

ÉTUDE RELATIVE À LA FONCTION ÉVÉNEMENTIELLE

DANS L'HYPERCENTRE LIÉGEOIS

Note pour l'ASBL Enjeu

09 avril 2006

Par Jérémie Huls, Chercheur au SEGEFA
Sous la direction de Guénaël Devillet, Directeur-adjoint SEGEFA
et du Professeur B. Mérenne-Schoumaker, Directeur SEGEFA

1. INTRODUCTION

L'ASBL Enjeu a chargé le SEGEFA d'étudier la fonction événementielle dans le centre de la Ville de Liège et de déterminer les enjeux d'un maintien de ce type d'activités dans l'hypercentre en général et sur l'espace Tivoli en particulier. Cet îlot va être reconstruit mais la question de savoir s'il pourrait faire l'objet d'une reconstruction partielle afin d'y accueillir des activités temporaires reste ouverte. C'est dans ce cadre que se situe cette note. Il n'est pas question ici de débattre sur des choix urbanistiques ou architecturaux mais plutôt de parler de fonction. Il s'agit d'objectiver la discussion en identifiant les activités actuellement organisées, en comparant ces activités avec d'autres villes, en absorbant les possibilités de développement sur d'autres places et en émettant des recommandations.

Le travail est donc structuré en 4 phases :

- descriptif et analyse de la fonction événementielle à Liège ;
- benchmarking de la fonction événementielle ;
- analyse des différents sites potentiels dans le centre de la ville ;
- bilan et recommandations : forces et faiblesses.

2. LA FONCTION ÉVÉNEMENTIELLE À LIÈGE

Il convient de diviser la fonction événementielle sur l'espace Tivoli en deux catégories :

- le marché de Noël qui constitue l'événement majeur ;
- les différents événements récurrents ou secondaires organisés plus ponctuellement.

2.1. Le marché de Noël

Le marché de Noël de Liège est organisé pendant 5 semaines et est composé d'environ 220 chalets qui se divisent en trois sous-espaces :

- 113 chalets sur l'espace Tivoli (68) et la Place du Marché (45) (mixte d'alimentaire, de cadeaux et de décorations de Noël, gérés par l'asbl Enjeu) ;
- 67 chalets sur la Place Saint-Lambert (52) et sa dalle supérieure (15) (spécialisés dans l'art et l'artisanat, gérés par l'asbl Tournevent),
- 40 chalets autour de la patinoire de la Place Cathédrale et en Vinâve d'île.

Existant depuis 19 ans, le marché de Noël a progressivement grandi pour attirer plus d'un million de visiteurs dont de plus en plus d'étrangers (nombre estimé d'après l'ASBL Enjeu) lors des deux dernières éditions. La ville de Liège évalue, quant à elle, le nombre de visiteurs à 1 million et demi.

En 2004, une enquête a été réalisée sur le marché de Noël¹. Plus de 1100 questionnaires complets ont ainsi été récoltés. Ce travail a permis de dégager quelques tendances générales :

- 45 % des personnes interrogées sont venues spécifiquement à Liège pour le marché de Noël ou la patinoire ;
- 57 % des visiteurs ont profité de cette visite pour réaliser des achats dans les commerces permanents de l'hypercentre ;
- parmi les visiteurs ayant effectué des achats dans l'hypercentre, 13 % l'ont fait dans le secteur de l'horeca ;
- 72 % des personnes n'étant pas venues exclusivement pour le marché de Noël déclarent y faire tout de même des dépenses.

Ces quelques chiffres montrent que le marché joue un rôle attractif très important et que les deux secteurs de l'horeca et des commerces bénéficient de l'afflux des touristes et des visiteurs pendant cette période festive. Néanmoins, il est impossible d'avancer des résultats solides et chiffrés quant à l'évolution du chiffre d'affaires des commerces, cafés et restaurants.

Comme nous le verrons pour les autres villes, les impacts des différents marchés de Noël ne sont pas faciles à déterminer. L'étude des villes étrangères n'apportent pas d'éléments plus précis puisqu'elles n'ont pas réalisé d'étude dans ce domaine et que les contextes sont différents. C'est pourquoi, il conviendrait de réaliser une étude très détaillée des retombées économiques du marché de Noël de Liège sur son environnement immédiat.

Une exploitation plus poussée des données récoltées et une nouvelle enquête, permettant une analyse diachronique, augmentent la connaissance de ces impacts indirects.

En termes de localisation, l'organisation de ce type d'événement dans l'hypercentre répond avant tout à un besoin d'accessibilité multimodale.

En terme de mobilité dans l'hypercentre et plus particulièrement dans le voisinage de l'espace Tivoli, l'accessibilité en transport en commun est optimale vu :

- la proximité de la gare SNCB du Palais ;
- la proximité de la Place Saint-lambert, de la Place de la République Française, de la Place Léopold et de l'Opéra, nœuds importants du réseau du TEC.

En matière d'accessibilité voiture, l'existence des pénétrantes urbaines à grand gabarit facilite l'accès depuis l'ouest (Burenville) et le nord (Herstal – Jupille). Par contre, en provenance du sud (Fragnée – Sart-Tilman) et de l'ouest (Fléron), la progression des automobilistes est rendue difficile par la succession des carrefours munis de feux. Par ailleurs, comme tous centres urbains, la mobilité n'est pas aisée aux heures de pointes. Enfin, les cars de touristes ont la possibilité d'aller se garer sur la Place des Déportés, située à 350 m. au nord-est de l'espace Tivoli. Ces places réservées sont cependant souvent utilisées de manière illicite par des automobilistes. Nous n'avons pas d'information quant à leur gestion et leur surveillance pendant le marché de Noël. Globalement, l'accessibilité au centre de Liège est qualifiée de bonne.

Du point de vue des aires de stationnement, M. Wolf, administrateur délégué du groupe Parking Cathédrale, indique qu'il n'y a pas de problèmes majeurs. En effet, les différents parkings payants du centre ville ne sont jamais saturés et ce, même en décembre. Cependant, il faut noter qu'un système de signalisation des parkings efficace et automatique faciliterait la recherche de nombreux automobilistes. De plus, l'hypercentre propose de moins en moins d'emplacements gratuits et les solutions alternatives types Park and Ride ne sont pas encore en place. Ainsi, chaque année, on constate que certains visiteurs ne sont pas prêts à payer pour une place de parking et se garent dans des emplacements non réglementaires et encombrant les trottoirs des rues environnantes.

¹ Enquête : « Liège, Cité de Noël 2004 » - Audrey Niesten – étudiante HEC – Enquête réalisée en collaboration étroite avec Gestion Liège Centre Ville d'un le cadre d'un travail de fin d'étude.

2.2. Les autres événements²

Outre le marché de Noël, il convient de préciser que d'autres événements, plus mineurs, se tiennent aussi actuellement sur l'espace Tivoli de manière récurrente. Parmi ceux-ci, notons les « Epicuriales » (5 jours), les « Beach Days » (3 à 4 semaines), le départ de Liège-Bastogne-Liège et le « Village Wallon » (3 jours). On estime ainsi que le temps annuel d'occupation de l'espace Tivoli par des événements récurrents est d'approximativement de 2 mois (hors périodes de montage et démontage). Viennent s'ajouter des événements plus ponctuels comme par exemple l'occupation par des théâtres ambulants (en 2005, la « Compagnie Arsenic » durant 3 semaines). En 2006, le lieu sera occupé plus de 4 mois grâce notamment au Space Day (un jour en mars) et au « Mondial Café » (1 mois : retransmission des matchs de foot de la coupe du monde). Il convient également de rappeler l'existence majestueuse du Chœur de Liège, fonction essentiellement « tourisme » et « patrimoine ». A cela, il faut rajouter des activités sportives tels que le départ du Tour de France et du Giro avec la présentation des équipes, de grands concerts et des feux d'artifices dans le cadre des fêtes de Wallonie.

Selon la Ville, le nombre de demandes d'occupation est en croissance constante mais seules les activités n'ayant pas un caractère commercial pur sont acceptées.

3. BENCHMARKING DE LA FONCTION ÉVÉNEMENTIELLE

Afin de déterminer les enjeux de la fonction événementielle dans l'hypercentre de Liège, plusieurs villes européennes proposant un marché de Noël ont été sondées :

- 3 villes allemandes : Aachen, Cologne et Duisburg ;
- une ville belge : Gand ;
- Luxembourg ;
- 3 villes françaises : Lille, Nancy et Strasbourg.

Le tableau de la page 4 synthétise la situation de chaque ville. Une analyse plus détaillée est fournie par la suite.

² Source : M. Tavolieri, attaché au cabinet du Bourgmestre de la ville de Liège.

Situation et contexte des villes sondées accueillant un marché de Noël

	Liège	Aachen	Cologne	Duisburg	Gand	Luxembourg	Lille	Nancy	Strasbourg
Population de l'agglomération (hab.) ¹	450 000	250 000	1 500 000	500 000	250 000	100 000	1 000 000	250 000	450 000
Classe de la ville en Europe ²	7	6	4		6	5	5	6	5
Taille du marché de Noël: nombre de chalets (nombre de chalets par site)	220 (113 – 67 – 40)	120	480 (160 – 114 – 90 – 68)	160	50	67	80	90	250 (100 – 80 – 20 – 20 – 20)
Nombre de visiteurs	1 à 1,5 millions	1,5 millions	4 millions			peu en comparaison avec les autres villes	plusieurs centaines de milliers		2 millions
Parkings dans le centre ³	Moyen	bon	optimal	moyen	bon	bon	bon	optimal	optimal
Accès à l'hypercentre en ³	voitures	Bon	bon	bon	moyen	bon	bon	bon	moyen
	bus	Optimal	bon	optimal	bon	optimal	optimal	optimal	optimal
	train	Optimal	bon	optimal	bon	bon	optimal	optimal	optimal
Durée des activités évenementielles (mois/an)	2	2 à 3	5		1,5	10	3		4 à 5
Impact sur l'horeca ⁴	Positif	positif	positif	positif	très positif	moyen	moyen	moyen	très positif
Impact sur les commerces ⁴	Positif	positif	positif	positif	positif	moyen	très positif (30% en plus)	positif	très positif

¹ Les chiffres de population correspondent à la population de l'agglomération; les communes n'étant pas toutes délimitées de la même manière.

² Classement des villes parmi 180 agglomérations européennes selon 15 indicateurs. Ce classement compte 7 classes. La classe 1 compte les villes les plus importantes: Paris et Londres. La classe 7 compte des villes d'importance régionale: Metz ou encore Liège. (Source: Céline Rozenblat et Patricia Cicille - Les villes européennes, analyse comparative - Université Montpellier III).

³ Optimal: situation très facile - bon: situation facile (avec parfois quelques petites difficultés) - moyen: situation présentant quelques difficultés.

⁴ Très positif: impact important sur le chiffre d'affaires - positif: impact appréciable sur le chiffre d'affaires - moyen: peu d'impact sur le chiffre d'affaires.

3.1.Aachen³

Aachen accueille son marché de Noël sur « Marktplatz » (Place du Marché à côté de l'Hôtel de ville). Le marché de Noël d'Aix-la-Chapelle concentre l'ensemble de ces 120 chalets sur cette place alors que dans la Cité ardente, la dispersion est plus prononcée.

Du point de vue de la mobilité, le centre est bien desservi par les transports en commun. Aucun grand point négatif n'est à signaler en matière d'accessibilité en voiture. La ville a suffisamment d'aires de stationnement pour accueillir le flot de visiteurs en semaine. Néanmoins, il est parfois difficile de trouver une place de stationnement le samedi du fait de l'énorme affluence. L'administration de la ville a, par ailleurs, prévu des emplacements pour les cars de touristes (100 à 200 cars par jour).

Si la gastronomie de Noël est présente sur le marché d'Aachen (environ 20 % des chalets), l'artisanat et l'art sont manifestement les deux activités principales.

Avec près d'un million et demi de visiteurs par an, les restaurants et commerces de l'hypercentre d'Aix-la-Chapelle profitent de cet afflux de touristes d'un jour. Selon, l'administration du marché de Noël. Les retombées sur le secteur de l'horeca sont plus importantes qu'ailleurs car la proportion de chalets « gastronomiques » est limitée à 20%. Malheureusement, la Ville n'a pas encore évalué l'augmentation du chiffre d'affaires des restaurateurs et commerces lors du marché de Noël.

Durant le restant de l'année, certaines activités sont organisées sur « Marktplatz » : le marché hebdomadaire, des représentations musicales et d'autres événements plus ponctuels. En moyenne, cette place est occupée 3 mois par an.

3.2.Cologne⁴

Ville cinq fois plus peuplée que Liège, Cologne accueille plusieurs lieux de marchés de Noël tous localisés dans l'hypercentre :

- Neumarkt : 114 chalets ;
- Alter Markt : 90 chalets ;
- Am Dom : 160 chalets (100 pour l'artisanat et l'art et la majorité du reste pour la gastronomie) ;
- Rudolfplatz : 68 chalets.

Les trois lieux les plus fréquentés sont le « Neumarkt » (le nouveau marché), le « Alter Markt » (le vieux marché) et le marché de Noël « am Dom » (devant la cathédrale). Le site web du marché de Noël de Cologne précise qu'en l'espace de 5 semaines, près de 4 millions de visiteurs sont attirés par cet événement majeur.

Encore plus qu'à Aix-la-Chapelle, cet événement exceptionnel s'accompagne d'une mobilité optimale. En effet, la principale gare ferroviaire de la ville est située à quelques pas de la cathédrale. De plus, le centre est très bien desservi par les autobus. La ville possède aussi assez de parkings pour les nombreux visiteurs. Enfin, des emplacements pour cars de touristes ont aussi été prévus en suffisance.

Au niveau du secteur de l'horeca et des commerces du centre-ville, il apparaît que ces secteurs font tous deux un chiffre d'affaires plus important en décembre. Une étude⁵ réalisée fin 2005 montre ainsi que les personnes venant à Cologne pour son marché de Noël réalisent 67% de leur dépense dans les commerces de la ville, 24% dans les restaurants et/ou cafés et le reste (9%) sur le marché de Noël

³ Source : Verwaltung des Weihnachtsmarkts (Administration du marché de Noël).

⁴ Sources : Verwaltung des Weihnachtsmarkts (Administration du marché de Noël).
<http://www.koelnerweihnachtsmarkt.de/>

⁵ Ergebnisse der Befragung von Weihnachts-Touristen - Eine Untersuchung im Auftrag der Industrie- und Handelskammer zu Köln – Februar 2006.

proprement dit. Les trois types de commerces les plus visités sont ceux des vêtements, des chaussures et de la parfumerie. Quant au secteur de l'horeca, il apparaît que la moitié des visiteurs passent le temps de midi dans un restaurant.

En ce qui concerne les autres activités événementielles, le « Neumarkt » est occupé près de 5 mois par an (5 semaines par le marché de Noël, 2 mois par un cirque et le reste par des activités plus épisodiques). La place devant la cathédrale est principalement un lieu de passage à l'instar de la place Saint-Lambert à Liège. Enfin, le « Alter Markt » connaît, outre le marché de Noël, les festivités du carnaval.

Il paraît évident que Cologne attire plus d'activités événementielles que Liège. Ce constat s'explique logiquement par l'importance et le rayonnement suprarégional, voire international, de la ville, mais également par une volonté politique d'y développer l'activité événementielle. A ce titre, Cologne est certainement la « capitale des festivités » de cette partie de l'Allemagne.

3.3.Duisburg⁶

Ville d'un peu plus d'un demi million d'habitants, le cœur de la cité de Duisburg accueille chaque année un marché de Noël de 160 chalets durant un mois. Ce marché ne se localise pas sur une place comme dans une majorité des villes sondées mais bien le long d'une rue d'un kilomètre de long (Königstrasse). Cette particularité a deux conséquences de taille:

- aucune autre activité événementielle n'a lieu le long de cet axe le restant de l'année ;
- il est impossible d'estimer le nombre de visiteurs fréquentant le marché vu le double emploi de la rue (lieu de passage et marché de Noël).

La ville de Duisburg admet être confrontée à quelques problèmes en terme de mobilité. D'une part, les autorités ont installé un système de stationnement périphérique dissuasif alors que les visiteurs ne l'utilisent guère (une réflexion est actuellement menée sur ce point). D'autre part, il semble que le centre-ville n'ait pas suffisamment d'aires de stationnement pour accueillir un événement de l'ampleur du marché de Noël.

Enfin, tout comme Aix-la-Chapelle et Cologne, les restaurants et les commerces voient leur chiffre d'affaires s'accroître le mois précédent Noël (non chiffré).

3.4.Gand⁷

D'une taille comparable à Liège, la ville de Gand ne possède pas un marché de Noël aussi développé que la Cité ardente et ce, peut-être du fait de son éloignement avec l'Allemagne mais certainement à cause de son âge. Ainsi, le marché ne compte qu'une cinquantaine de chalets.

Cependant, il est intéressant de remarquer que les restaurateurs ont demandé aux autorités compétentes que le marché de Noël dure trois semaines plutôt que deux comme les années précédentes. Cela traduit bien l'accroissement du chiffre d'affaires dans le secteur de la restauration lors de tels événements et ce, malgré un événement qui n'en est encore qu'à ses balbutiements.

La place Saint-Bavon, lieu où se tient le marché, accueille également les fêtes de Gand et quelques autres activités épisodiques. Au total, les autorités estiment à un mois et demi par an l'occupation de la place pour la fonction événementielle.

⁶ Source : Duisburg Marketing.

⁷ Source : Office du tourisme de la ville de Gand.

Service des fêtes et marchés de la ville de Gand.



Figure 1 : plan du marché de Noël « am Dom ».

3.5. Luxembourg⁸

Luxembourg dispose également d'un marché de Noël. D'une taille modeste (67 chalets), l'office des fêtes, foires et marchés de la ville reconnaît que l'événement n'attire pas les foules en comparaison avec Liège, Strasbourg et les villes allemandes (3 cars de touristes par jour pour plus de 100 à Aachen). Ce constat s'explique par la concurrence des villes proches et par la faible polarisation de la capitale du Grand-Duché. Deux conséquences directes de la plus faible fréquentation de ce marché de Noël sont, d'une part, une bonne mobilité dans l'hypercentre peu importe le moyen de transport, et d'autre part, une stagnation du chiffre d'affaires du secteur de l'horeca et des commerces.

⁸ Source : Ville de Luxembourg, office des fêtes, foires et marchés.

Cependant, la ville parvient à occuper l'espace dévolu au marché de Noël (Place des Armes) près de 10 mois par an ce qu'aucune autre ville interrogée n'arrive à réaliser. On retrouve ainsi des concerts pendant la saison touristique, des expositions de différents artistes, des défilés de mode et des marchés. Une telle occupation s'explique par le manque d'espace suffisamment grand dans le centre auquel est confronté Luxembourg pour les activités événementielles. Ainsi, presque la totalité des animations se tiennent sur la Place des Armes. Les Luxembourgeois ont donc fait de la Place des Armes un espace réservé, aménagé et conçu pour la fonction événementielle.

3.6.Lille⁹

Agglomération deux à trois fois plus importante que Liège, Lille compte entre 60 et 80 chalets sur son marché de Noël. Ce dernier se tient sur la Place Rihour face à l'office du tourisme dans le centre. Avec plusieurs centaines de milliers de visiteurs par an (beaucoup d'Anglais et de Belges), les commerces de l'hypercentre bénéficient de cet afflux de touristes (30% d'augmentation du chiffre d'affaires en décembre, mais difficile de déterminer la part due au marché de Noël). Le secteur de l'horeca connaît, quant à lui, une croissance plus modeste de son chiffre d'affaires (non chiffré) durant cette période.

En matière de mobilité, il semble qu'il n'y ait aucun problème majeur tant du point de vue des transports en commun que des déplacements individuels. La ville a en effet une grande capacité de parkings sous terrains et de Park & Ride. Lille a par ailleurs la possibilité d'accueillir des cars de touristes près de la gare de Lille-Flandres.

Durant le restant de l'année, la Place Rihour accueille d'autres événements : des animations musicales, le marché des provinces et des activités plus ponctuelles. Ainsi, la Place est occupée environ 3 mois par an.

3.7.Nancy¹⁰

Ville comparable par sa taille à Liège, Nancy compte trois lieux pour son marché de Noël : la place Maginot et les rues Notre Dame et Saint-Thiébaut. Avec approximativement 90 chalets pour les trois sites, les trois sites sont principalement des lieux de passage de l'hypercentre. Tout comme à Duisburg, ce constat rend difficile l'estimation du nombre de visiteurs pendant la période des fêtes de fin d'année.

En terme de mobilité, les responsables de l'organisation du marché ont insisté sur le fait que les aires de stationnement ne sont jamais saturées. L'accès dans l'hypercentre est aisé que ce soit en transport en commun ou en voiture.

Les autorités mentionnent également que les commerçants du centre sont satisfaits de la tenue du marché de Noël. Du point de vue du secteur de l'horeca, il semble que les retombées du marché soient relativement limitées. Certains prétendent que le marché de Noël est peut-être trop orienté vers la gastronomie et pas assez diversifié.

⁹ Sources : Office du tourisme.

Service des fêtes de la ville de Lille.

¹⁰ Sources : Office du tourisme.

Vitrines de Nancy (représentants des commerçants responsables de l'organisation du marché de Noël).

3.8.Strasbourg¹¹

Agglomération peuplée d'environ 450 000 habitants, Strasbourg est la ville française où la tradition du marché de Noël est la plus présente. Ce constat s'explique, d'une part, par le passé de la ville et, d'autre part, par sa proximité avec l'Allemagne. Ce sont ainsi pas moins de 2 millions de touristes qui flânent entre les 250 chalets que compte le marché. Ce dernier est éparpillé entre les différentes places du centre (Place Broglie, Place de la Cathédrale, Place Benjamin Six, Place du Temple Neuf, Place des châteaux d'Austerlitz, Place de Guthenberg et Place Kleber). Les deux places principales sont la Place Broglie et la Place de la Cathédrale. La première est occupée 4 à 5 mois par an par différents marchés (arts, fleurs, ...), des fêtes foraines et des activités plus épisodiques. La place de la Cathédrale est surtout un lieu de passage vu l'attraction que représente, à lui seul, l'édifice religieux. En ce qui concerne les autres places, elles accueillent moins de chalets. Cependant, elles sont aussi fréquentées que les deux grandes et ce, grâce à une thématique différente appliquée sur chaque lieu (exemple : spécialités gastronomiques de Noël venues de l'étranger...). Néanmoins, les autorités de la ville ont précisé que ce système était viable grâce à la conservation de deux pôles au sein du marché de Noël : la Place Broglie, d'une part, et la Place de la Cathédrale, d'autre part.

En terme de mobilité, aucun point négatif n'est relevé du côté des transports en commun, Strasbourg étant réputée pour l'efficacité et la modernité de ses transports publics. En ce qui concerne les automobilistes, une première difficulté est d'accéder à l'hypercentre en voiture. Néanmoins, en période de Noël, les autorités privilégient un système de Park & Ride très efficace.

Les commerçants du centre ville sont très satisfaits de la tenue du marché de Noël. Quant au secteur de l'horeca, l'impact est également très positif sans toutefois être chiffré. D'une part, décembre est l'un des rares mois de l'année où les hôtels sont pleins. D'autre part, les restaurants ouvrent deux services sur le temps de midi (11h. et 13h.).

Plus précisément, M. Gsell, Conseiller Général du Bas-Rhin et ancien Adjoint au Maire de la Ville de Strasbourg (chargé du développement économique, du commerce et du tourisme et donc à ce titre de tout ce qui a trait à Noël) a été contacté afin de mieux comprendre la dynamique et les retombées économiques du marché de Noël.

Avant 1992, le marché de Noël de Strasbourg se déroulait sur l'unique Place Broglie. Par ailleurs, décembre était le moins bon mois de l'année pour la ville pour les commerçants.

En 1992, une dynamique autour de Noël s'est mise en place. Les autorités ont ainsi créé un concept : « Strasbourg, capitale de Noël ». Le marché s'est ainsi étendu sur d'autres places. En parallèle, la ville s'offrait le plus grand sapin de Noël d'Europe et était la plus illuminée en France. Chaque année, un pays du continent était l'invité d'honneur. Les autorités ont également associé les églises aux fêtes de fin d'années : des exposition sur le thème de Noël s'y tenaient. Tous ces éléments ont contribué à faire de Strasbourg l'un des marchés de Noël les plus importants et renommés d'Europe.

Par ailleurs, en 2001, les autorités communales ont commandé une étude afin d'évaluer les retombées économiques de l'événement. Une enquête a ainsi été menée auprès des visiteurs et des touristes du marché de Noël quant au montant de leur dépense tous secteurs confondus pendant leur séjour à Strasbourg. Il est apparu que pour un euro investi par la ville, le retour sur l'investissement est 100 fois supérieur. Malheureusement, l'étude en question ne distingue pas la manière dont ces retombées positives sont distribuées parmi les différents secteurs d'activité. Mais il ne fait aucun doute que l'horeca, les commerçants sédentaires et non sédentaires en profitent. Ainsi, si le mois de décembre était le moins bon de l'année il y a 15 ans, il s'agit aujourd'hui du meilleur.

¹¹ Sources : Office du tourisme.

Service des foires et marchés de la ville de Strasbourg.

3.9.Bilan

Forces et faiblesses du marché de Noël de chaque ville

	Forces	Faiblesses
Liège	• Accessibilité optimale en transports en commun	• Problèmes de stationnement
	• Localisation optimale dans le centre historique de la ville	• Faible occupation de l'activité événementielle
	• Proximité des commerces et de l'horeca	
	• Bonne accessibilité en voitures (sauf via le Boulevard de la Sauvenière)	
	• Taille du marché de Noël	
Aachen	• Impact positif sur les commerces et l'horeca	Problèmes de stationnement
	• Taille du marché de Noël	
Cologne	• Accessibilité et stationnement	
	• Attraction d'un large public	
	• Proximité des commerces et de l'horeca	
	• Taille du marché de Noël	
Duisburg	• Proximité des commerces et de l'horeca	• Organisation du marché de Noël dans une rue et non sur une place
	• Taille du marché de Noël	• Problèmes de stationnement
Gand	• En pleine expansion	• Faible occupation de l'activité événementielle
	• Proximité de l'horeca	
		• Taille du marché de Noël
Luxembourg	Très bonne occupation temporelle de l'espace dévolu à l'activité événementielle	• Concurrence trop forte des marchés de Noël étrangers
		• Faible impact sur les commerces et l'horeca
		• Taille du marché de Noël
Lille	• En pleine expansion	Taille du marché de Noël
	• Impact très positif sur les commerces	
Nancy		• Marché de Noël trop peu diversifié
		• Peu d'impact sur l'horeca
		• Taille du marché de Noël
Strasbourg	• Taille du marché de Noël	Accès difficile dans le centre en voitures
	• Système de Park & Ride très efficace	
	• Organisation de thèmes pour les petits sites	

Le marché de Noël de Liège accueille un grand nombre de chalets et beaucoup de visiteurs (220 chalets – approximativement 1.5 million de visiteurs). Ce constat est renforcé proportionnellement à sa population. Seules Cologne et Strasbourg peuvent prétendre accueillir plus de monde. Il paraît évident que la Cité ardente profite de la proximité de l'Allemagne où la tradition du marché de Noël est très

présente. Cela explique que des villes plus éloignées mais non moins importantes (Gand et Lille) ne jouissent pas d'un aussi grand succès. Néanmoins, si le marché de Noël de Liège a atteint actuellement son apogée, ceux de Lille et Gand sont en pleine croissance. Ces deux villes seraient seulement touchées par le phénomène de diffusion d'est en ouest de la tradition germanique.

En terme de mobilité, la situation est globalement bonne. La Place Saint-Lambert, comme l'espace Tivoli, est extrêmement bien desservie par les transports en commun. En effet, aucune autre ville mis à part Cologne ne possède une gare aussi proche de son marché de Noël. Par ailleurs, la Place Saint-Lambert, la Place de la République Française, la Place Léopold et l'Opéra constituent des nœuds importants dans le réseau du TEC. Du point de vue des automobilistes, si l'hypercentre de Liège est facilement accessible, certaines difficultés à trouver une aire gratuite de stationnement se présentent. Ainsi, on a pu constater que des systèmes efficaces de Park & Ride fonctionnent très bien dans les villes de Lille et Strasbourg.

En terme d'occupation, Liège est quelque peu en retrait par rapport à certaines villes. Ainsi, Strasbourg, Lille et Aachen arrive à occuper un peu plus longtemps l'espace dévolu à l'activité événementielle. Généralement, il s'agit d'une place qui sert aussi de lieu de passage pendant l'année. Néanmoins, comme vu précédemment, l'espace Tivoli sera occupé plus ou moins 4 mois en 2006 (est-ce une nouvelle tendance ou s'agit-il d'une année exceptionnelle ?)

En ce qui concerne Cologne et Luxembourg, la situation est totalement différente :

- d'une part, Cologne est une ville bien plus importante que Liège. Toutefois, les autorités de la Ville ont décidé de concentrer l'activité événementielle en un seul lieu ;
 - d'autre part, Luxembourg ne possède qu'un seul espace pour toutes ces activités.
- Ces deux particularités expliquent une durée d'occupation plus élevée de leur place.

Enfin, si nous ne possédons pas de données solides quant aux retombées économiques du marché de Noël sur le secteur commercial et de l'horeca, il apparaît clairement que les commerces, restaurants et hôtels de toutes les villes sondées mis à part Luxembourg profitent de l'afflux des visiteurs. Ce constat s'explique principalement par un effet de proximité entre le marché et les restaurants et les commerces. Chacun y trouve son compte. Le marché de Noël vient renforcer le pôle existant et vice-versa. Il est donc tout à fait logique de penser que la ville de Liège connaît une situation similaire vu la mitoyenneté du marché avec les deux secteurs concernés.

A l'issue de cette comparaison, il est possible de mettre en évidence les atouts et les besoins nécessaires au bon fonctionnement d'un espace dédié à la fonction événementielle :

- sa taille nécessite une superficie minimum notamment pour le marché de Noël (au moins 100 chalets est un seuil critique pour constituer une polarité attractive) ;
- sa forme : plutôt compacte (plus place que rue) ;
- sa centralité : éviter les espaces en marge par rapport aux flux habituels ;
- son accessibilité : tant en voiture qu'en transport en commun ;
- sa proximité aux sites de stationnement ;
- sa proximité vis-à-vis des commerces, restaurants et cafés (renforcement mutuel du pôle) ;
- autres :
 - espaces piétonniers ;
 - espaces historiques à haute valeur patrimoniale ;
 - volonté politique.

4. ANALYSE DES DIFFÉRENTS SITES POTENTIELS À LIÈGE

Dans l'optique d'un futur aménagement de l'espace Tivoli, deux scénarii se dessinent :

- une construction partielle de l'espace ; laissant un espace libre pour les activités événementielles déjà organisées et dans tel cas, il faudrait rechercher un emplacement de rechange pour les quelques chalets qui devraient être transférés ;
- une construction sur l'ensemble de l'espace. La conséquence directe d'un tel scénario serait le transfert de l'ensemble des chalets du marché de Noël de l'espace Tivoli en un (ou d')autre(s) emplacement(s).

La situation actuelle, c'est-à-dire le maintien de l'espace Tivoli vierge de toutes constructions, pourrait également être une option. Dans ce cas, Liège opterait pour un espace principalement dédié aux activités événementielles. Que ce soit d'un point de vue géographique ou du point de vue des retombées positives pour l'hypercentre, la ville disposerait d'un site idéalement situé pour développer encore davantage la fonction événementielle. Mais le fait de ne pas construire sur l'espace Tivoli ne signifie pas qu'il ne faut pas l'aménager en vue de devenir le site phare de l'événementiel dans la Cité Ardente.

Du point de vue du marché de Noël, Liège conserverait une polarité centrale importante capable d'attirer un nombre conséquent de chalands comme on l'a vu pour les villes de Cologne et Strasbourg. Néanmoins, rien n'empêche de développer des sites périphériques à l'espace Tivoli tels que la Place Saint-Etienne ou encore la Place Léopold. A terme, l'objectif serait de créer un cordon ombilical reliant les différents sites du marché de Noël.

Cette partie est consacrée à la discussion des différents sites potentiels de Liège qui pourraient accueillir des chalets du Marché de Noël.

4.1.Place des Déportés

La Place des Déportés présente l'avantage d'avoir suffisamment d'espace pour accueillir un événement tel que le marché de Noël. En effet, Malheureusement, elle est bien trop excentrée par rapport aux commerces et restaurants du centre. Elle ne profitera pas des effets polarisateurs de l'hypercentre. Par ailleurs, elle ne bénéficie pas du cachet « quartier historique » de la Place du Marché et du Palais des Princes-Evêques. Enfin, si cet espace est un peu plus facilement accessible en voitures que l'espace Tivoli, il est beaucoup moins bien desservi par les transports en commun.

4.2.Place Saint-Lambert

Très bien localisée pour un marché de Noël, la place est déjà en partie occupée par des chalets et un carrousel. La Place Saint-Lambert ne pourrait donc pas accueillir la totalité des stands de l'espace Tivoli. En effet, le relief de la place ne permet pas un agencement pratique des chalets. De plus, une partie de cet espace se situe légèrement en marge des flux piétons reliant Hors-Château à l'hypercentre commerçant. Néanmoins, le haut de la Place pourrait accueillir quelques chalets, dans ce cas compte tenu de son isolement, une thématique devra être discernée.

4.3.Place Léopold

La Place Léopold, avec les rues ceinturant l'Hôtel de Ville paraît une alternative très réaliste puisqu'il s'agit du site le plus proche de l'espace Tivoli. Cet emplacement permettrait une première étape dans la mise en place de « polarités relais » provoquant un intéressant flux piétonnier entre les sites de chalets et irriguant les divers commerces du centre ville.

4.4.Place Saint-Etienne

Nouvelle place située derrière les Galeries Saint-Lambert, la superficie offerte est trop faible pour réunir la totalité des chalets de l'espace Tivoli. La Place Saint-Etienne, dont la vocation future est celle

de l'horeca ; pourrait certainement être utilisée en cas de transfert de chalets de l'espace Tivoli ou d'agrandissement du marché de Noël à l'instar de la Place Cathédrale. La Place Saint-Denis pourrait également accueillir des chalets si la Place Saint-Etienne s'avère trop petite. Précisons toutefois que ces deux espaces ne connaîtront un succès que si on les organise autour d'un thème comme à Strasbourg.

4.5.Place de la République Française

Espace trop petit que pour accueillir l'ensemble des chalets de l'espace Tivoli, la Place de la République Française pourrait néanmoins réunir une bonne vingtaine de chalets autour d'une même thématique. Cet endroit pourrait ainsi jouer le rôle de jonction entre la Place Saint-Lambert, l'espace Tivoli et la Place du Marché, d'une part, et la Place Cathédrale, d'autre part. Malheureusement, la Place de la République Française connaît quelques défauts ne lui permettant pas de jouer ce rôle de jonction :

- le trafic fort dense d'autobus juste autour ;
- la présence d'aubettes permanentes de fleuristes ;
- et enfin assez bien de mobilier urbain.

Le choix de transférer une partie des chalets sur la Place de la République Française ne doit donc pas être la première option à retenir. Néanmoins, Une partie des arbres actuellement en place seront coupés prochainement puisque la place est en période de transition en terme d'aménagement.

4.6.Boulevard d'Avroy

Lieu bien desservi par les transports en commun et caractérisé par suffisamment d'espace pour l'organisation du marché de Noël, le Boulevard d'Avroy est trop excentré par rapport aux commerces et restaurants du centre. De plus, il s'agit du seul site potentiel à Liège avec une circulation automobile importante. Or, d'après ce qui a pu être observé ailleurs, il semble qu'il y ait une incompatibilité claire entre la circulation automobile dense et ce type d'événement.

4.7.Place Saint-Paul

En plein centre de Liège, la Place Saint-Paul a l'avantage de se trouver à proximité de la Place Cathédrale ; cette dernière accueillant déjà la patinoire et quelques dizaines de chalets. Par ailleurs, ce ne serait pas le premier événement organisé sur la Place Saint-Paul. En effet, pendant près d'un mois au début de l'été, le « Village Gaulois » rencontre un franc succès. Ce dernier est composé d'une cinquantaine de chalets. Ainsi, il serait à priori possible d'accroître le marché de Noël sur cette place. Néanmoins, suite à sa situation légèrement en marge de l'hypercentre et à sa position en fin de marché, une thématique devrait accompagner sa mise en œuvre. De plus, l'hypercentre s'est reporté vers la Place Saint-Lambert. Il paraît ainsi plus logique de limiter l'extension des activités de Noël au-delà de la Place Cathédrale.

4.8.Une combinaison de plusieurs sites ?

Strasbourg et Cologne divisent leur marché de Noël en plusieurs sites (4 grands pour Cologne et au moins 7 pour Strasbourg). La raison principale de cette disposition réside dans la taille de ces deux marchés. En effet, les deux villes ne disposent pas d'espace suffisamment grand pour réunir l'ensemble des chalets de leur marché de Noël respectif.

Par ailleurs, Strasbourg a tendance à organiser certains thèmes pour les sites de plus petites tailles tout en conservant un ou deux sites importants jouant le rôle de polarité centrale. De plus, que ce soit Cologne ou la cité alsacienne, tous les sites sont aisément joignables à pied. Cela est facilité par la présence de nombreux piétons et semi-piétons dans l'hypercentre des deux villes. On y voit

ainsi apparaître une sorte de « **cordon ombilical** », lien physique entre les différents sites. Il s'agit d'un cheminement permettant l'irrigation de l'activité commerciale. Cette notion de cordon ombilical montre tout l'intérêt de lieux tels que les Places Léopold et Saint-Etienne. Ces deux places permettraient aux chalands de se déplacer du noyau central que constitue l'espace Tivoli vers la place cathédrale et vice-versa. Par contre, il semble évident que la Place des Déportés et la Place Saint-Paul sont toutes deux trop excentrées pour entrer dans ce schéma. Quant à la Place de la République Française, si elle est bien située, elle n'est pas suffisamment pratique pour accueillir un site de Noël.

Cette option pourrait donc être envisagée à Liège. Toutefois, la dispersion requiert deux conditions :

- la conservation d'une polarité centrale au sein du marché de Noël ;
- l'organisation de thématiques pour les sites dispersés trop petits.

4.9. Bilan

Le tableau ci-dessous présentent les forces et faiblesses de chaque site envisagé précédemment. Par ailleurs, les différentes alternatives ont été classées de la meilleure à la moins bonne. Enfin, la dernière ligne concerne l'espace Tivoli proprement dit afin d'établir une comparaison avec les différents sites.

Forces et faiblesses des différents sites potentiels

	Forces	Faiblesses	Nombre de chalets *
1. Place Saint-Etienne	<ul style="list-style-type: none"> • Hypercentral • Rôle de jonction entre différents sites principaux • Bien desservi en bus et train 	<ul style="list-style-type: none"> • Trop petit pour constituer une polarité 	45
2. Place Léopold	<ul style="list-style-type: none"> • Hypercentral • Rôle de jonction entre différents sites principaux • Bien desservi en bus et train 	<ul style="list-style-type: none"> • Trop petit pour constituer une polarité 	40
3. Place Saint-Lambert	<ul style="list-style-type: none"> • Hypercentral • Bien desservi en bus et train • PI 	<ul style="list-style-type: none"> • Circulation relativement dense aux abords • Relief défavorisant l'impression de polarité centrale 	75
4. Place de la République Française	<ul style="list-style-type: none"> • Hypercentral • Bien desservi en bus et train 	<ul style="list-style-type: none"> • Trop petit pour constituer une polarité • Lieu non pratique pour des chalets 	33
5. Place Saint-Paul	<ul style="list-style-type: none"> • Bien desservi en bus 	<ul style="list-style-type: none"> • Trop excentré par rapport à l'hypercentre 	55
6. Place des Déportés	<ul style="list-style-type: none"> • Volume de chalets permettant de former une polarité centrale 	<ul style="list-style-type: none"> • Trop excentré par rapport à l'hypercentre, les commerces et l'horeca 	150
7. Boulevard d'Avroy	<ul style="list-style-type: none"> • Volume de chalets permettant de former une polarité centrale • Bien desservi en bus 	<ul style="list-style-type: none"> • Trop excentré par rapport à l'hypercentre, les commerces et l'horeca • Circulation trop importante aux abords 	500

Espace Tivoli	<ul style="list-style-type: none"> • Hypercentral • Constitue une polarité avec la Place du Marché • Lieu historique de la cité • Bien desservi en bus et train • Accès facile 		68 (plus de 100 avec la Place du Marché)
---------------	--	--	---

* d'après les estimations réalisées par un spécialiste d'Enjeu

En comparaison avec tous les sites envisagés, il apparaît clairement que l'espace Tivoli est l'endroit idéal à Liège pour la tenue du marché de Noël. Avec la Place du Marché en prolongement, il s'agit du seul site dans l'hypercentre avec une bonne accessibilité pouvant accueillir une centaine de chalets, nombre critique pour constituer une polarité.

Outre l'espace Tivoli, la Place Saint-Etienne et la Place Léopold sont toutes deux bien localisées pour la mise en place d'une bonne quarantaine de chalets. Par ailleurs, trop petites pour former une polarité, les deux places rentrent parfaitement dans le schéma du cordon ombilical évoqué précédemment. Ainsi, ces deux sites sont à retenir dans une perspective d'agrandissement du marché de Noël. Néanmoins, cette option ne sera profitable que si l'on maintient une polarité centrale au sein du marché.

Vu sa proximité avec l'espace Tivoli, la Place Saint-Lambert reste une alternative satisfaisante. En effet, elle renforce la polarité du marché de Noël.

Enfin, les autres sites envisagés présentent trop d'aspects négatifs que pour être des choix possibles de développement des animations de Noël.

5. RECOMMANDATIONS

Dans l'optique d'une future construction occupant la majorité de l'espace Tivoli, il faudrait pouvoir transférer l'ensemble des chalets en un ou plusieurs sites. Nous avons précédemment vu que la Place Saint-Etienne, la Place de la République Française, la Place Saint-Lambert et dans une moindre mesure, la Place Saint-Paul pouvaient chacune accueillir quelques dizaines de chalets autour de différentes thématiques. L'inconvénient d'un transfert total vers ces différents sites est la perte d'une polarité centrale au sein du marché de Noël de Liège. En effet, l'ancienne polarité Saint-Lambert, Tivoli et Place du Marché réunissait environ 180 chalets. Or, il ne serait plus possible, de reconstituer une telle polarité dans l'hypercentre. La crainte d'un tel scénario est de disperser l'activité festive et par conséquent la rendre moins attractive. Or, dans les villes où l'événement attire plus de chaland, une polarité d'au moins 100 chalets existe en plus d'éventuels sites dispersés.

Dans le scénario d'une construction partielle de l'espace Tivoli, seule une partie des chalets devraient être délocalisés. La Place de la République Française et la Place Saint-Etienne pourraient alors accueillir les chalets en question. Ces deux places devraient être organisées autour d'un ou deux thèmes afin d'en augmenter l'attractivité. La tenue d'un site Place de la République Française constituerait alors un lien entre le pôle de la Place Saint-Lambert, de l'espace Tivoli et de la Place du Marché, d'une part, et la Place Cathédrale, d'autre part. De plus, il serait aussi possible de transférer une partie des chalets sur le haut de la Place Saint-Lambert mais cela ne suffirait pas à conserver l'effet de polarité dans l'hypercentre vu la position excentrée de cet espace.

Par ailleurs, dans le cadre d'un tel aménagement de l'espace Tivoli, il serait judicieux de concentrer davantage les activités événementielles sur l'espace restant. En effet, comme vu précédemment, il est idéalement localisé pour la tenue de diverses animations. Ainsi, on pourrait imaginer le transfert de certains événements vers cet espace. L'objectif serait ainsi de faire de l'espace Tivoli le lieu de la majorité des activités événementielles de Liège.

Pour conclure, l'idée de concentrer l'ensemble de l'activité événementielle sur une partie de l'espace Tivoli et ainsi lui donner une réelle fonction et l'aménager en conséquence est une option à retenir. A priori, ce scénario semble rencontrer les avantages décrits dans les autres villes étudiées en matière d'événement au sein d'une ville d'importance comme Liège. Dans ce cas, il faudra alors encore définir la part de la place dédiée à cette activité (par exemple, de quelques pourcent avec une construction légère). Cependant, l'espace Tivoli présente une haute valeur symbolique et stratégique dans la ville et d'autres fonctions pourraient revendiquer cet emplacement. Le choix de son affectation ne peut, en conséquence, qu'être pris que par les autorités politiques représentatives.