

A l'initiative du Gouvernement de la
Region Bruxelles Capitale



 **Atrium**

*Agence régionale pour l'investissement urbain et le
management transversal des quartiers commerçants*



*Regionaal agentschap voor de investering in de stad
en het transversaal management van de handelswijken*

COEUR DE SAINT-JOSSE

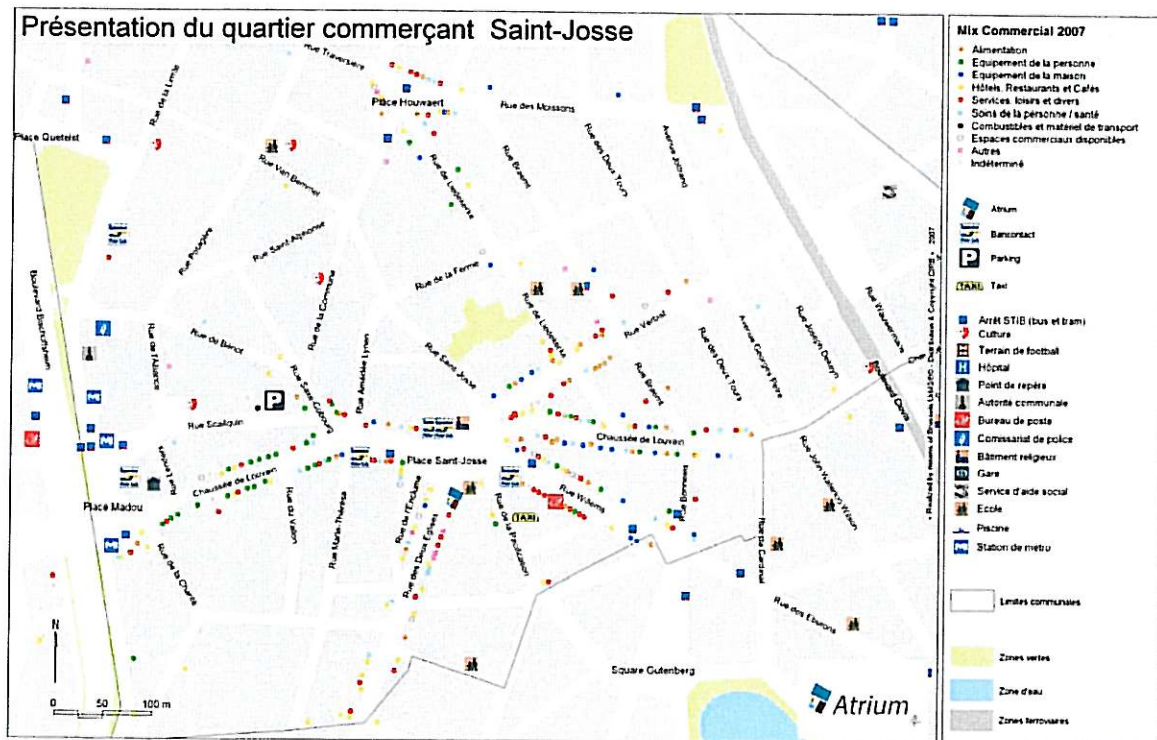
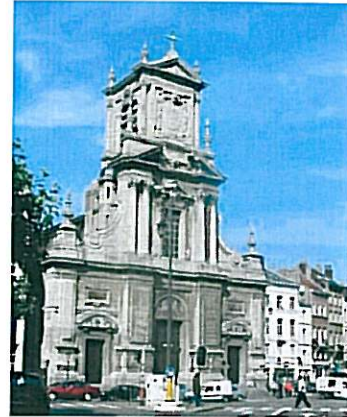
Profil et habitudes de consommation du chaland bruxellois **— 2007**

VI. PROFIL DU QUARTIER COMMERÇANT

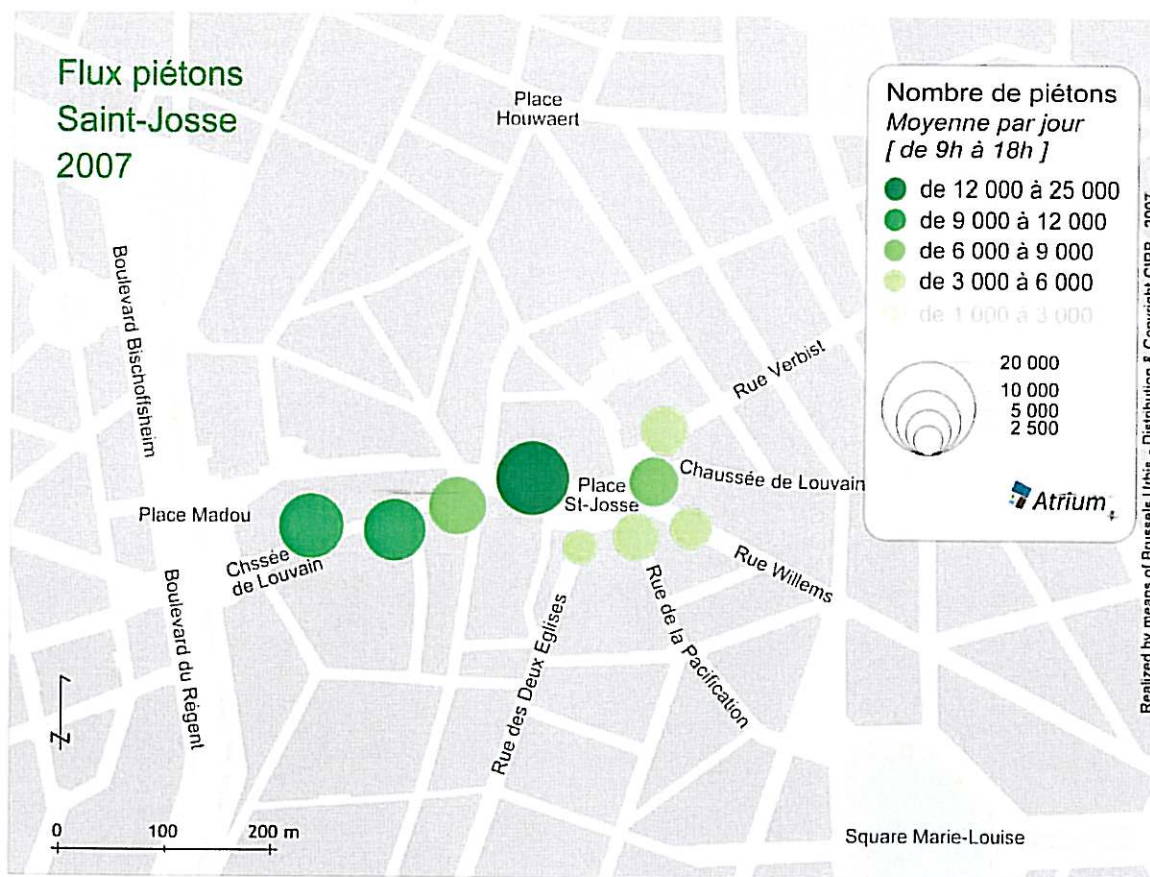
SAINT-JOSSE

Autour d'une très belle église baroque, commerces de proximité et magasins spécialisés (tissu, alimentation, etc.) se répartissent entre la **chaussée de Louvain**, entièrement consacrée aux fins de série des plus grandes marques et la **rue Verbist**.

Le quartier est à deux pas des institutions européennes, voisin de ministères fédéraux, régionaux et communautaires.



Flux Piétons



Portrait du chaland

Couples acheteurs, néerlandophones (20 %)

Ces chalands vivent en couple avec 1 ou 2 enfants. Ils sont employés ou fonctionnaires. Leur langue maternelle est le néerlandais et souvent l'anglais est mentionné comme seconde langue. Ils ont un revenu allant de 2500 à plus de 4000€ par mois.

Ils n'habitent pas dans le quartier, ne viennent pas pour de la famille ou des amis. Ils viennent pour y effectuer des achats une fois par mois pour un montant de plus de 100€ par semaine.

Travaillant, famille-amis, sans enfants (27%)

Agés de 25 à 39 ans, ces chalands vivent seuls, sans enfants. Ils gagnent de 1000 à 1500€ par mois. Ils sont employés ou parfois ouvriers. Leur langue maternelle est le français.

Ils sont venus dans ce quartier d'abord parce qu'ils y travaillent, ou parce qu'ils viennent voir de la famille ou des amis. Ils n'habitent pas le quartier. Ils effectuent des achats de 3 à 6 fois par semaine et dépensent un montant hebdomadaire de 25 à 50€.

Profil Etrangers, couples, habitants (21%)

Agés entre 40 et 59 ans, ces chalands vivent en couple et ont plusieurs enfants (2, 3, 4 et plus). Leur langue maternelle est le turc ou l'arabe, leur seconde langue le français. Ils sont indépendants, ouvriers ou au foyer. Leur ménage gagne de 1500 à 2500€.

Ils habitent le quartier et y effectuent des achats tous les jours. Le montant hebdomadaire de leurs achats se situe entre 50 et 100€.

Demandeurs d'emploi, habitants (14 %)

Ces chaland ne vivent pas en couple (hommes et femmes seuls ou avec enfants). Ils sont demandeurs d'emploi et gagnent moins de 1000€ par mois. La langue maternelle issue des pays de l'Est est proportionnellement plus souvent mentionnée.

Ils habitent le quartier et s'y promènent mais ne vont pas dans les cafés ou restaurants. Le montant hebdomadaire de leurs achats est de 10 à 25€.

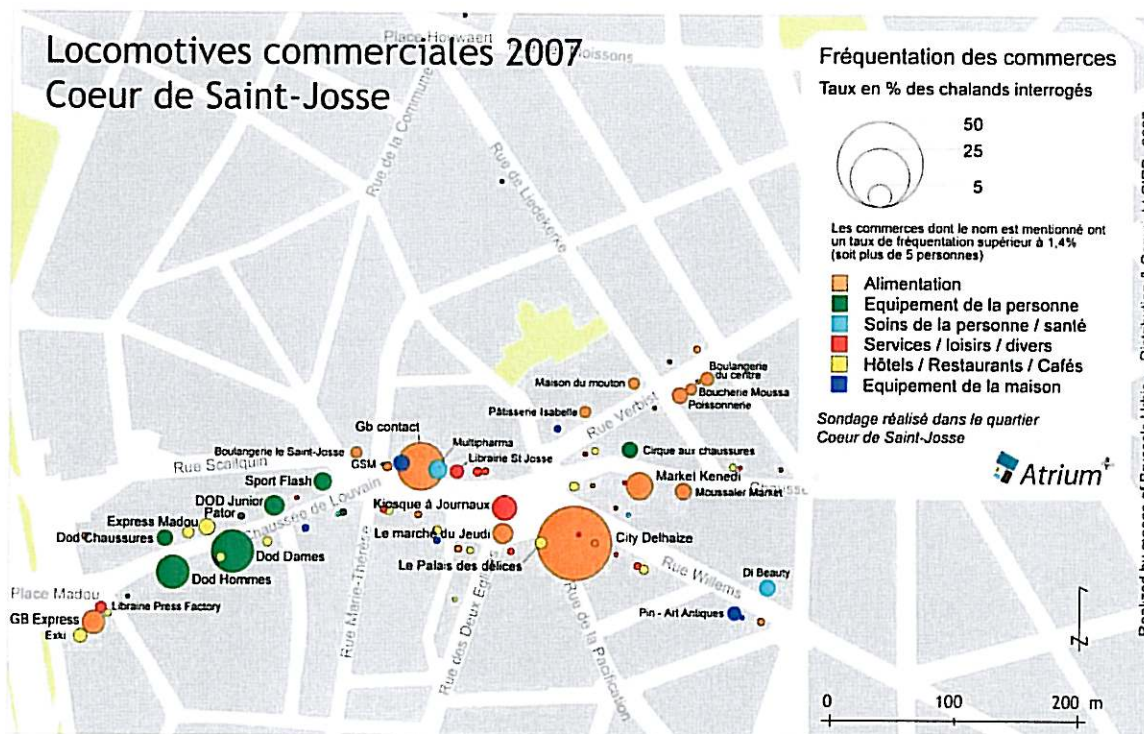
Jeunes, étudiants (7 %)

Ces jeunes de moins de 24 ans, sans enfant, sont dans le quartier pour leurs études.

Retraités, habitants (11 %)

Agés de plus de 60 ans, ces retraités n'ont pas d'enfants et parlent le néerlandais comme seconde langue. Ils habitent le quartier et y font quotidiennement leurs achats.

Locomotives Commerciales



Relation au quartier

Les clients définissent tout d'abord Saint-Josse comme le quartier avec le plus grand nombre de nationalités en région bruxelloise et ils en sont fiers. Il y règne une harmonie entre les différentes ethnies et classes sociales. C'est une ambiance à l'échelle humaine, modeste, simple et agréable, tout le monde se connaît, les familles et les enfants colorent la rue. Parallèlement, une envie d'être rattaché à la « grande ville » se superpose à cette ambiance de village, les chalands veulent se rapprocher du centre-ville. C'est un quartier qui ne dort jamais, il y a un va et vient incessant. Les principaux points de repère du quartier sont la tour Madou, la chaussée de Louvain, porte d'accès importante pour le Nord du pays et la place Saint-Josse, le point central.

Perception du tissu commercial

A Saint-Josse, les clients ont tout à disposition tant au niveau alimentaire que non alimentaire. Le mix du quartier est relativement complet : alimentation, horeca, vêtements, services, Les commerçants sont chaleureux et vous accueillent avec le sourire. Les magasins Dod's, spécialisés dans le *outlet*, ont une réputation dépassant les frontières de la Région. La clientèle ne ressent que rarement la nécessité de quitter le quartier sauf pour les grandes surfaces (hypermarché, vêtements, meubles, multimédia, bricolage et fast-food).

Attentes et recommandations

Dans le modèle de hiérarchisation des besoins de Maslow, le quartier Saint-Josse est au niveau de la couche « intégration sociale ».

Les clients, surtout les habitants, souhaitent tout simplement l'arrivée de « la société de consommation » tout en tenant compte du budget de la population locale.

- ◆ Implanter des enseignes à prix abordable en alimentation (Aldi, Lidl), vêtements (Wibra, Zeeman et C&A), fast-food (Quick et Mac Do).
- ◆ Les clients n'ont pas de restriction pour les commerces pouvant s'installer dans le quartier mais veulent peut-être éviter les commerces trop branchés. Ils veulent des commerces de toutes les tailles, aussi bien des enseignes que des petits indépendants.
- ◆ Etoffer le choix en matière de magasins spécialisés : vêtements grandes tailles, commerces pour les personnes âgées,
- ◆ Installer un cinéma, un fleuriste, une maroquinerie, un magasin d'alimentation pour animaux, un marchand de vélo, un magasin de jouets, un commerce spécialisé dans l'électroménager et le multimédia.
- ◆ Réaménager la place Saint-Josse et la chaussée de Louvain pour redonner une place aux piétons.