

Deux ans et en pleine santé

- ▶ Le centre commercial de l'Esplanade tire son bilan, après exactement deux ans d'exploitation.
- ▶ Le chiffre d'affaires est en croissance de près de 20 pc.
- ▶ L'arrivée de la Fnac devrait encore booster la fréquentation.

Deux ans après son ouverture, le centre commercial de l'Esplanade se porte bien. C'est du moins ce que ses responsables affirment, chiffre à l'appui. Actuellement, avec ses 95 commerces sur 34 200 mètres carrés, l'Esplanade est complète. Deux locaux sont encore libres à la rue Charlemagne, sur 33 emplacements et plus de 7 000 mètres carrés.

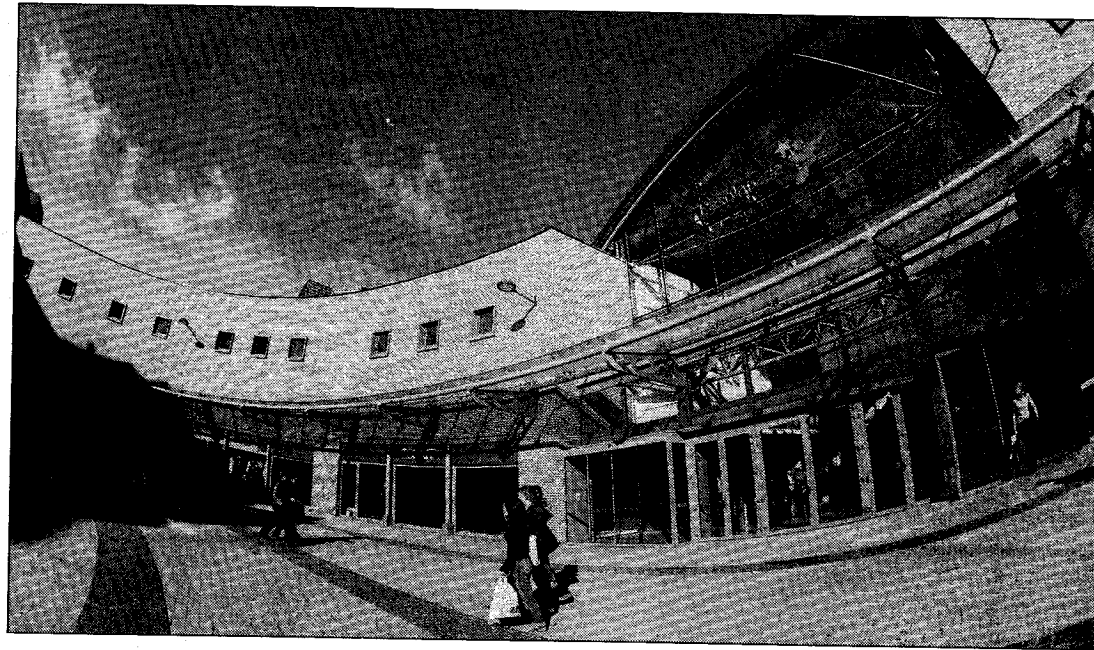
Entre le premier janvier 2007, et début octobre, ce sont 3,8 millions de visiteurs qui ont franchi la porte du centre commercial néolouvaniste. Fréquentation totale estimée pour l'ensemble de l'année : 5,5 millions de personnes. La moyenne quotidienne est d'environ 17 000 personnes. Un samedi moyen en attire 25 000. L'année qui vient de s'écouler a également été marquée par quelques journées record, où le centre a accueilli jusqu'à 34 000 visiteurs. Le comp-

tage de la fréquentation, qui n'existe que depuis l'été 2006, indique une croissance d'environ 50 pc entre juillet 2006 et juillet 2007. Par ailleurs, avec l'arrivée de la Fnac, "que le marché est capable de supporter" et dont "l'effet locomotive profitera à tout le monde", les gestionnaires s'attendent même à atteindre les 5,8 millions de personnes sur l'ensemble de l'année.

Le chiffre d'affaires est lui aussi en croissance, "au-delà de nos espérances", affirme Jean-Michel de Walque, directeur chez

Devimo, gestionnaire du centre commercial. Entre octobre 2006 et octobre 2007, la rue Charlemagne et le centre commercial ont engrangé 135 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une progression de 19,5 pc. "Cette progression se marque sur tous les mois, elle est linéaire et homogène. Entre décembre 2006 et décembre 2007, il y a aussi une progression, même sur de gros volumes de chiffres" (NdIR : celui-ci passe ainsi d'un peu plus de 14 millions d'euros à près de 18 millions d'euros), note Jean-

Michel de Walque. Autre satisfaction exprimée par les gestionnaires : si les courbes de fréquentation marquent bien un creux au mois d'août, cette baisse apparaît comparable à celle d'autres centres. "La courbe de saisonnalité est cohérente avec celle d'autres shoppings. C'était pourtant notre crainte, car avant l'Esplanade, juillet et août, les activités étaient assez calmes à LLN. Or les chiffres tiennent la route", affirme le directeur. Le volume d'emploi est également à la hausse. Mille personnes tra-



■ 3,8 millions de visiteurs ont franchi la porte du centre commercial néolouvaniste depuis janvier 2007.

vailent actuellement à l'Esplanade, contre 800 il y a un an. Pour l'Esplanade, cette "bonne tendance", est confirmée par le rendement, soit le chiffre d'affaires par m². "Nous sommes à 4 000 €, ce qui est un chiffre comparable à celui de centres commerciaux existant depuis bien longtemps. Tout en sachant que ces centres, implantés dans des lieux urbains, ont une zone de chalandise directe de parfois 100 000 personnes. Ici, à 5 minutes, il y a 20 000 personnes."

Cette zone de chalandise, l'Esplanade souhaite d'ailleurs l'agrandir. Le taux de pénétration (le pourcentage d'habitants qui fréquentent au moins une fois par mois l'Esplanade) oscille ainsi entre 75 et 100 pc, dans les environs immédiats de Louvain-la-Neuve. "Mais du côté de Nivelles et de Gembloux, le taux de pénétration est encore trop faible par rapport à ce que cela devrait être", indique Jean-Michel de Walque. Cette année, l'Esplanade va tenter de cibler le public situé le long de l'E411 en direction de Gembloux, et vers Bruxelles, jusque Hoeilaart, ainsi que les habitants situés le long de la N25 en direction de Nivelles. La promotion sera intensifiée dans ces zones. Plus de 520 000 € sont consacrés chaque année au budget publicité pour l'Esplanade.

Sophie Devillers.