

Objectif Proximité

Etat des lieux et analyse des besoins du périmètre
d'Herbeumont

.ADL

**BERTRIX
BOUILLON
HERBEUMONT
PALISEUL**



Table des matières

I. Etat des lieux	3
II. Le mix commercial	4
III. Atouts, faiblesses, opportunités et menaces.....	6
IV. Commerces prioritairement attendus.....	7
V. Coordonnées de contact	Erreur ! Signet non défini.
VI. Annexes	Erreur ! Signet non défini.

I. Etat des lieux

Les activités commerciales se répartissent sur l'ensemble de la commune d'Herbeumont : 28 activités sont actives dans le village d'Herbeumont, 20 dans celui de Saint-Médard, 7 à Menugoutte, 5 à Straimont, 3 à Martilly et 1 à Gribomont. L'équipement commercial est diversifié, et composé principalement de petites structures spécialisées, qui sont parfois uniques et innovantes.

En ce qui concerne le secteur horeca et touristique, la commune d'Herbeumont compte un total de 6.787 nuitées touristiques en 2021¹. Le nombre de nuitées sur le territoire communal est en diminution depuis 2017, mais cette tendance à la baisse se confirme depuis 2001. Le nombre d'établissements d'hébergement touristique était de 27 en 2021, le nombre le plus haut depuis 2012. Ensemble, ils offrent 489 lits en 2021, soit une remarquable augmentation après 2020, où le nombre de lits n'était que de 312. Il est important de préciser que ces chiffres ne représentent que les établissements reconnus par le Commissariat Général au Tourisme.

Le tourisme est une activité majeure de la commune d'Herbeumont, et un secteur très dynamique. Les activités et attractions de plein air sont nombreuses et souvent accessibles gratuitement, comme la station de trail ou le château d'Herbeumont. Les activités et événements sportifs attirent également un large public : trails, courses automobiles ou cyclistes, location de stand up paddles, de kayaks, de vélos et de VTT, électriques ou non... La commune est également animée par des événements : nombreux concerts tout au long de l'année à Herbeumont, fête du Parc, expositions artistiques, le Festival Trail Semois... Le tourisme à Herbeumont se déploie sur toute l'année et concerne un public diversifié : familles, sportifs, touristes attirés par le patrimoine naturel et paysager d'Herbeumont.

Le taux de pénétration communal interne est très bas : moins de 10% de la population de la commune réalise ses achats courants sur le territoire communal. Ce taux est le plus bas des communes voisines, à l'exception de Chiny qui affiche un résultat identique.

Pour les achats courants, semi-courants légers et semi-courants lourds, Herbeumont fait partie du bassin de consommation de Libramont.

L'activité économique sur la commune d'Herbeumont génère de l'emploi² : au 31 décembre 2020, 24 établissements comptaient au minimum un salarié. La plupart des établissements emploient entre 1 et 4 personnes.

¹ Source : Nuitées dans les établissements d'hébergement touristique. [en ligne]. Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique, 2021 [consulté le 25 novembre 2022]. Disponible sur : https://walstat.iweps.be/walstat-catalogue.php?niveau_agre=C&theme_id=11&indicateur_id=812501&sel_niveau_catalogue=C&ordre=0

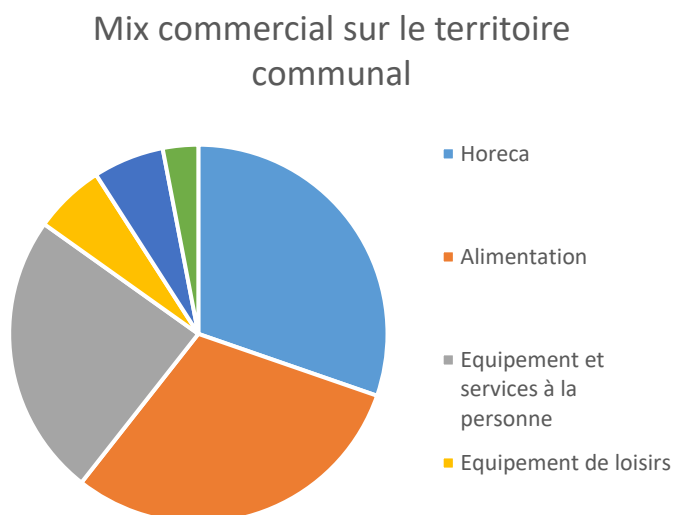
² Source : *Unités locales (établissements) selon leur classe d'importance* [en ligne]. Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique, 2020 [consulté le 28 novembre 2022]. Disponible sur : <https://walstat.iweps.be/walstat->

II. Le mix commercial

La commune d'Herbeumont est dotée d'un faible nombre de commerces. Le mix commercial présenté ici est donc composé de faibles valeurs absolues, et l'ouverture ou la fermeture d'un seul établissement peut le modifier dans de grandes proportions.

Ce mix commercial est composé de :

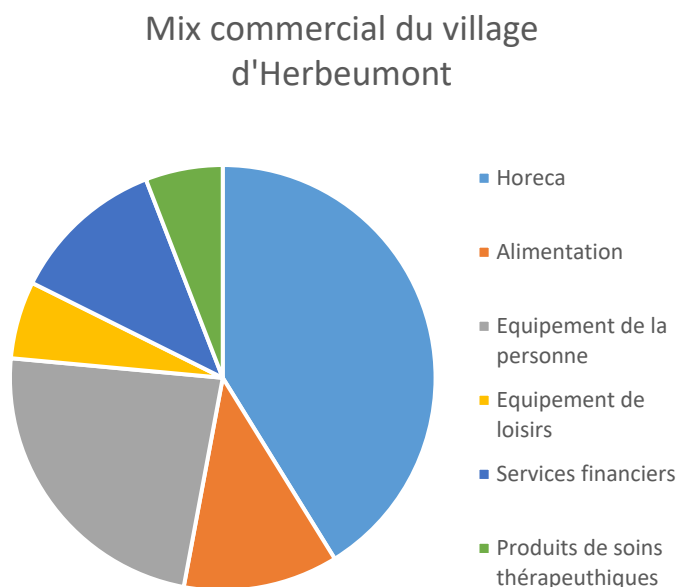
- 41% d'horeca ;
- 12% de magasins d'alimentation (boulangerie-pâtisserie, boucherie-charcuterie et épicerie locale, supérette, nombreux points de vente de produits locaux) ;
- 24% de commerces d'équipement et de services à la personne : un magasin de vêtements, plusieurs salons de coiffure, d'esthétique... ;
- 6% de magasins d'équipement de loisirs, liés à la pratique sportive ;
- 12% de services financiers – il est utile de préciser que le territoire comprend un distributeur d'argent liquide, géré par Bpost mais accessible à tous depuis l'extérieur, et situé au centre du village d'Herbeumont ;
- 3% de commerces de produits de soins thérapeutiques, soit une pharmacie.



catalogue.php?niveau_agre=C&theme_id=15&indicateur_id=833600&sel_niveau_catalogue=C&ordre=0

Pour le seul village d'Herbeumont, le mix commercial est composé de :

- 30% d'horeca : restaurants, cafés, hôtels, traiteur, chacun présentant ses particularités et proposant une grande diversité d'établissements à la clientèle (crêperie, restaurant spécialisé dans les produits locaux et de saison, café portant une animation culturelle tout au long de l'année par des concerts, des festivals...);
- 30% de magasins d'alimentation, comprenant une boulangerie-pâtisserie et une petite surface de type supérette ;
- 24% de commerces d'équipement et de services à la personne : un magasin de textile, plusieurs salons de coiffure, d'esthétique...
- 6% de magasins d'équipement de loisirs, liés à la pratique sportive ;
- 6% de services financiers, exclusivement des services de comptabilité ;
- 3% de commerces de produits de soins thérapeutiques.



Le territoire communal ne propose aucun commerce d'équipement de la maison (sont repris sous ce terme les fleuristes, les magasins de meubles, de bricolage, d'articles de ménage, de décoration, d'appareils électroménagers...) Les magasins d'équipement de loisirs existants ne concernent que les articles sportifs, avec la location de vélos, de VTT, de kayaks et d'une grande diversité de véhicules. Le commerce d'équipement de la personne n'est représenté que par des textiles d'habillement. Les services à la personne, en revanche, sont nombreux : plusieurs salons de coiffure et d'esthétique se trouvent sur le territoire.

L'offre d'établissements horeca et de magasins d'alimentation est variée ; ces activités nouent des liens entre elles et avec les producteurs locaux et participent à la mise en valeur du territoire.

Le village d'Herbeumont montre un mix commercial en accord avec son statut touristique : il est dominé par les établissements horeca et une offre alimentaire qui convient aussi bien à une clientèle locale qu'à une clientèle de passage ou en séjour dans la région.

III. Atouts, faiblesses, opportunités et menaces

<p>Atouts</p> <p>Un secteur horeca qui reprend vigueur depuis quelques années avec des adresses de qualité ;</p> <p>Le passage de nombreux touristes toute l'année, avec des moments de fortes affluences lors d'événements (rallyes, trails, festivités locales...);</p> <p>Des espaces de stationnement en suffisance dans le centre d'Herbeumont (plusieurs zones disponibles) ;</p> <p>Une grande offre de produits locaux sur le territoire communal.</p>	<p>Faiblesses</p> <p>Peu de cellules commerciales vides sont actuellement disponibles ;</p> <p>Les cellules disponibles ne sont pas toutes utilisables en l'état (vides depuis un certain temps) ;</p> <p>Pas de zone (rue) identifiée comme commerciale, avec une concentration de commerces ;</p> <p>L'éloignement d'Herbeumont par rapport aux grands axes routiers et aux centres des communes voisines ;</p> <p>Pas de gare SNCB ou de desserte fréquente en transports en commun pour le tourisme sans voiture.</p>
<p>Opportunités</p> <p>Forte attractivité touristique de la commune (nombreux gîtes, chambres d'hôte et campings, aire de camping-car) ;</p> <p>Réflexion sur une ligne touristique du TEC reliant Herbeumont à Florenville (abbaye d'Orval) et Bouillon ;</p> <p>Partenariats à développer entre le tourisme et le commerce ;</p> <p>Des cellules commerciales seront disponibles à moyen terme dans le centre d'Herbeumont.</p>	<p>Menaces</p> <p>L'existence de zonings commerciaux proches (Bertrix, Neufchâteau, Bouillon, Libramont, Sedan) ;</p> <p>Les habitudes de consommation de la population la tournent vers les communes voisines ;</p> <p>Le recours accru des clients aux géants du commerce en ligne, notamment depuis la crise sanitaire, et les prix concurrentiels pratiqués par ceux-ci ;</p> <p>L'augmentation des charges, des loyers, du prix des marchandises.</p>

IV. Commerces prioritairement attendus

En favorisant l'implantation de nouveaux commerces pérennes, 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 sur le territoire communal (épicerie, vente de légumes, de produits transformés...)

En conclusion, Objectif Proximité est un levier pour le maintien et la transformation des commerces existants et pour l'implantation de nouveaux commerces, prioritairement :

- les commerces d'équipement de la personne ;
- les commerces d'équipement de la maison ;
- les commerces d'équipement de loisirs ;
- les commerces alimentaires qui complètent l'offre existante.