

EXPOSITION KASSA KASSA!

THÈME 3 : LE PETIT BAZAR

Le magasin au coin de la rue. La plupart d'entre nous le connaissent, s'en souviennent et l'encensent. Une *vague de nostalgie nous* submerge quand nous poussons la porte de ce petit magasin où le temps semble s'être arrêté. Rien que le comptoir avec sa vieille balance et les rayons *débordant de* conserves et de bonbons nous mettent le sourire aux lèvres. La gérante fière et expérimentée, qui connaît les souhaits et la vie de ses clients aussi bien que les marchandises qu'elle choisit et étale avec soin, complète le tableau.

Nostalgie d'une époque révolue ? Loin de la réalité économique, où les magasins de quartier sont en voie de disparition ?

Comment et où ferons-nous nos courses demain ?

Des intérieurs de magasin bien conservés

Les commerçants présentent leurs marchandises de la façon la plus attrayante possible. La vitrine attire les clients de loin et l'intérieur est conçu pour inciter à l'achat. Mais l'aménagement d'un magasin est généralement de courte durée. L'architecture du magasin s'adapte sans cesse aux dernières tendances du commerce de détail. Les intérieurs de magasins au long passé, imprégnés d'histoires et de souvenirs, sont plutôt rares.

Bon nombre d'intérieurs remarquables disparaissent sous les coups de massue lors de travaux de rénovation ou à la suite d'un changement de propriétaire. Depuis une dizaine d'années, l'association Arsène sensibilise les commerçants et autorités à l'importance de chérir et de conserver les intérieurs de magasins historiques. Le livre « Goed bewaarde winkelinterieurs » (intérieurs de magasins bien conservés) de Katherine Ennekens (éditions Luster, 2014) a relancé le débat. Aujourd'hui, en Flandre, une dizaine d'intérieurs de magasin sont classés.

Les magasins gantois hier et aujourd'hui

Les magasins contribuent beaucoup au côté vivant d'une ville. La richesse de l'offre attire non seulement les habitants, mais aussi des personnes extérieures à la ville, surtout pour les achats non quotidiens comme les vêtements et les articles de luxe. Nous vous présentons ici quelques chiffres qui vous aideront à comprendre les tendances et évolutions ayant marqué le milieu du shopping au cours des dernières décennies, ainsi que des photos et des histoires de magasins spécifiques qui contribueront à rendre ces évolutions tangibles.

En 1984, Gand et ses sections comptent 4.356 magasins. En 2021, plus de la moitié ont disparu : il n'en reste plus que 2.061. La surface des magasins est toutefois plus grande, en général.

La proportion de magasins faisant partie d'une chaîne est également en augmentation puisqu'elle est aujourd'hui d'un magasin sur quatre. Ces chaînes de magasins représentent pas moins de 45 % de la surface commerciale. Il reste néanmoins un grand nombre de commerçants indépendants, surtout dans le centre. En ce qui concerne les produits vendus, les commerces alimentaires sont les plus nombreux, suivis des magasins de vêtements et de chaussures. En 2021 comme en 1984, environ un magasin sur trois vend principalement de la nourriture et des boissons.

Des grands magasins dans le centre-ville

À la fin du XIXe siècle, Au Bon Marché s'implante sur le Korenmarkt, à l'angle de la Donkersteeg. D'autres grands magasins lui succéderont par la suite. La palme de la longévité revient à SARMA (Société Anonyme pour la Revente d'articles de Masse), qui y reste de 1928 à 1997. Ce grand magasin vise un large public en proposant le concept des prix uniques : une gamme de produits populaires vendus à cinq prix bas échelonnés. Pour attirer les clients, Sarma dispose également de son propre restaurant, une formule à succès reprise par le magasin qui occupe les lieux aujourd'hui : HEMA (Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam).

Des magasins en périphérie le long des chaussées

Ouvert en 1967 sur la Kortrijksesteenweg, le SuperBazar est le premier hypermarché de la région gantoise. Avec sa surface commerciale de 15.000 m², son vaste assortiment, sa situation le long d'une voie d'accès et son grand parking, il est l'exemple-type du magasin de périphérie. Avec la montée en puissance de l'automobile et l'exode urbain, ce nouveau type de magasin connaît une forte augmentation à partir de 1970. Les consommateurs apprécient l'expérience de shopping offerte par cette juxtaposition de filiales de chaînes de magasins, d'établissements horeca et de stations-service. Bien que la surface commerciale le long des grand-routes n'ait cessé d'augmenter, la tendance semble commencer à s'inverser. Avec l'attention croissante portée au transport durable et à la lutte contre l'inoccupation des immeubles commerciaux dans les centres des villes et villages, les magasins de périphérie n'ont plus le vent en poupe.

Maisons de confiance

En 2021, Gand compte environ 2.200 indépendants actifs dans le commerce de détail. Certains d'entre eux perpétuent une longue tradition. Les commerces qui existent depuis plusieurs générations sont de véritables institutions pour de nombreux Gantois et figurent dans les guides touristiques. Même lorsqu'il n'y a plus de successeur dans la famille, les repreneurs de ces maisons de confiance s'efforcent de continuer à offrir le même niveau de qualité et de service à une clientèle fidèle. Tierenteyn-Verlent, où la moutarde est toujours fabriquée maison selon une recette d'antan, est une valeur sûre depuis 150 ans sur le Groentenmarkt.

Les rues commerçantes prennent des couleurs

Dans les années 1960, il faut encore aller jusqu'à Lille, Bruxelles ou Anvers pour espérer trouver du jambon espagnol Serrano, du couscous maghrébin ou des légumes méditerranéens comme les poivrons et les aubergines. Ce n'est qu'à partir des années 1970 que les produits de ce type deviennent également disponibles à Gand. Avec l'intensification de la migration en provenance notamment de Turquie, de plus en plus de magasins sont exploités par des immigrés. Ils proposent des produits de leur pays d'origine que l'on ne trouve pas ailleurs.

Ils sont également plus faciles d'accès qu'une quelconque boulangerie ou épicerie belge pour les nouveaux arrivants qui ne parlent pas bien la langue.

Concept stores et Experience stores

Les magasins cherchent de plus en plus à créer une expérience unique. Cela leur permet de se démarquer face à l'e-commerce. Les concept stores ne limitent pas leur offre à une seule catégorie de produits, mais combinent différents éléments autour d'un thème central ou d'un mode de vie donné. L'atmosphère et l'aménagement du magasin contribuent à son attrait. Une autre tendance de plus en plus populaire est la présence d'un coin café ou d'un restaurant dans l'espace du magasin. L'idée n'est pas vraiment neuve cependant : les grands magasins étaient les vrais pionniers dans ce domaine. À la campagne, les établissements hybrides faisant fonction à la fois de café de village et de magasin ne sont pas rares et existent depuis longtemps.

Rues commerçantes uniformes

Aujourd'hui, la Veldstraat et la Langemunt ressemblent à peu près à n'importe quelle autre grande rue commerçante d'Europe. Parmi les 56 commerces de la Veldstraat, un seul indépendant subsiste : une pharmacie. Le reste est aux mains de chaînes belges et étrangères. C&A est la première multinationale à s'implanter dans cette rue dans les années 60. La Langemunt, petite sœur de la Veldstraat, est devenue en 1982 la première rue commerçante piétonne. Elle est souvent bondée, surtout depuis l'arrivée de Primark en 2015.

L'inoccupation des commerces en hausse

L'inoccupation dans les rues commerçantes est en augmentation depuis quelques années, et pas seulement à Gand. La crise du coronavirus renforce cette tendance : en 2021, plus de 13 % des commerces sont inoccupés en Belgique, un record. Avec son taux d'inoccupation des magasins et de l'horeca de 11 %, Gand s'en sort un peu mieux que la moyenne. Le centre-ville en particulier reste en grande partie épargné. L'e-commerce devrait toutefois continuer à se développer, et on peut se demander quel sera l'impact sur la rue commerçante. La ville prend des initiatives pour limiter l'inoccupation, mais c'est la loi de l'offre et de la demande qui régit le marché.