# Vision stratégique pour des quartiers commerçants dynamiques : orientations, trajectoires et choix prioritaires 2025-2028

# Table des matières

**INTRODUCTION** ..... 3
1. Le Commerce à la Ville de Bruxelles : état des lieux ..... 5
2. Trajectoires stratégiques pour les quartiers commerçants ..... 8
3. Des quartiers prioritaires ..... 17
Identification quartiers prioritaires ..... 18
Méthodologie ..... 20
Un comité technique interservices (CT) ..... 20
Suivi trimestrielle au collège : ..... 21
4. Description des quartiers prioritaires ..... 22
Boulevards du Centre (Piétonnier) – Ilot Sacré : Un cas à part, une attention continue ..... 22
Marolles ..... 24
Sablon ..... 26
Dansaert ..... 28
Marie-Christine – Bockstael ..... 30
Vekemans ..... 32
5. Détails des trajectoires et domaines d'action ..... 34

# INTRODUCTION

**Le commerce est l'un des piliers de la vitalité bruxelloise** : il anime nos rues, contribue à l'emploi, à la cohésion sociale, à l'identité urbaine et au rayonnement de notre capitale. Mais aujourd'hui, cette dynamique est fragilisée. Les modes de consommation évoluent vite. Le commerce en ligne capte une part toujours plus importante des dépenses des ménages, fragilisant les commerces implantés dans nos quartiers. Mutations économiques, pression immobilière, problèmes d'accessibilité, difficultés de propreté et de sécurité, concurrence du commerce en ligne, travaux d'infrastructure… Les défis sont réels et multiples. **Sans une action collective et coordonnée**, certains quartiers risquent de perdre leur dynamisme, leur diversité et leur attractivité.

Face à ces réalités, nous ne pouvons plus agir service par service, ou selon une logique strictement sectorielle. **Il nous faut une stratégie politique claire, commune et assumée**, capable de mobiliser l'ensemble de la Ville. Car l'avenir commercial de Bruxelles ne dépend pas uniquement de mesures économiques : il repose tout autant sur la qualité de l'espace public, la mobilité, la propreté, la prévention, la culture, l'urbanisme et l'engagement de tous les acteurs.

Cette feuille de route porte une ambition forte : **redonner aux quartiers commerçants de Bruxelles leur vitalité, leur attractivité et leur identité**. Elle définit **sept trajectoires structurantes**, pensées comme autant de leviers pour soutenir nos commerçants, renforcer la mixité commerciale, améliorer l'accessibilité, lutter contre les nuisances, structurer les associations locales et valoriser les spécificités de chaque quartier.

Pour y parvenir, il faut une approche résolument **transversale**, mobilisant l'ensemble des services de la Ville : commerce, urbanisme, mobilité, propreté, prévention, culture et bien d'autres encore. Les enjeux rencontrés sur le terrain dépassent largement les frontières administratives traditionnelles. Travailler en silo n'est plus une option. Seule une coordination étroite entre les échevinats permettra d'apporter des réponses cohérentes aux défis complexes d'une ville contemporaine comme Bruxelles.

Dans un contexte où les ressources sont limitées et les besoins nombreux, il est également indispensable de cibler l'action. Identifier des **quartiers prioritaires** permet de concentrer les moyens, d'expérimenter des solutions innovantes et de maximiser l'impact. Cela n'empêche en rien de rester attentif à l'ensemble du territoire bruxellois. Mais c'est en focalisant nos efforts là où les enjeux sont les

plus critiques que nous pourrons, collectivement, renforcer l'attractivité commerciale de Bruxelles et consolider la cohésion de ses quartiers.

**Ce projet est un engagement** : celui de renforcer le rôle de Bruxelles comme capitale commerçante, ville vivante et inclusive ; celui d'agir pour l'équité territoriale ; celui de soutenir nos commerçants, artisans et créateurs ; celui de donner à chaque quartier les moyens de renouer avec sa propre dynamique.

En adoptant cette feuille de route, nous faisons le choix d'une politique commerciale **ambitieuse, réaliste et collective**. Le choix d'une Ville qui assume ses responsabilités, qui investit dans ses centralités, qui protège son identité et qui prépare son avenir.

# 1. Le Commerce à la Ville de Bruxelles état des lieux

Le commerce fait vibrer la Ville de Bruxelles à travers **25 quartiers commerçants**, chacun doté d'une identité, d'une histoire et d'atouts propres. Bruxelles s'est historiquement construite autour de 19 communes distinctes, chacune développant son propre centre, ses repères et sa manière de vivre la ville. Cette mosaïque urbaine crée aujourd'hui une multitude de quartiers aux atmosphères uniques, qui font toute la richesse et la diversité de la capitale. Cette diversité constitue le socle pour la dynamique urbaine, l'attractivité de la Ville et la qualité de vie des habitants.

La Ville de Bruxelles est la commune **la plus commerçante** de la Région de Bruxelles-Capitale : elle accueille **plus de 7.000 commerces**, soit **27 % de l'ensemble du commerce régional**. Son **taux d'équipement commercial**, de **33,6 commerces pour 1.000 habitants**, est largement supérieur à la moyenne régionale (18,5). Ce positionnement confère à la Ville un rôle moteur pour l'économie bruxelloise.

Les noyaux commerçants jouent un rôle stratégique : 75 % des commerces de la Ville y sont ainsi concentrés. Ces noyaux forment des centralités fortes dont les dynamiques doivent être préservées et renforcées.

Le **Pentagone** constitue le cœur battant du commerce bruxellois. Il réunit des quartiers aux identités marquées :

- Marolles, quartier authentique et populaire ;
- Sablon, ambassadeur d'excellence visant une clientèle haut-de-gamme ;
- Stalingrad–Lemonnier, un quartier animé et multiculturel ;
- Dansaert, vitrine de la mode et de la création ;
- Saint-Géry, haut lieu de convivialité, de gastronomie et d'artisanat ;
- Rue Neuve, l'artère commerçante la plus fréquentée de la Région ;
- Le Piétonnier deuxième artère commerçante la plus fréquentée de la Region (La premiere en soirée)
- Etc..

Pour autant, l'activité commerciale dépasse largement le centre-ville. Plusieurs quartiers de la commune assurent une **offre locale et dynamique** pour les habitants, les travailleurs et les visiteurs ; De Wand, Bockstael, Vekemans, le Quartier Européen et la Chaussée d'Anvers notamment. À cela s'ajoutent des pôles structurants comme **Docks Bruxsel ou Tour&Taxi**, qui complètent l'écosystème commercial.

L'attractivité de Bruxelles repose également sur une **zone de chalandise supra-locale** : habitants d'autres communes, visiteurs nationaux et touristes, travailleurs présents en semaine. Selon l'étude *Mobilité et logistique dans les noyaux commerçants* (hub.brussels, 2024), **le commerce est le 2e motif de déplacement en semaine et le 1er le week-end**, ce qui confirme son rôle moteur dans la mobilité urbaine. L'attribution du **statut de zone touristique** a encore renforcé cette dynamique en permettant l'ouverture dominicale.

Cependant, cette vitalité est fragilisée par une succession de crises sanitaire, géopolitique, énergétique et économique qui ont laissé des traces. La **vacance commerciale atteint désormais 18 % dans le Pentagone**, et jusqu'à **21 % dans certains quartiers du centre**. Il s'agit d'un signal d'alerte qui interpelle et appelle une action structurée.

Par ailleurs, la **montée en puissance de la restauration rapide** et des snacks modifie le paysage commercial. Leur multiplication contribue parfois à réduire la mixité commerciale, au détriment d'une offre plus variée et qualitative.

Parallèlement, les habitudes de consommation ont profondément évolué. Certains changements semblent durables, comme le développement du télétravail (bien que cette tendance reste encore fluctuante) et plus globalement une diminution du nombre de travailleurs sur Bruxelles, ou encore la croissance du commerce en ligne. D'autres phénomènes, tels que la vague de consommation locale et bio observée pendant le Covid, paraissent plus passagers, ce qui exige des commerces une capacité d'adaptation importante. A cela s'ajoutent les coûts des loyers, des salaires et le développement de plateformes pour parvenir à vendre en ligne.

Face à ces mutations, les commerçants doivent réinventer leurs pratiques. Beaucoup développent des **modèles hybrides** (vente + horeca, expériences en magasin, services personnalisés) et renforcent leur présence numérique. Les réseaux sociaux deviennent des **vitrines essentielles** pour maintenir le lien avec les clients.

Pour une analyse approfondie, nous vous invitons à consulter les travaux conjoints de hub.brussels, Perspective.brussels et l'équipe de géographie appliquée et géomarketing de l'Université libre de Bruxelles (IGEAT) : Le commerce bruxellois en chiffres –

Structuration du paysage commercial (2019) et Mobilité et logistique dans les noyaux commerçants (2024). Le Baromètre des noyaux commerçants de hub.brussels, (disponible sur analytics.brussels), offre une lecture plus fine quartier par quartier.

En définitive, **le commerce bruxellois se trouve à un moment charnière**. Il doit s'adapter à des mutations rapides tout en répondant à des attentes multiples. Cette situation renforce la nécessité d'un accompagnement accru et d'une stratégie commune entre échevinats pour garantir la résilience et l'attractivité des quartiers commerçants.

# 2. Trajectoires stratégiques pour les quartiers commerçants

La Ville s'est dotée à deux reprises d'un **Schéma de Développement Commercial**. Le plus récent ayant été adopté par le Collège et le Conseil le 31 janvier 2022. Ce schéma constitue le cadre stratégique de référence pour le développement commercial et s'articule autour de quatre priorités majeures :

- Renforcer qualitativement l'offre commerciale ;
- Spécialiser les pôles commerciaux et affirmer leur identité commerciale ;
- Déployer les principes de la "Ville à 10 minutes" ;
- Accompagner les commerces bruxellois dans la transition vers une économie plus résiliente, circulaire et durable.

Ce document ambitieux rassemble 54 objectifs stratégiques avec 180 actions spécifiques. Il se concentre sur la stratégie commerciale de la zone piétonne des boulevards du Centre (Aujourd'hui nommé le Piétonnier), du quartier Européen, du quartier De Wand (Laeken) et de la rue François Vekemans (Neder-Over-Heembeek).

Si la grande majorité de ces propositions demeure pertinente, leur volume important et leur technicité rendent leur mise en œuvre difficile et parfois peu lisible pour les acteurs de terrain.

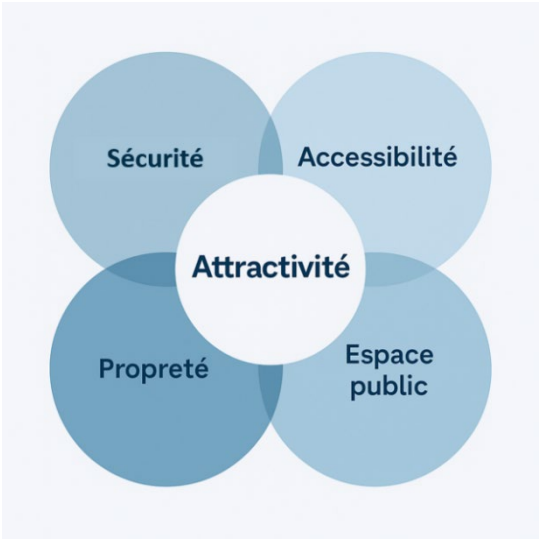
Parallèlement, **l'accord de majorité actuel** renforce cette ambition. Il précise que :

*La Ville de Bruxelles [….] entend se doter d'un schéma directeur de développement économique et de schémas de développement commerciaux par quartier. (p181) Ces schémas doivent définir les grands axes et priorités sur lesquels la Ville entend se développer et celles-ci intégreront des actions spécifiques pour attirer de nouveaux commerces et animer les espaces publics afin de renforcer l'identité propre à chaque quartier tout en revitalisant les zones excentrées ou en déclin. (p184)*

Dans cette continuité, et en s'appuyant à la fois sur le Schéma existant et sur les orientations de l'accord de majorité, la présente feuille de route propose **de définir clairement les trajectoires stratégiques** nécessaires **pour répondre aux enjeux** identifiés dans l'état des lieux.

**Sept trajectoires** ont été définies afin d'offrir au tissu commercial, le soutien opérationnel dont il a besoin, un environnement urbain propice à son développement et une vision commune permettant d'aligner les efforts de tous les échevinats et services concernés.

**Chaque trajectoire se décline en domaines d'actions principales**, qui peuvent éventuellement être complétées selon la situation.




Il convient de rappeler que la vitalité commerciale ne dépend pas uniquement d'actions strictement commerciales. Elle repose avant tout sur un **cadre urbain favorable** :

- Des quartiers **propres et accueillants**,
- Une **accessibilité fluide** et adaptée,
- Un **sentiment de sécurité renforcé**,
- Un **espace public qualitatif**, attractif et confortable.

L'attractivité de Bruxelles et de ses quartiers commerçants est le résultat direct de l'équilibre entre ces 4 leviers essentiels. L'attractivité n'est pas la conséquence d'un seul domaine, mais bien d'une combinaison d'actions coordonnées. C'est ce que propose cette feuille de route au travers de 7 trajectoires.

Si certaines actions peuvent être portées directement par un seul service, la plupart nécessitent une **collaboration étroite entre plusieurs échevinats** : commerce, urbanisme, mobilité, propreté, prévention, culture, espaces publics…

La réussite de ces trajectoires dépendra donc d'un **travail collégial**, fondé sur la **transversalité**, la **coordination** et la **transparence** entre tous les acteurs communaux. En articulant ainsi les objectifs identifiés, la Ville se donne les moyens d'agir avec cohérence, d'améliorer efficacement l'attractivité de chaque quartier commerçant et de garantir un développement harmonieux sur l'ensemble du territoire.

## Trajectoire 1

### Renforcer la mixité des 25 quartiers commerçants

Une offre commerciale originale, variée et complémentaire à l'échelle de la Ville est essentielle pour répondre aux besoins des habitants, attirer une clientèle diversifiée et assurer la vitalité des quartiers commerçants. En agissant sur la mixité, la Ville contribue à éviter la concentration excessive d'activités identiques et à renforcer la cohérence commerciale de chaque quartier. Cela permet une meilleure résilience et donc une meilleure durabilité de la fonction commerciale.

**1.1. Réaliser une analyse fine et une cartographie opérationnelle de la mixité commerciale, des profils socio-économiques et des besoins de chaque quartier, afin d'identifier les segments insuffisamment représentés.**

**1.2. Activer le rôle des pouvoirs publics pour orienter, soutenir et améliorer le mix commercial et la qualité de l'offre.**

**1.3. Lutter contre la vacance commerciale via une stratégie combinée.**

**1.4. Encourager l'ouverture de commerces spécifiques ou manquants, en cohérence avec les identités locales et les besoins observés.**

**1.5 Redynamiser les galeries commerçantes : soutien à l'installation de nouveaux commerces, organisation d'animations, orientation des flux piétons, amélioration de la visibilité en ligne.**

## Trajectoire 2

### Soutenir et développer les Associations de commerçants

Les associations de commerçants (Ascoms) assurent une présence de terrain précieuse, sont des relais indispensables entre les commerçants, les pouvoirs publics et les autres partenaires locaux. En les accompagnant davantage, la Ville renforce son ambition d'une gouvernance locale partagée, efficace et inclusive, au service du développement commercial.

**2.1. Soutenir leur fonctionnement et leurs projets, via un accompagnement structuré et des contreparties claires (locaux, soutien administratif, dispositifs de gestion).**

**2.2. Renforcer la présence des agences publiques sur le terrain, via des permanences régulières et des visites proactives (accès aux primes, aide administrative, accompagnement individualisé).**

**2.3. Assurer une programmation événementielle dans chaque quartier, construite en partenariat avec les Ascom.**

**2.4. Renforcer la participation et l'inclusion des commerçants dans les politiques commerciales / événementielles, notamment en relançant le Conseil Consultatif des Affaires Économiques, du Commerce et de l'Entreprise (CCAE) dans une formule actualisée.**

## Trajectoire 3

***Réduire l'impact des chantiers sur les commerces et l'Horeca***

Les chantiers en voirie sont indispensables à l'évolution de l'espace public, mais ils peuvent fragiliser l'activité économique locale s'ils ne sont pas bien anticipés. La Ville de Bruxelles souhaite donc limiter les nuisances pour les commerçants et établissements Horeca, tout en maintenant l'accessibilité, la propreté et l'attractivité des quartiers pendant les travaux.

**3.1. Communiquer le plus en amont possible des chantiers, sur tout chantier, ses phases, son calendrier et ses impacts.**

**3.2. Adapter la temporalité des chantiers (éviter les zones Horeca en été, chantier en pause sur l'heure du midi…).**

**3.3. Garantir l'accessibilité de tous les modes de déplacement, y compris pour les livraisons, tout en encourageant les solutions de mobilité douce adaptées.**

**3.4. Maintenir une propreté irréprochable dans les zones en travaux, en surveillant les dépôts clandestins et la fréquence des collectes.**

**3.5. Inaugurer les nouveaux espaces libérés.**

## Trajectoire 4

### Réduire l’impact environnemental de l’activité économique et garantir des quartiers commerçants propres et agréables

Dans un contexte d’urgence climatique et de volonté de transition écologique, la Ville de Bruxelles entend accompagner les acteurs économiques vers des pratiques plus durables. En parallèle, elle renforce ses actions en matière de propreté et de cadre de vie dans les quartiers commerçants, afin de garantir un environnement attractif, agréable et respectueux pour toutes et tous. Cette ambition s’inscrit pleinement dans la stratégie de résilience portée par la majorité.

**4.1. Accompagner les acteurs de la vie économique vers une réduction des déchets, et une meilleure revalorisation de ceux-ci (commerçants, maraîchers, marchands ambulants, organisateurs d’événements, de brocantes et de braderies).**

**4.2. Accompagner et soutenir le développement de solutions innovantes de collecte, en collaboration avec les collecteurs de déchets agrées (points de collecte, horaires adaptés, bacs mutualisés).**

**4.3. Créer des équipes de nettoyage volantes actives dans les quartiers commerçants, par une mise à l’emploi soit via la Mission locale, soit via le CPAS et les articles 60.**

**4.4. Assurer un nombre suffisant de poubelles publiques et veiller à ce que les commerces générant des déchets à emporter assument pleinement leur responsabilité.**

**4.5. Responsabiliser les commerçants à s'approprier la gestion de leurs déchets, via des contrats adaptés à leurs besoins et une réduction de leur impact sur l'espace public.**

**4.6. Récompenser, via les Labels du commerce, les exploitants exemplaires.**

## Trajectoire 5

### Améliorer la sécurité, lutter contre les vols et les nuisances, et réduire le sentiment d'insécurité

La sécurité est une condition indispensable pour garantir une vie commerçante dynamique et une fréquentation sereine des quartiers. La Ville de Bruxelles entend renforcer la prévention, lutter contre les incivilités et améliorer l'éclairage et la présence humaine dans l'espace public. Ces mesures visent à répondre concrètement au sentiment d'insécurité exprimé par les commerçants et les habitantes et habitants, tout en favorisant un cadre propice à la vie locale.

**5.1. Assurer une présence régulière de la Police et des Gardiens de la paix dans les quartiers commerçants.**

**5.2. Faciliter et accélérer le dépôt de plainte en cas de vol à l'étalage ou d'incivilité.**

**5.3. Lutter contre les commerces générateurs de nuisances (night shops problématiques, agences de paris, bingos…), via des règlements adaptés et une application renforcée.**

**5.4. Encourager les PLP (partenariat local de prévention) dans les quartiers commerçants.**

**5.5. Améliorer l'éclairage public sur les artères sensibles et les zones sujettes aux salissures, afin de renforcer la perception de sécurité.**

## Trajectoire 6

### Rendre les quartiers commerçants plus accessibles et faciliter les livraisons

L'accessibilité est un levier central pour la vitalité économique des quartiers commerçants. La Ville de Bruxelles s'engage à améliorer la circulation de tous les usagers – piétons, cyclistes, automobilistes et professionnels – tout en veillant à garantir un accès fluide aux commerces. Une bonne organisation du stationnement et des livraisons, combinée à une information renforcée sur le sujet est essentielle pour soutenir les commerçants et offrir un accueil de qualité aux chalands.

**6.1. Améliorer l'accessibilité multimodale et mieux communiquer sur l'offre de mobilité et de stationnement hors voirie.**

**6.2. Promouvoir les solutions de stationnement hors voirie, en les rendant attractifs pour les chalands, et renforcer les places Shop & Go.**

**6.3. Optimiser les zones de livraison, notamment autour des zones piétonnes, et garantir leur disponibilité.**

**6.4. Lutter contre le *bxl-bashing,* en corrigeant l'image d'une ville inaccessible en voiture.**

## Trajectoire 7

### Promouvoir les quartiers commerçants ainsi que leurs spécificités et l'implication des commerçants

La richesse de Bruxelles repose aussi sur la diversité de ses quartiers commerçants. Pour renforcer leur attractivité, la Ville mise sur la valorisation de leurs identités propres, la mobilisation des commerçants et une meilleure mise en récit de ce qui les rend uniques. Par des actions culturelles, événementielles et de communication, elle entend créer une dynamique positive, renforcer l'ancrage local des commerces et stimuler la fréquentation tout au long de l'année.

**7.1. Mener des actions événementielles et culturelles dans les quartiers commerçants, notamment afin de valoriser les atouts architecturaux, via des initiatives comme Enjoy Brussels By Light, des décorations festives ou des plans lumières.**

**7.2. Répartir et mieux intégrer les Plaisirs d'Hiver dans les différents quartiers afin d'améliorer l'accessibilité, la mobilité et les retombées économiques pour les commerces locaux.**

**7.3. Favoriser l'installation de guinguettes, kiosques et dispositifs d'animation permanente dans l'espace public.**

**7.4. Créer de nouveaux marchés, dont un marché couvert dans le centre-ville, pour renforcer la convivialité et la diversité de l'offre.**

**7.5. Déployer un plan de communication global valorisant les spécificités, identités et atouts de chaque quartier commerçant en répondant aux attentes des différents profils identifiés via l'outil localguide.brussels (communauté wallone, flamande, touristes d'un jour, navetteur,..).**

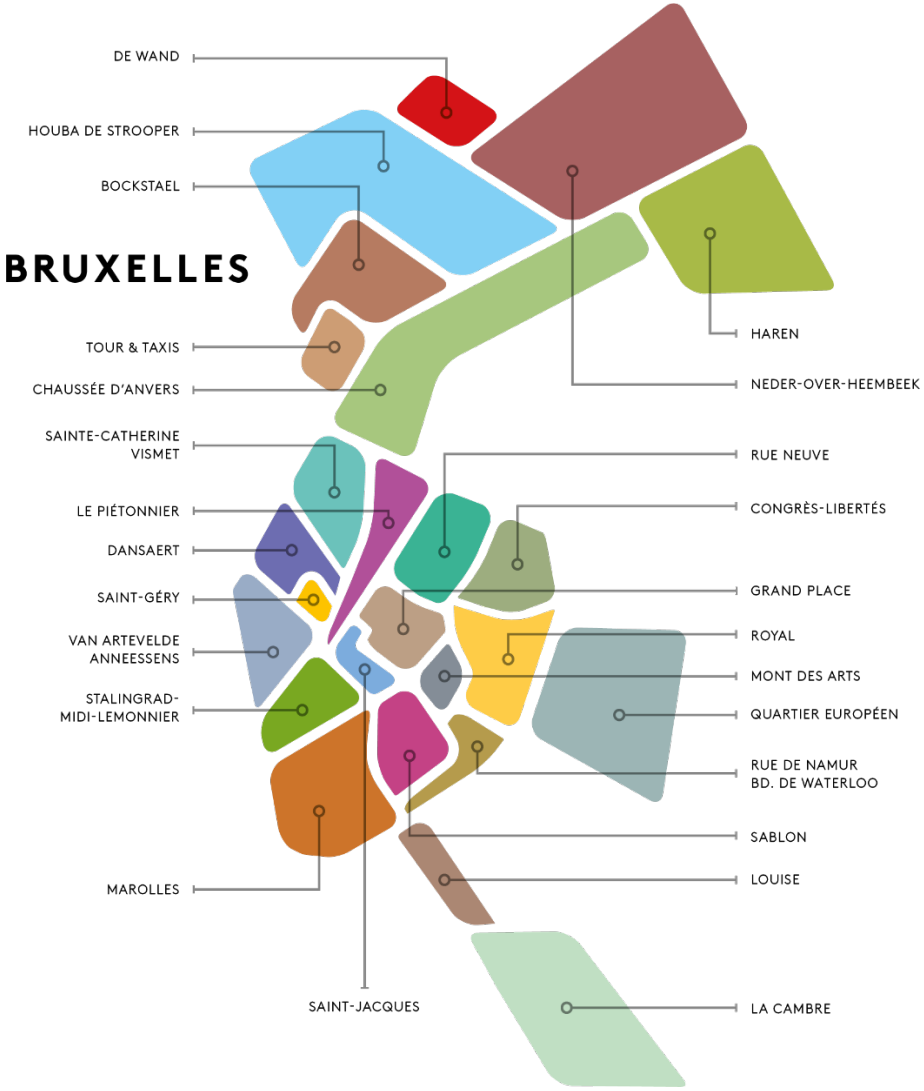
# 3. Des quartiers prioritaires

Bruxelles ne peut être appréhendée comme un bloc homogène. Son territoire est vaste, contrasté, et composé de réalités sociales, économiques et commerciales très différentes. Chaque quartier possède ses dynamiques propres, ses forces, mais aussi ses vulnérabilités. Cette diversité impose de renoncer à une approche uniforme et de privilégier une intervention adaptée à chaque contexte.

Afin d'agir **de manière plus ciblée, efficace et réaliste sur les problématiques des commerçants et des chalands**, la Ville de Bruxelles fait le choix d'identifier des **quartiers prioritaires d'intervention**. Cette démarche s'appuie sur le principe que nos ressources humaines et financières sont limitées, et il est indispensable de concentrer les efforts là où les enjeux sont les plus urgents en ce début de législature.

Ces quartiers prioritaires sont définis sur base d'un ensemble de problématiques clairement identifiées :

- Vacance commerciale élevée,
- Perte de dynamisme économique,
- Espace public dégradé ou inadapté,
- Faible présence d'animations ou d'événements,
- Difficultés récurrentes en matière de propreté,
- Problèmes de sécurité ou sentiment d'insécurité.



Cette approche est évolutive et progressive. En fonction de l'avancement du travail dans **les premiers quartiers ciblés**, le Collège pourra désigner de nouveaux quartiers prioritaires, qui bénéficieront à leur tour d'un accompagnement renforcé, selon la méthodologie présentée ci-après.

Il est essentiel de souligner que **cette priorisation ne signifie en aucun cas une mise à l'écart des autres quartiers commerçants**. Tous continueront à bénéficier de l'attention habituelle de la Ville, de ses services et de ses dispositifs de soutien. La priorisation vise simplement à mieux structurer l'action publique, à optimiser l'utilisation des ressources et à garantir un impact concret, mesurable et durable là où les besoins sont les plus importants.

## Identification quartiers prioritaires

L'identification des quartiers prioritaires repose sur un ensemble de critères objectifs présentés ci-avant. Cette sélection n'est donc ni arbitraire ni théorique : elle s'inscrit dans la continuité d'orientations déjà validées par les instances politiques de la Ville. Elle se fonde d'abord sur les choix du **Schéma de Développement Commercial (SDC)** adopté par le Collège et le Conseil communal, qui avait identifié quatre pôles comme nécessitant une attention renforcée **:**

- Boulevards du centre ;
- Vekemans ;
- De Wand ;
- Quartier Européen.

À ces périmètres s'ajoutent les priorités définies dans l'accord de majorité 2024-2030, qui souligne la nécessité d'un travail spécifique et approfondi dans quatre quartiers à forte identité commerciale :

- Marie-Christine/Bockstael ;
- Marolles ;
- Sablon ;
- Dansaert.

Ce choix s'appuie également sur les **diagnostics réalisés par le bureau d'étude UPcity** lors de la précédente législature. Ces analyses approfondies ont été menées dans plusieurs quartiers clés **Marie-Christine/Bockstael**, **Vekemans/Neder-Over-Heembeek, les Marolles, Dansaert, le Sablon et le Piétonnier** et ont produit un ensemble de recommandations opérationnelles **adaptées à la réalité de chaque quartier**. Il est donc souhaitable de **prioriser ces périmètres tant que leurs conclusions demeurent actuelles**, afin de ne pas laisser ces recommandations perdre leur pertinence au fil du temps.

Dans cette démarche, une attention particulière a été portée à la **cohérence territoriale**. Les quartiers retenus ne se concentrent pas dans un même périmètre, mais couvrent des zones aux fonctions urbaines, sociologiques et commerciales variées. Cette approche permet d'équilibrer les efforts sur l'ensemble du territoire communal tout en tenant compte des **interdépendances entre quartiers**.

À cet égard, le lien entre **les Marolles et le Sablon** constitue un exemple particulièrement pertinent :

- le **Sablon** fait office de **zone de transition** entre les Marolles et le périmètre UNESCO plus central ;
- les deux quartiers connaissent toutefois des dynamiques très différentes : **les Marolles attirent principalement une clientèle locale**, tandis que **le Sablon accueille une fréquentation plus extérieure et moins bruxelloise**, liée notamment à son identité patrimoniale et haut de gamme.

Cette complémentarité justifie une intervention coordonnée, mais **différenciée**, selon les besoins propres de chaque quartier.

## Méthodologie

Afin de respecter un calendrier réaliste, tenant compte des temporalités politiques, administratives et opérationnelles, il est proposé de concentrer les efforts, en début de législature, sur **six quartiers prioritaires : le Piétonnier, les Marolles, le Sablon, Dansaert, Marie-Christine/Bockstael et Vekemans**.

Ces périmètres ont été retenus en raison de leurs enjeux immédiats, de leur importance stratégique et des diagnostics déjà disponibles. Cette première phase permettra de déployer rapidement une action cohérente et visible.

En fonction de l'avancement du travail dans ces quartiers et des résultats obtenus, **d'autres périmètres pourront être identifiés et intégrés progressivement au dispositif**, après validation par le Collège. Cette approche progressive garantit une mise en œuvre maîtrisée, adaptable et alignée sur la capacité d'action des services de la Ville.

Travailler en profondeur implique de développer une **approche transversale,** mobilisant les différents échevinats et services de la Ville, afin de mettre en œuvre des actions cohérentes, coordonnées et adaptées aux réalités locales. Cette approche multidisciplinaire, qui veut prendre le temps de pousser l'analyse préalable et travailler dans la durée sur l'ensemble des aspects de chaque problématique, veut amener une transformation positive durable.

### Un comité technique interservices (CT)

Chaque quartier présente des réalités spécifiques qu'il convient d'évaluer avec rigueur pour garantir la pertinence et l'efficacité des actions entreprises. C'est pourquoi un plan d'action propre à chaque quartier sera élaboré par les services concernés. Il s'appuiera sur :

- Les trajectoires stratégiques définies dans ce document ;
- Les recommandations issues des études spécifiques ;
- Des indicateurs mesurables permettant de suivre l'évolution du travail dans le temps.

Il devra également **clarifier les priorités**, établir un **calendrier de mise en œuvre**, identifier un **budget estimatif** pour chaque action, et préciser les **rôles et responsabilités** de chaque service (qui coordonne, qui exécute, qui évalue).

Le Comité sera piloté par l'Échevin du Commerce de la Ville de Bruxelles, en concertation avec tous les services concernés par le projet sur la table.

Ce travail d'évaluation de la situation, de coordination technique et d'opérationnalisation**,** sera réalisé par les services au sein du Comité technique interservices (CT) avec pour objectif de proposer des solutions techniques adaptées et réalistes.

Le CT se réunira au minimum 1x/mois et plus souvent s'il le juge nécessaire. Il est composé des services Commerce, Travaux de Voirie, Mobilité, Urbanisme, Propreté, de Bravvo, de la Police, l'asbl Entreprendre Bruxelles, le Service Bruxelles Participation de la Ville et la cellule Tourisme. Le Comité pourra également **associer des acteurs locaux** (associations de commerçants, associations d'habitants, opérateurs institutionnels ou partenaires économiques) lorsqu'ils pourront enrichir l'analyse ou contribuer à la mise en œuvre des actions.

### Suivi trimestrielle au collège :

Le Comité technique présentera au Collège, **chaque trimestre**, un point d'avancement détaillé pour chacun des quartiers suivis. De cette manière, le Collège assurera le **pilotage stratégique** de la démarche.

Ce dispositif permettra de maintenir une **vision politique cohérente**, d'assurer une **coordination interservices efficace** et de garantir que les actions menées dans les quartiers prioritaires restent **alignées avec les orientations de la législature**.

En cas de besoin urgent, le Comité technique ou tout membre du Collège pourra solliciter une **séance de suivi supplémentaire**. À l'inverse, si aucun élément nécessitant une validation politique particulière n'est à l'ordre du jour, le Comité technique pourra proposer de **reporter le point** au trimestre suivant.

# 4. Description des quartiers prioritaires

## Boulevards du Centre (Piétonnier) – Ilot Sacré : Un cas à part, une attention continue

En complément des quatre quartiers prioritaires, la **zone UNESCO** et les **boulevards du Centre (Piétonnier)** sont intégrés comme périmètres nécessitant un suivi renforcé. Cette zone, qui inclut notamment l'Îlot Sacré, concentre des problématiques particulièrement sensibles : **errance importante**, **mendicité**, **dégradations répétées**, **propreté insuffisante** et **sentiment d'insécurité**. Sa forte fréquentation touristique et sa visibilité internationale renforcent l'enjeu : une mauvaise expérience des visiteurs nuit directement à l'image de Bruxelles et à son attractivité économique.

Malgré les actions déjà engagées, notamment via la **Bruciteam**, la situation reste fragile et requiert une **vigilance constante** et une **coordination étroite entre services**. Le travail devra donc se poursuivre de manière transversale, avec une attention soutenue tout au long de la législature. C'est la raison pour laquelle nous mettrons en place un **CT continu, tout au long de la législature.**

### ***La mixité commerciale, au centre***

Depuis 2022, la Ville agit pour freiner l'implantation de restauration de basse qualité. L'objectif est de préserver un **mix équilibré** entre Horeca, commerces de détail et artisanat. La Ville doit poursuivre ses efforts pour que ce moratoire soit respecté et que l'offre de malbouffe se réduise.

Autour de **De Brouckère**, l'arrivée de nombreux nouveaux logements et de bureaux justifie une réflexion sur l'offre de proximité (supermarchés, salles de sport, commerces du quotidien).

### ***Créer une association de commerçants***

Cela paraît impensable mais il n'existe toujours pas d'association de commerçants qui regroupe les commerces du piétonnier. Entreprendre Bruxelles cherche à fédérer autour d'un projet de ce type. Il y a bon espoir que cela puisse se faire dans les prochains mois.

## ***Défis spécifiques au quartier :***

La Ville travaille actuellement à une **révision du PPAS** qui impactera le commerce. Les modifications cherchent à s'attaquer à une série de problèmes, notamment en augmentant la proportion du logement, en contraignant l'Horeca, en développant le commerce de proximité et en limitant les gift shops.

Le piétonnier connaît régulièrement des situations dangereuses liées à la **cohabitation difficile entre piétons, cyclistes et trottinettes**. L'accord de majorité prévoit une interdiction des vélos sur le piétonnier de 11h à 4h du matin.

En matière d'Horeca, de nombreux commerces **ne respectent pas les règles encadrant les terrasses**, notamment en soirée. Une révision du règlement Horeca et du RCUZ est nécessaire, afin de garantir la fluidité piétonne et une occupation harmonieuse de l'espace public.

Sur la Grand-Place, **les terrasses et le mobilier doivent être mieux encadrés**. La question des terrasses plancher devra aussi être tranchée avec l'objectif de retrouver une harmonie visuelle respectueuse du patrimoine. Dans l'Îlot Sacré, la question des anciennes prescriptions devenues caduques (demi-parasols, auvents) doit également être clarifiée, tout comme l'adaptation du règlement à la future interdiction de fumer en terrasse.

## Marolles

Entre le Palais de Justice et l'église de la Chapelle, le quartier des Marolles incarne l'âme populaire, sociale, multiculturelle et historique de Bruxelles. Son identité forte s'exprime notamment à travers le marché aux puces de la Place du Jeu de Balle, actif depuis 1873, ainsi que par une offre importante d'artisanat, de seconde main et en estaminets emblématiques. Cela en fait un quartier à caractère durable et l'économie circulaire. Malgré une fréquentation touristique élevée, les Marolles reste un quartier marqué par une forte mixité sociale, avec plus d'un tiers de logements sociaux.

Aujourd'hui, le quartier est cependant fragilisé par la gentrification et la pression immobilière, qui menacent sa cohésion sociale et son tissu commercial. La population marollienne d'origine est progressivement poussée hors du quartier, sapant l'âme populaire qui en constitue la force. La concurrence du commerce en ligne (seconde main) et des zones commerciales hors ville pour le mobilier accentue ces difficultés.

Dans ce contexte, prioriser les Marolles, c'est préserver un patrimoine vivant, témoin de la culture sociale bruxelloise, tout en soutenant les commerces locaux. C'est en défendant ce quartier emblématique que la Ville peut témoigner d'un engagement réel envers l'équité territoriale et la sauvegarde des quartiers populaires. La présence de plusieurs cellules appartenant au CPAS donne un levier afin d'agir dans ce quartier via le foncier public.

### ***Des demandes des commerçants***

Plusieurs réunions ont eu lieu, notamment dans le cadre des chantiers à venir. Les demandes suivantes sont systématiquement revenues :

- Améliorer l'accessibilité et la signalétique du quartier (entrées, parking, etc)
- Végétaliser le quartier (décorations sur les câbles, sur les façades, etc.)
- Amplifier les événements existants lancés par les associations du quartier
- Améliorer la communication quant aux évènements qui ont lieu dans le quartier.

## ***Défis spécifiques au quartier :***

**L’accessibilité** constitue aussi un enjeu majeur : la réduction du trafic automobile et le manque de solutions de stationnement ou de livraison affectent les commerces, en particulier ceux qui vendent des biens volumineux.

Le quartier est également **confronté à une hausse de l’insécurité** : présence de personnes en errance et souvent sous influence, vols à l’étalage, une recrudescence des pickpocket et problématiques liées aux stupéfiants. À cela s’ajoutent d’importants problèmes de propreté (dépôts sauvages, débordements, déchets volants), exacerbés par le marché, les événements et les travaux en cours.

**Les nombreux travaux de rénovation et d’impétrants**, passés et à venir, affectent fortement le tissu commercial local et empirent les problèmes d’accessibilité, de mobilité et de propreté. On peut déjà évoquer :

- Chantiers dans la Rue des Renards depuis 2025, une rue dense en Horeca ;
- les travaux de la Place du Jeu de Balle (jusqu'à 2028) ;
- des travaux sur la rue Haute et rue Blaes ;
- des travaux dans les rues du Miroir et des Capucins depuis mai 2025.

## Sablon

Le Sablon est connu pour ses galeries d'art, antiquaires, chocolatiers et commerces de luxe. Entre la Place du Grand Sablon et les rues historiques qui l'entourent, le quartier du Sablon incarne une image élégante, artistique et patrimoniale de Bruxelles.

### ***Une offre commerciale haut de gamme***

Situé en position centrale, il est reconnu comme l'un des plus beaux quartiers de la capitale, avec une architecture remarquable et une ambiance raffinée. Véritable vitrine du charme bruxellois, il se distingue par une forte concentration de galeries d'art, d'antiquaires, de chocolatiers de prestige et d'établissements HoReCa de qualité, qui participent à son identité haut de gamme.

Le quartier bénéficie également d'une attractivité touristique importante, renforcée par des événements emblématiques comme le marché des antiquités, organisé chaque week-end, ou encore le marché gourmet du jeudi. Ces rendez-vous contribuent à animer le quartier tout au long de la semaine et à attirer une clientèle variée, locale et internationale, disposant généralement d'un pouvoir d'achat élevé.

Aujourd'hui, le Sablon se caractérise par une offre commerciale qualitative, largement dominée par l'art, les antiquités et l'HoReCa. Le tissu commercial est composé en grande majorité de commerces indépendants, ce qui renforce son authenticité et son positionnement distinctif. Cependant, cette spécialisation s'accompagne d'un manque de commerces de proximité répondant aux besoins quotidiens des habitants, ce qui limite sa fonction résidentielle.

### ***Défis spécifiques au quartier :***

Malgré ses nombreux atouts, le quartier fait face à plusieurs défis. La **pression immobilière** élevée et la montée en gamme progressive risquent d'exclure certains commerces indépendants, notamment les galeries et antiquaires, au profit d'enseignes de luxe. Cette évolution, parfois qualifiée de "montée en luxe", pose la question du positionnement futur du quartier et de l'équilibre entre authenticité et attractivité internationale.

Une rénovation importante du Sablon aura lieu au courant de la législature, tel que repris dans l'Accord de Majorité, qui aura comme priorité le partage de l'espace public entre piétons et voitures et la mise en valeur et le verdissement du patrimoine public. Les travaux d'Immobel sur Lebeau auront sans aucun doute un impact sur la dynamique du quartier.

Enfin, le Sablon souffre d'un **manque de continuité** avec les quartiers voisins, notamment les Marolles, en raison de ruptures urbaines et d'une faible lisibilité des connexions. Cette situation limite les synergies commerciales et les flux entre deux quartiers pourtant complémentaires. De plus, la zone vers le nord et le centre historique en bas de Rollebeek, ainsi que la partie nord-est vers la place de la Justice, n'est pas très conviviale et nécessite une attention accrue.

Dans ce contexte, prioriser le Sablon, c'est renforcer un pôle emblématique du rayonnement culturel, touristique et économique de Bruxelles. C'est aussi accompagner son évolution vers un positionnement clair, tout en préservant son identité artistique et patrimoniale. En soutenant ce quartier stratégique, la Ville peut consolider une destination attractive à l'échelle locale et internationale, tout en veillant à maintenir un équilibre entre luxe, culture et diversité commerciale.

## Dansaert

Situé au cœur du Pentagone, le quartier Dansaert est une vitrine majeure de la création bruxelloise : mode, design, artisanat urbain. Historiquement reconnu comme pôle créatif, il attire une clientèle locale et internationale et contribue fortement au rayonnement culturel et économique de la Ville.

Cependant, la pression immobilière fragilise les jeunes créateurs qui ont fait la réputation du quartier, tandis que des enseignes internationales s'y installent. Le mix commercial évolue également avec l'arrivée croissante de commerces de bouche, heureusement souvent qualitatifs et alignés avec l'identité urbaine du quartier.

Soutenir Dansaert aujourd'hui, c'est préserver un pôle identitaire fort et éviter une banalisation commerciale qui affaiblirait l'attractivité du centre-ville.

### ***Un tissu commercial à surveiller***

Le tissu commercial, relativement stable, affiche une vacance de 14 %, proche de la moyenne régionale mais à relativiser dans un centre-ville où les enjeux de redynamisation sont plus aigus (Vacance Pentagone : 17%).

### ***Associations de commerçants : un besoin de rassemblement***

Dansaert ne dispose pas vraiment d'une association de commerçants pleinement active. Plusieurs initiatives existent mais restent dispersées. De nouveaux commerçants se mobilisent, mais ils sont encore dispersés. Une structuration commune permettrait de défendre efficacement les intérêts du quartier et de renforcer sa dynamique commerciale.

### ***Défis spécifiques au quartier :***

**Les modifications de circulation** compliquent l'accès en voiture, en particulier pour une partie de la clientèle venant du sud et du sud-est. Le « bxl-bashing » sur l'accessibilité constitue un frein supplémentaire, renforcé par une méconnaissance du stationnement hors voirie. Il serait judicieux de mettre l'accent sur une communication renforcée sur la présence de parking hors voirie dans le quartier.

Le quartier reste toutefois **bien desservi par les transports** et attire une clientèle jeune (forte concentration de 18-44 ans), active et consommatrice : un atout à préserver. La fréquentation piétonne reste bonne, mais le quartier doit repenser ses conditions d'accès pour maintenir sa fonction de destination urbaine attractive.

Une demande récurrente des commerçants du quartier porte sur une **meilleure réactivité face aux tags, graffiti et dépôts sauvages**, qui – comme ailleurs à Bruxelles – mais encore plus dans la zone touristique, nuisent à la qualité d'accueil et à l'image perçue par les visiteurs.

Par ailleurs, l'organisation actuelle de la **collecte des sacs poubelles**, prévue le lundi matin, pose problème : les commerces de détail étant fermés le dimanche, les sacs sont souvent sortis dès le samedi soir. Résultat : les sacs restent visibles toute la soirée du samedi et tout le dimanche, ce qui dégrade l'espace public, en particulier pour les bars et les établissements HoReCa. Ce problème se pose dans d'autres quartiers commerçants de la Ville et mérite toute notre attention.

## Marie-Christine – Bockstael

Le quartier Marie-Christine est l'un des secteurs les plus densément peuplés de la Ville, ce qui justifie une attention particulière en matière d'aménagement et de dynamisation commerciale. Pour préserver son attractivité, il est essentiel de diversifier l'offre et d'attirer une clientèle au-delà du seul voisinage.

Par ailleurs, d'importants aménagements publics sont prévus dans le quartier. Une attention particulière portée à la fonction commerciale permettra d'intégrer celle-ci dans les nouveaux plans d'aménagement.

### ***Une offre commerciale qui change***

Le mix commercial a évolué ces dernières années vers une forte présence de commerces de proximité, notamment alimentaires. Malgré la présence d'enseignes importantes (Brico, Kruidvat, Wibra, Pearl, Zeeman, Carrefour…), le départ de références telles que Bristol (faillite), DI, Delhaize ou Belfius illustre la fragilité du tissu commercial et la nécessité d'un accompagnement ciblé, notamment pour la gestion des grandes cellules vacantes. Le terrain souligne également une concentration excessive de snacks et de commerces de fruits et légumes, au détriment d'une réelle diversité commerciale.

Enfin, les grandes enseignes sont confrontées à des vols récurrents, impactant fortement leur chiffre d'affaires et contribuant parfois à des fermetures, c'est le cas de Di. Des solutions structurelles devront être mises en place pour endiguer ce phénomène et préserver l'attractivité de la rue.

### ***Une association de commerçants active, mais qui a besoin de soutien***

L'association des commerçants reste active, mais fonctionne avec des moyens limités. Son président se retrouve souvent isolé, ce qui renforce la nécessité d'un soutien renforcé pour développer des projets collectifs et redonner de l'attractivité à l'axe commercial.

***Défis spécifiques au quartier :***

Par ailleurs, plusieurs projets d'aménagement majeurs (Gare de Bockstael, boulevard, parking souterrain…) offrent l'occasion d'intégrer pleinement la fonction commerciale dans la requalification du quartier. Cependant, la vétusté des trottoirs, le manque d'espace pour organiser des animations, l'insuffisance des solutions de stationnement et la saturation des zones de livraison nuisent à l'accessibilité et à la dynamique commerciale.

## Vekemans

Le quartier Vekemans a été fortement fragilisé par les travaux du tram 10, qui ont accentué une vacance commerciale déjà préoccupante. Les cellules inoccupées sont petites (25 à 90 m²), ce qui limite leur attractivité pour de nouveaux opérateurs. Paradoxalement, le quartier connaît une croissance démographique plus élevée que dans les autres noyaux commerçants de la Ville, mais reste **sous-équipé commercialement** selon l'analyse du taux d'équipement.

### ***Un tissu commercial à surveiller :***

Le quartier souffre de plusieurs faiblesses structurelles. La petite taille des cellules commerciales rend difficile l'installation de grandes enseignes ou de concepts nécessitant de l'espace, et les possibilités de regrouper plusieurs parcelles sont limitées. L'offre Horeca est peu diversifiée et dominée par la restauration rapide, ce qui déséquilibre le mix commercial et affaiblit l'attractivité générale du quartier.

La vacance s'explique aussi par la **discontinuité commerciale** : l'absence de continuité entre le Zavelput et la rue Vekemans limite le flux piéton naturel, tandis que le linéaire commercial de la rue F. Vekemans présente lui aussi des ruptures qui nuisent à la fluidité du parcours commerçant.

**Il convient de développer une offre commerciale plus variée**, notamment en réduisant la part de restauration rapide et en attirant des commerces de proximité proposant des produits du quotidien à prix accessibles. Ensuite, **renforcer le noyau commerçant** en concentrant les commerces dans les zones les plus dynamiques, grâce à des incitants financiers, des outils urbanistiques adaptés et une communication ciblée auprès des propriétaires.

### ***Défis spécifiques au quartier :***

Plusieurs enjeux opérationnels pèsent sur l'attractivité du quartier :

- **Accessibilité limitée**, avec un manque de stationnement automobile et vélo ;
- **Signalétique insuffisante**, rendant les zones commerçantes peu visibles et peu intuitives à trouver ;
- **Zones de livraison mal utilisées**, souvent occupées par des voitures ventouses, compliquant la logistique des commerçants ;

- **Discontinuité urbaine**, qui fragilise les flux piétons et l’image cohérente du quartier.

La combinaison de ces facteurs affaiblit l’attractivité commerciale et freine la venue de nouveaux opérateurs.

Il sera également important de **lutter contre les bâtiments inoccupés** par une taxation adaptée. Tant qu’un local est inoccupé, une solution à court terme consiste à appliquer une vitrophanie pour limiter l’effet visuel négatif produit par les vitrines vides.

# 5. Détails des trajectoires et domaines d'action

## Trajectoire 1

**Renforcer la mixité des 25 quartiers commerçants**

Une offre commerciale originale, variée et complémentaire à l'échelle de la Ville est essentielle pour répondre aux besoins des habitants, attirer une clientèle diversifiée et assurer la vitalité des quartiers commerçants. En agissant sur la mixité, la Ville contribue à éviter la concentration excessive d'activités identiques et à renforcer la cohérence commerciale de chaque quartier. Cela permet une meilleure résilience et donc une meilleure durabilité de la fonction commerciale.

### 1.1. Réaliser une analyse fine et une cartographie opérationnelle de la mixité commerciale, des profils socio-économiques et des besoins de chaque quartier, afin d'identifier les segments insuffisamment représentés.

Cette analyse est la première étape pour agir efficacement sur la diversité commerciale. Elle permet d'identifier les forces et les manques de chaque quartier, en lien avec son profil socio-économique. Grâce à une cartographie fine, la Ville peut orienter ses actions vers les typologies de commerces sous-représentées et éviter les phénomènes de mono-activité. Cela renforce la résilience économique des quartiers.

### 1.2. Activer le rôle des pouvoirs publics pour orienter, soutenir et améliorer le mix commercial et la qualité de l'offre.

Les pouvoirs publics disposent de leviers importants pour influencer la structure commerciale : l'activation des baux commerciaux publics et l'acquisition de biens stratégiques via la Régie Foncière ou le CPAS. Une coordination entre les différents acteurs, telle que mentionnée dans l'Accord de majorité de la Ville, permet de favoriser l'installation de commerces de qualité là où ils manquent, tout en maintenant un équilibre entre les types d'activités. Une politique foncière dynamique soutient directement les objectifs de revitalisation urbaine.

### 1.3. Lutter contre la vacance commerciale via une stratégie combinée.

Le vide commercial nuit à l'attractivité d'un quartier et peut engendrer un sentiment d'abandon ou d'insécurité. La mise en place de signalétiques attractives, d'un système de remontée rapide des cellules vides et de mesures fiscales dissuasives permet de limiter leur prolifération. Par ailleurs, en encourageant les occupations temporaires (pop-up, incubateurs), la Ville soutient l'expérimentation commerciale et la transition vers de l'occupation durable.

### 1.4. Encourager l'ouverture de commerces spécifiques ou manquants, en cohérence avec les identités locales et les besoins observés.

Par l'intermédiaire de primes, telles que Open Soon par exemple, et en activant le foncier commercial de la Ville (CPAS et Régie), il est possible de soutenir l'installation de commerces stratégiques, notamment dans les quartiers en manque de diversité ou dans des cellules difficiles à relouer. En ciblant des activités spécifiques et de qualité, cette mesure permet de renforcer l'attractivité locale et de favoriser l'émergence de nouveaux porteurs de projets.

### 1.5. Redynamiser les galeries commerçantes : soutien à l'installation de nouveaux commerces, organisation d'animations, orientation des flux piétons, amélioration de la visibilité en ligne.

Souvent situées en retrait des axes visibles, les galeries commerçantes nécessitent un accompagnement spécifique pour retrouver leur attractivité. Soutenir l'installation de commerces adaptés, dynamiser la fréquentation par des animations et améliorer leur visibilité, notamment via les réseaux sociaux et une meilleure signalétique, permet de leur redonner un rôle central dans le tissu commercial.

## Trajectoire 2

### Soutenir et développer les Associations de commerçants

Les associations de commerçants (Ascoms) assurent une présence de terrain précieuse, sont des relais indispensables entre les commerçants, les pouvoirs publics et les autres partenaires locaux. En les accompagnant davantage, la Ville renforce son ambition d'une gouvernance locale partagée, efficace et inclusive, au service du développement commercial.

**2.1 Soutenir leur fonctionnement et leurs projets, via un accompagnement structuré et des contreparties claires (locaux, soutien administratif, dispositifs de gestion).**

Afin d'assurer la pérennité et l'efficacité des Ascoms, la Ville s'engage à les soutenir concrètement dans leur gestion quotidienne et dans la mise en œuvre de leurs projets. Ce soutien s'accompagne de contreparties structurantes, telles que le développement d'une structure bien organisée et une cotisation significative demandée à ses membres permettant un autofinancement partiel des activités.

La ville soutiendra également activement la structuration de nouvelles Ascoms qui voudraient se lancer.

**2.2 Renforcer la présence des agences publiques sur le terrain, via des permanences régulières et des visites proactives (accès aux primes, aide administrative, accompagnement individualisé).**

La présence proactive des services publics sur le terrain est un gage de proximité et d'efficacité. En renforçant les contacts directs et réguliers avec les commerçants et les Ascoms, la Ville facilite l'accès aux aides, fluidifie les démarches et assure un accompagnement individualisé, en cohérence avec son ambition d'une administration accessible et au service de toutes et tous.

**2.3 Assurer une programmation événementielle dans chaque quartier, construite en partenariat avec les Ascom.**

L’organisation d’événements dans tous les quartiers commerçants vise à créer du lien social, attirer des flux et mettre en lumière les spécificités locales de tous les quartiers, et pas uniquement du Pentagone. En co-construisant ces animations avec les Ascoms, la Ville valorise l’expertise de terrain et inscrit son action dans une logique de coopération locale.

**2.4 Renforcer la participation et l'inclusion des commerçants dans les politiques commerciales / événementielles, notamment en relançant le Conseil Consultatif des Affaires Économiques, du Commerce et de l'Entreprise (CCAE) dans une formule actualisée.**

Pour mieux intégrer les commerçants dans les décisions qui les concernent, la Ville relance une instance de concertation représentative et modernisée. Le nouveau CCAE permettra un dialogue structuré et régulier avec les acteurs économiques, dans une logique de transparence, de co-construction et d'inclusion, fidèle aux engagements de démocratie locale portés par la majorité 2024–2030.

## Trajectoire 3

***Réduire l'impact des chantiers sur les commerces et l'Horeca***

Les chantiers en voirie sont indispensables à l'évolution de l'espace public, mais ils peuvent fragiliser l'activité économique locale s'ils ne sont pas bien anticipés. La Ville de Bruxelles souhaite donc limiter les nuisances pour les commerçants et établissements Horeca, tout en maintenant l'accessibilité, la propreté et l'attractivité des quartiers pendant les travaux.

**3.1. Communiquer le plus en amont possible des chantiers, sur tout chantier, ses phases, son calendrier et ses impacts.**

Une information précoce et transparente sur les chantiers est essentielle pour permettre aux commerçants de s'adapter. En améliorant la communication en amont, la Ville agit dans un esprit de concertation et de confiance, favorisant l'anticipation des impacts et l'appropriation locale des transformations urbaines.

**3.2. Adapter la temporalité des chantiers (éviter les zones Horeca en été, chantier en pause sur l'heure du midi, …).**

La planification des travaux doit tenir compte du rythme des activités économiques locales. En évitant les périodes sensibles pour l'Horeca et en prévoyant des pauses ciblées, la Ville minimise les pertes de chiffre d'affaires et témoigne d'une attention concrète portée aux réalités des professionnels de terrain.

**3.3. Garantir l'accessibilité de tous les modes de déplacement, y compris pour les livraisons, tout en encourageant les solutions de mobilité douce adaptées.**

Maintenir l'accessibilité logistique et piétonne pendant les chantiers est un impératif pour la continuité économique des quartiers. En parallèle, la Ville encourage des solutions de mobilité douce innovantes, alignées avec ses engagements en faveur d'un espace public plus durable.

### 3.4. Maintenir une propreté irréprochable dans les zones en travaux, en surveillant les dépôts clandestins et la fréquence des collectes.

La propreté reste un facteur déterminant d'attractivité commerciale, y compris pendant les chantiers qui sont des périodes propices aux salissures autour des zones de stockage et durant lesquelles le ramassage des déchets peut être difficile. En renforçant le suivi et la coordination avec l'ABP, la Ville entend garantir un environnement propre et accueillant, en limitant l'impact sur les commerces.

### 3.5. Inaugurer les nouveaux espaces libérés.

L'inauguration des nouveaux aménagements est une occasion de redonner une dynamique positive aux quartiers après les chantiers. Ces moments doivent être pensés comme des leviers de relance commerciale, associant commerçants, habitantes et habitants pour marquer la réappropriation collective de l'espace public rénové.

## Trajectoire 4

## Réduire l'impact environnemental de l'activité économique et garantir des quartiers commerçants propres et agréables

Dans un contexte d'urgence climatique et de volonté de transition écologique, la Ville de Bruxelles entend accompagner les acteurs économiques vers des pratiques plus durables. En parallèle, elle renforce ses actions en matière de propreté et de cadre de vie dans les quartiers commerçants, afin de garantir un environnement attractif, agréable et respectueux pour toutes et tous. Cette ambition s'inscrit pleinement dans la stratégie de résilience portée par la majorité.

### 4.1. Accompagner les acteurs de la vie économique vers une réduction des déchets, et une meilleure revalorisation de ceux-ci (commerçants, maraîchers, marchands ambulants, organisateurs d'événements, de brocantes et de braderies).

Les commerçants et acteurs économiques jouent un rôle clé dans la gestion locale des déchets. La Ville souhaite les accompagner vers des pratiques plus responsables, notamment en matière de tri, de réutilisation et de réduction des volumes. Cette démarche vise à concilier attractivité commerciale et respect de l'environnement.

### 4.2. Accompagner et soutenir le développement de solutions innovantes de collecte, en collaboration avec les collecteurs de déchets agrées (points de collecte, horaires adaptés, bacs mutualisés).

Pour répondre aux besoins spécifiques des commerçants, la Ville développe des dispositifs de collecte adaptés, flexibles et innovants. Des projets ont déjà été mis en place, comme les partenariats avec Stalem et la gestion du container de la place du Jeu de Balle. Il faut poursuivre le développement de projets pragmatiques et adaptés aux réalités du terrain à d'autres quartiers.

### 4.3. Créer des équipes de nettoyage volantes actives dans les quartiers commerçants, par une mise à l'emploi soit via la Mission locale, soit via le CPAS et les articles 60.

Dans le cadre de la réforme du chômage, des centaines de Bruxellois.es vont chercher activement du travail dans les prochains mois. La création d'équipes mobiles de nettoyage permettrait une action rapide ciblée sur les zones commerçantes sensibles. En articulant cette mission à la mise à l'emploi, la Ville combine l'amélioration du cadre de vie avec une politique d'insertion active, en ligne avec les valeurs de solidarité et d'émancipation portées par la majorité.

**4.4. Assurer un nombre suffisant de poubelles publiques et veiller à ce que les commerces générant des déchets à emporter assument pleinement leur responsabilité.**

Une bonne gestion des déchets dans l'espace public repose à la fois sur des équipements suffisants et sur la responsabilisation des commerces. La Ville entend assurer une présence adaptée de poubelles tout en veillant à ce que les commerces à emporter prennent en charge leurs propres déchets.

**4.5. Responsabiliser les commerçants à s'approprier la gestion de leurs déchets, via des contrats adaptés à leurs besoins et une réduction de leur impact sur l'espace public.**

Insérer des conditions en matière de propreté et gestion des déchets pour l'octroi d'autorisations et terrasses.

**4.6. Récompenser, via les Labels du commerce, les exploitants exemplaires.**

Avec les Labels du commerce, la Ville valorise et rend visibles les artisans et les commerces exemplaires en matière de réduction de déchets, de durabilité, de qualité, ainsi que ceux qui s'engagent pour leur quartier. Cela assure une médiatisation des bonnes pratiques Cette reconnaissance publique encourage l'émulation positive, promeut l'artisanat responsable et renforce la sensibilisation collective à la transition écologique.

## Trajectoire 5

### Améliorer la sécurité, lutter contre les vols et les nuisances, et réduire le sentiment d'insécurité

La sécurité est une condition indispensable pour garantir une vie commerçante dynamique et une fréquentation sereine des quartiers. La Ville de Bruxelles entend renforcer la prévention, lutter contre les incivilités et améliorer l'éclairage et la présence humaine dans l'espace public. Ces mesures visent à répondre concrètement au sentiment d'insécurité exprimé par les commerçants et les habitantes et habitants, tout en favorisant un cadre propice à la vie locale.

**5.1. Assurer une présence régulière de la Police et des Gardiens de la paix dans les quartiers commerçants.**

La présence visible de forces de sécurité et d'agents de prévention joue un rôle clé dans la dissuasion des actes délictueux et dans la création d'un sentiment de sécurité. La Ville veille à assurer cette présence dans les zones commerçantes, en lien avec les priorités du Plan Zonal de Sécurité.

**5.2. Faciliter et accélérer le dépôt de plainte en cas de vol à l'étalage ou d'incivilité.**

Les vols à l'étalage constituent un réel frein à la viabilité économique des petits commerces. Pour encourager les dépôts de plainte et lutter contre l'impunité, la Ville entend simplifier les procédures, en collaboration avec la police locale et les services judiciaires.

**5.3. Lutter contre les commerces générateurs de nuisances (night shops problématiques, agences de paris, bingos…), via des règlements adaptés et une application renforcée.**

Certaines implantations commerciales peuvent nuire à l'équilibre des quartiers, à la tranquillité publique, à la propreté publique et à l'activité commerciale. En utilisant et en renforçant les outils réglementaires à sa disposition, la Ville vise à préserver la mixité fonctionnelle et la qualité de vie.

### 5.4. Encourager les PLP (partenariat local de prévention) dans les quartiers commerçants.

Les Partenariats Locaux de Prévention (PLP) permettent un échange d'informations et une collaboration directe entre les commerçants, la police, les acteurs locaux et la Ville. Leur renforcement s'inscrit dans une logique de sécurité participative, de proximité et de réactivité.

### 5.5. Améliorer l'éclairage public sur les artères sensibles et les zones sujettes aux salissures, afin de renforcer la perception de sécurité.

Un éclairage public performant contribue à réduire le sentiment d'insécurité, favorise la fréquentation des commerces en soirée et limite les comportements inciviques. La Ville entend cibler en priorité les zones sensibles et les lieux générateurs de nuisances.

## Trajectoire 6

## Rendre les quartiers commerçants plus accessibles et faciliter les livraisons

L'accessibilité est un levier central pour la vitalité économique des quartiers commerçants. La Ville de Bruxelles s'engage à améliorer la circulation de tous les usagers – piétons, cyclistes, automobilistes et professionnels – tout en veillant à garantir un accès fluide aux commerces. Une bonne organisation du stationnement et des livraisons, combinée à une information renforcée sur le sujet est essentielle pour soutenir les commerçants et offrir un accueil de qualité aux chalands.

### 6.1. Améliorer l'accessibilité multimodale et mieux communiquer sur l'offre de mobilité et de stationnement hors voirie.

La diversité des modes de transport doit être pleinement prise en compte. C'est pourquoi la Ville améliorera, quand c'est possible, la signalétique et la communication sur les différentes solutions de mobilité disponibles. Cette communication devra cibler tant les chalands bruxellois que ceux de la périphérie et au-delà. Il est important d'intégrer systématiquement les enjeux de mobilité, de stationnement et de logistique en amont des projets de réaménagement qui concernent les quartiers commerçants, ceci dans une approche transversale et participative.

### 6.2. Promouvoir les solutions de stationnement hors voirie, en les rendant attractifs pour les chalands, et renforcer les places Shop & Go.

Pour répondre aux besoins des clients motorisés tout en limitant l'encombrement de l'espace public, la Ville promeut des solutions de stationnement hors voirie et développe les zones Shop & Go. Une communication claire sur leur localisation renforcera leur efficacité et leur usage.

### 6.3. Optimiser les zones de livraison, notamment autour des zones piétonnes, et garantir leur disponibilité.

Une logistique urbaine efficace repose sur des zones de livraison bien situées et en nombre suffisant. Leur occupation par d'autres véhicules engendre souvent des nuisances et des problèmes de circulation. La Ville veillera donc à garantir leur accessibilité en sanctionnant les contrevenants et augmentera leur nombre dans les zones où c'est nécessaire.

### 6.4. Lutter contre le *bxl-bashing,* en corrigeant l'image d'une ville inaccessible en voiture.

Lutter contre le *Brussels-bashing*, particulièrement autour de la question de l'accessibilité en voiture, est crucial pour redorer l'image de la capitale et soutenir son commerce. Une communication claire et positive doit mettre en avant les nombreuses alternatives de mobilité existantes et les efforts entrepris pour améliorer l'accès à tous. En combattant les idées reçues, la Ville renforce la confiance des visiteurs, des clients et des investisseurs.

## Trajectoire 7

### Promouvoir les quartiers commerçants ainsi que leurs spécificités et l'implication des commerçants

La richesse de Bruxelles repose aussi sur la diversité de ses quartiers commerçants. Pour renforcer leur attractivité, la Ville mise sur la valorisation de leurs identités propres, la mobilisation des commerçants et une meilleure mise en récit de ce qui les rend uniques. Par des actions culturelles, événementielles et de communication, elle entend créer une dynamique positive, renforcer l'ancrage local des commerces et stimuler la fréquentation tout au long de l'année.

**7.1. Mener des actions événementielles et culturelles dans les quartiers commerçants, notamment afin de valoriser les atouts architecturaux, via des initiatives comme Enjoy Brussels By Light, des décorations festives ou des plans lumières.**

Les événements festifs et culturels sont des vecteurs puissants de dynamisation commerciale. En les ancrant dans les spécificités des quartiers, la Ville favorise une appropriation collective et une mise en lumière originale du commerce local. Ces événements doivent être de taille raisonnable, faute de quoi ils produisent des effets contraires et réduisent la fréquentation des commerces.

**7.2. Répartir et mieux intégrer les Plaisirs d'Hiver dans les différents quartiers afin d'améliorer l'accessibilité, la mobilité et les retombées économiques pour les commerces locaux.**

En diffusant les animations des Plaisirs d'Hiver dans plusieurs quartiers, la Ville cherche à répartir les flux, à mieux intégrer les commerçants locaux et à réduire les nuisances concentrées. Cette ventilation territoriale renforce l'équité entre les zones commerçantes et optimise l'impact économique de l'événement.

**7.3. Favoriser l'installation de guinguettes, kiosques et dispositifs d'animation permanente dans l'espace public.**

Les guinguettes et kiosques sont des lieux de convivialité qui participent à l'animation des espaces publics. En soutenant leur présence, la Ville diversifie l'offre de services et d'activités, attire des publics variés et crée des synergies nouvelles avec les commerces de proximité.

**7.4. Créer de nouveaux marchés, dont un marché couvert dans le centre-ville, pour renforcer la convivialité et la diversité de l'offre.**

Les marchés jouent un rôle central dans la vie des quartiers : ils favorisent les circuits courts, la mixité sociale et la vitalité économique. En créant de nouveaux marchés, la Ville répond à une forte demande des Bruxellois et complète l'offre commerciale existante, notamment au cœur du centre-ville.

**7.5. Déployer un plan de communication global valorisant les spécificités, identités et atouts de chaque quartier commerçant.**

Pour accroître la notoriété et la fréquentation des quartiers commerçants, l'asbl Entreprendre Bruxelles et la Ville lancent un plan de communication structuré, co-construit avec les commerçants et répondant aux attentes des différents profils identifiés (communauté wallone, flamande, touristes…". L'objectif est de créer une image de marque forte pour chaque quartier, en mettant en avant ses atouts et son authenticité, via des supports modernes et variés (réseaux sociaux, signalétique, sites web, localguide.brussels, dépliants, journaux etc.), en partenariat avec les commerçants, et à partir d'une identité visuelle (logo...) construite avec eux et