE AFRICAINE

Il y a plusieurs raisons à l'implantation du commerce africain dans la galerie d'Ixelles. La présence de l'Ambassade du Zaïre, rue Marie de Bourgogne, et de la Maison Africaine, rue d'Alsace-Lorraine, a encouragé de nombreux Africains à s'installer dans ce quartier. Parallèlement s'y sont ouverts des restaurants, des snack-bars et des dancings répondant davantage aux goûts et aux usages de l'Afrique. Ce quartier est vite devenu un grand centre d'animation des Africains, au point que les Zaïrois l'ont surnommé "Matonge", à l'exemple du quartier le plus animé de la ville de Kinshasa et qui porte ce nom.

E. — L'ANIMATION DE LA GALERIE

Un comptage des personnes fréquentant la galerie a été effectué le mardi 8 novembre 1983, de 12 h à 13 h 15 et le samedi 12 novembre 1983, de 15 h à 16 h 45. Les heures choisies sont des heures de pointe. Les résultats sont repris dans les tableaux IV et V.

C'est un commerçant belge qui le premier a eu l'idée d'ouvrir, dans les années 70, un magasin de vêtements et de produits non-alimentaires typiquement africains. 1977 vit l'installation du premier commerçant africain, suivi bientôt de plusieurs autres. A partir de 1980, la galerie est progressivement investie par d'autres commerçants africains attirés par l'environnement favorable que constituait l'ensemble du quartier et par les loyers peu élevés.

La répartition suivant la nationalité des commerçants s'établit de la manière suivante :

- Africains : 27 (dont 26 Zaïrois et 1 Béninois)
- Belges : 10
- Italiens : 2
- Pakistanais : 1

Les Africains exploitent 22 commerces d'habillement (uniquement pour dames), 2 snacks et 3 services. Donc sur 40 commerces, il y en a 27 qui appartiennent aux Africains, soit 67,5 0/o.

TABLEAU IV. — Nombre de personnes ayant fréquenté la galerie le mardi 8 novembre 1983 de 12h à 13h15.

Heures	Entrées			Sorties		
	Africains	Autres	Total	Africains	Autres	Total
12h00 - 12h15	20	8	28	8	6	14
12h15 - 12h30	15	9	24	5	7	12
12h30 - 12h45	28	5	33	4	5	9
12h45 - 13h00	25	11	36	6	8	14
13h00 - 13h15	27	13	40	7	8	15
Total	115	46	161	30	34	64

TABLEAU V. — Nombre de personnes ayant fréquenté la galerie le samedi 12 novembre 1983 de 15h à 16h15.

Heures	Entrées			Sorties		
	Africains	Autres	Total	Africains	Autres	Total
15h00 - 15h15	23	7	30	12	8	20
15h15 - 15h30	33	9	42	9	8	17
15h30 - 15h45	35	12	47	10	13	23
15h45 - 16h00	36	11	47	7	8	15
16h00 - 16h15	42	14	56	11	12	23
Total	169	53	222	49	49	98

Le commerce d'habillement pour dames africaines constitue une véritable spécialisation de la galerie, ce qui donne à la galerie d'Ixelles l'allure d'une véritable "galerie commerciale africaine".

Les tableaux IV et V montrent que la majorité des personnes qui entrent dans la galerie sont des Africains. Les non-Africains sont minoritaires et utilisent souvent la galerie comme un simple passage. Les quelques Européens qui entrent dans les boutiques africaines sont ceux qui ont un conjoint ou un ami africain. Les Africains représentent donc de trois quarts à quatre cinquièmes des clients de cette galerie.

La galerie d'Ixelles ne connaît que l'animation naturelle assurée par sa clientèle qui est en majorité africaine. Aucune manifestation (culturelle ou commerciale; braderie) n'y est organisée. L'association des commerçants est en veilleuse. Comme nous l'avons déjà signalé, le public pénètre dans la galerie suivant un débit qui est plus élevé à l'entrée du côté de la chaussée de Wavre plutôt qu'à celle située du côté de la chaussée d'Ixelles. Les trois quarts de personnes qui y entrent, sont ceux qui vont lécher les vitrines ou acheter quelque chose. Les magasins d'habillement pour dames africaines et de produits cosmétiques, les coiffures, les disquaires et les snack-bars exercent un attrait considérable sur les Africains. A la galerie, les Africains se retrouvent entre eux et créent une ambiance africaine.

F.— CONCLUSION

La réussite d'une galerie ou d'un passage commercial est tributaire de facteurs fort subtils. Dans le cas de la galerie d'Ixelles, la présence d'escaliers au lieu d'un plan incliné, l'uniformité et l'exiguïté des cellules, l'aération insuffisante, l'entrée principale située du côté de la chaussée de Wavre plutôt que du côté de la chaussée d'Ixelles sont des éléments qui ont surtout freiné son développement. Si la galerie d'Ixelles peut prétendre à une mention honorable dans le palmarès commercial de Bruxelles, c'est grâce à la présence des commerces africains. Un concours de circonstances a concentré dans les environs une clientèle africaine cherchant un assortiment selon ses goûts et une atmosphère détendue de marché africain. On peut dire que la galerie d'Ixelles connaît enfin aujourd'hui un succès véritable tant souhaité par ses promoteurs.

Cette galerie gardera-t-elle son caractère relativement mixte sur le plan des nationalités ou bien son caractère africain ira-t-il en s'accentuant ? Dans ce dernier cas, on pourrait regretter la formation d'un ghetto qui serait dommageable non seulement à la galerie elle-même, mais aussi à son environnement immédiat.

L'organisation de manifestations culturelles ou commerciales, la rénovation de la galerie, pourraient exercer un attrait considérable sur les passants et la galerie d'Ixelles pourrait alors rivaliser avec d'autres galeries bruxelloises.

BIBLIOGRAPHIE

- C.B.D., 1978. — Galeries et Passages en Belgique, *Information Spécialisée*, n° 3.
- DEFOSSE A., 1978. — Galeries et Passages en Belgique. Essai de diagnostic, *Bull. d'Urbanicom*, Juin 1978.
- MERENNE-SCHOUMAKER B., 1981. — Structures commerciales des rues et des centres piétonniers. Essai de comparaison de quelques cas français et belges, *Bull. de la Soc. belge d'Etudes géogr.*, t. L, n° 2, pp. 135-144.
- SPORCK J.A., 1975. — Evaluation qualitative des commerces, "la méthode Sporck", *Feuillets Techniques du C.B.D.*, n° 883.
- SPORCK J.A., 1976. — *Galeries et Passages en Europe occidentale. Structure, spécialité et qualité*. 23ème Congrès International de Géographie, K 28, Géographie des marchés, Moscou.
- SPORCK J.A., 1979. — L'importance de la fonction commerciale "centre-ville", *Bull. de la Soc. d'Etude et d'Expansion*, n° 281.
- SPORCK J.A. et MERENNE-SCHOUMAKER B., 1980. — *Géographie du commerce de détail*. Université de Liège (notes de cours).
-

