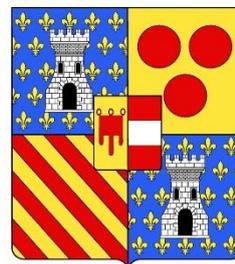


# Objectif Proximité

Etat des lieux et analyse des besoins du périmètre de  
Paliseul

**.ADL**

BERTRIX  
BOUILLON  
HERBEUMONT  
PALISEUL



## Table des matières

<b>I. Etat des lieux .....</b>	<b>3</b>
<b>II. Le mix commercial .....</b>	<b>4</b>
<b>III. Atouts, faiblesses, opportunités et menaces.....</b>	<b>6</b>
<b>IV. Commerces prioritairement attendus.....</b>	<b>7</b>

## I. Etat des lieux

---

Les rues commerciales du centre de Paliseul sont la Grand-Place et les rues qui en rayonnent : les rues Paul Verlaine, Saint-Roch, du Chaffour, Saint-Eutrope, de la Station et d'Offagne.

Le taux de pénétration communal interne est très élevé : plus de 70% de la population de la commune réalise ses achats courants sur le territoire communal. Pour les achats semi-courants légers et semi-courants lourds, Paliseul fait partie du bassin de consommation de Libramont.

En 2018, le nombre de commerces en activité était de 55 dans la commune de Paliseul<sup>1</sup> ; il y avait 11 cellules commerciales vides, qui représentaient 17% des cellules commerciales de la commune. La surface de vente totale est de 6.175m<sup>2</sup> ; entre 2013 et 2018 a été enregistrée une croissance de la surface de vente de 485 m<sup>2</sup>. La taille moyenne des cellules commerciales était de 126 m<sup>2</sup>. Entre 2013 et 2018, Paliseul était la quatrième commune de la province à l'offre commerciale la plus stable (derrière Nassogne, Saint-Hubert et Gouvy.)

L'activité économique sur la commune de Paliseul génère de l'emploi<sup>2</sup> : en 2020, 139 établissements comptaient au minimum un salarié. La plupart des établissements emploient entre 1 et 4 personnes (92 établissements.) Le commerce représentait à lui seul 181 emplois en 2016.

---

<sup>1</sup> Source : Bianchet B. (2018). *Les Assises du Commerce, Analyses et conclusions*

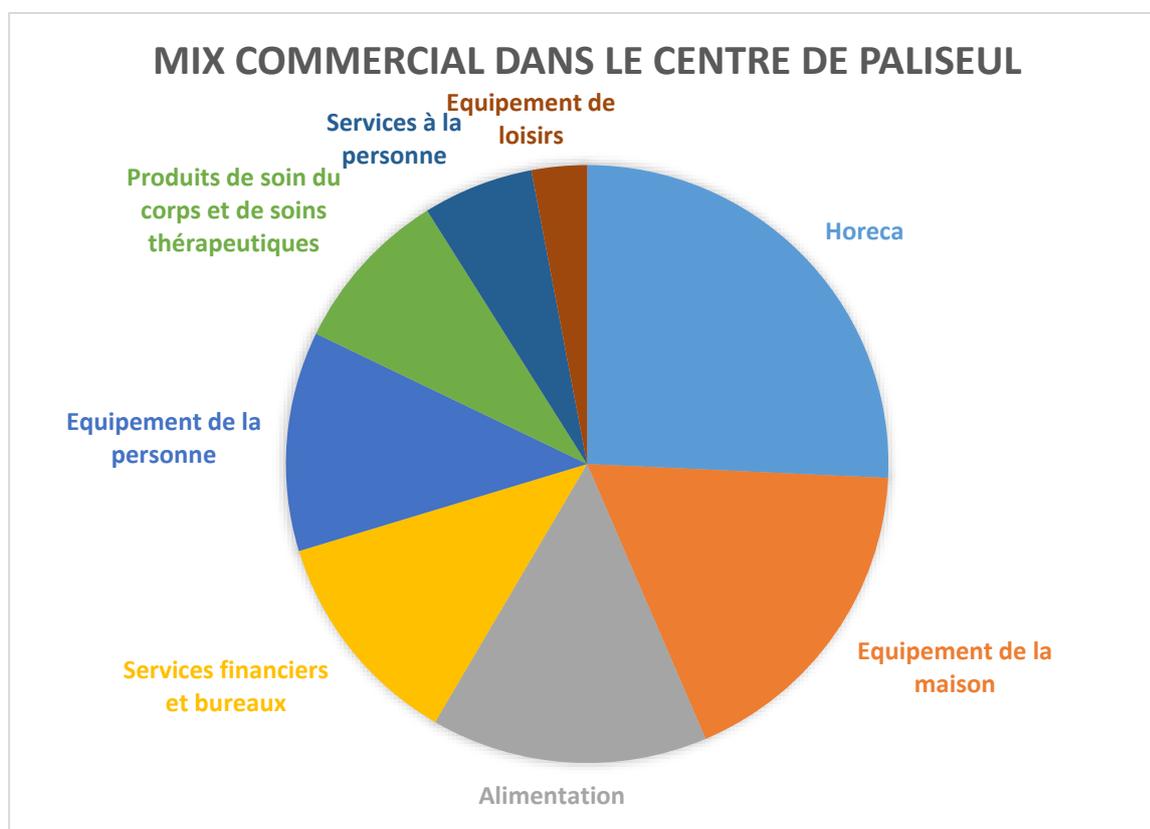
<sup>2</sup> Source : *Unités locales (établissements) selon leur classe d'importance* [en ligne]. Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique, 2020 [consulté le 16 novembre 2022]. Disponible sur : [https://walstat.iweps.be/walstat-catalogue.php?niveau\\_agre=C&theme\\_id=15&indicateur\\_id=833600&sel\\_niveau\\_catalogue=C&ordre=0](https://walstat.iweps.be/walstat-catalogue.php?niveau_agre=C&theme_id=15&indicateur_id=833600&sel_niveau_catalogue=C&ordre=0)

## II. Le mix commercial

En 2018, la commune de Paliseul proposait un mix commercial équilibré, avec un nombre de points de vente dédiés à l'horeca (19%), à l'équipement de la maison (17%) et à l'alimentation traditionnelle (15%) qui sont équivalents. Les points de vente pour l'équipement de la personne sont moins nombreux (7%), et les moyennes et grandes surfaces sont la catégorie la moins représentée (4%).

Lors du recensement par l'Agence de Développement Local Bertrix-Bouillon-Herbeumont-Paliseul en 2021 des commerces actifs dans le centre de Paliseul (Grand-Place et rue Paul Verlaine, rue Saint-Roch, rue du Chaffour et rue Saint-Eutrope, qui représentent le cœur du village de Paliseul, y compris en terme commercial), le mix commercial suivant a été constaté :

- 26% d'horeca ;
- 18% de commerces d'équipement de la maison ;
- 15% de commerces d'alimentation ;
- 12% de services financiers (banques, assurances) et bureaux ;
- 12% de commerces d'équipement de la personne ;
- 9% de commerces de produits de soin du corps et de soins thérapeutiques (pharmacies et parfumerie) ;
- 6% de services à la personne (salon d'esthétique, de coiffure...) ;
- 3% de commerces d'équipement de loisirs.



Ce mix commercial est diversifié et équilibré : les établissements horeca ne sont pas sur-représentés et sont eux-mêmes variés : restaurants, friteries, sandwicherie, café ; les commerces et services répondent à un grand nombre de besoins. Il est également de qualité : les commerces sont uniquement des petites surfaces tenues par des indépendants, les commerces d'alimentation proposent des produits artisanaux et locaux (boucheries-charcuteries, boulangeries-pâtisseries.)

Cependant, plusieurs des commerçants du centre de Paliseul arrivent à l'âge de la pension et n'ont pas de repreneur. C'est le cas actuellement de 8 commerces existants, dans l'horeca, l'équipement de la maison, de la personne, d'équipement de loisirs, et de services à la personne.

### III. Atouts, faiblesses, opportunités et menaces

<p><b>Atouts</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des commerces de proximité bien implantés ;</li> <li>• Un mix commercial solide ;</li> <li>• Les commerces ont su s'adapter et s'entraider lors de la crise sanitaire, développant entre autres la vente en ligne ;</li> <li>• La mise en valeur des produits locaux, des savoir-faire et des particularités des commerçants ;</li> <li>• Commerce à taille humaine avec une relation client privilégiée.</li> </ul>	<p><b>Faiblesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De nombreux commerçants atteindront l'âge de la pension à moyen terme ;</li> <li>• Les cellules commerciales vides sont vétustes et mal adaptées pour l'implantation d'un autre type de commerce que celui d'origine (de nombreux travaux sont à prévoir.)</li> </ul>
<p><b>Opportunités</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectif Proximité permet de favoriser l'installation de nouveaux commerces, portés par des commerçants plus jeunes ;</li> <li>• Une bonne réputation du commerce paliseulois dans les communes alentours ;</li> <li>• Présence de nombreux emplacements de stationnement ;</li> <li>• Cadre agréable, propre et sécurisé, lieux de rencontre, aménagements conviviaux ;</li> <li>• Des commerces spécialisés (bijouterie, maroquinerie, articles de sport...) ne sont pas présents dans le périmètre. En s'y installant, ils renforceraient encore le mix commercial.</li> </ul>	<p><b>Menaces</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'existence de zonings commerciaux proches (Bertrix, Bouillon, Libramont, Sedan) ;</li> <li>• Le recours accru des clients aux géants du commerce en ligne, notamment depuis la crise sanitaire, et les prix concurrentiels pratiqués par ceux-ci ;</li> <li>• L'augmentation des charges, des loyers, du prix des marchandises.</li> </ul>

#### **IV. Commerces prioritairement attendus**

---

Le mix commercial désiré à la suite de l'action augmente la part de commerces d'équipement de la personne, de la maison et de loisirs. Les commerces d'alimentation, s'ils présentent un savoir-faire artisanal et des produits locaux, sont également les bienvenus pour compléter l'offre des boulangeries-pâtisseries et des boucheries-charcuteries présentes (épicerie, vente de légumes, de produits transformés...), prioritairement :

- les commerces d'équipement de la personne (surtout les commerces d'accessoires (bijouterie, maroquinerie...)) ;
- les commerces d'équipement de la maison ;
- les commerces d'équipement de loisirs (surtout les commerces d'articles de sport) ;
- les commerces alimentaires qui complètent l'offre existante.