

# Témoignage de géographie économique

---

## LE COMMERCE DANS LE CARRÉ DE LIÈGE

---

B. Mérenne-Schoumaker



*Vue partielle du piétonnier en Vinâve d'Ile. Cris d'enfants jouant au coeur de la ville, devant les vitrines... Photo H. Pousseur*

# VILLE DE LIEGE : HYPER-CENTRE COMMERCANT

--- Sous-quartiers (d'après J.A. Sporck)

- I Université - Saint-Paul - Saint-Jacques
- II Avroy Nord - Sauvenière
- III Pl. X. Neujean - Rue du Pot d'Or
- IV Ile
- V Théâtre - St. Lambert
- VI Neuvicé - Rue Léopold - Rue Souverain-Pont

■ Axes pédonniers

- 1 Rue Neuvicé 1965
- 2 Rues Saint-Gangulphie - Gérardrie 1967
- 3 Rue Pont d'Ile 1972
- 4 Rues Lulay - des Fèbryes 1972
- 5 Rue St. Paul 1974 - Place des Carmes 1975
- 6 Vinave d'Ile - Rue des Dominicains 1976
- 7 Place de la Cathédrale Est 1978
- 8 Rues Bonne Fortune et Soeur de Hasque 1978
- 9 Rue Pont d'Avroy 1979
- 10 Rue du Pot d'Or 1976 et 1979
- 11 En Bergerue 1979
- 12 Carré (rues d'Amay - Saint Jean en Ile - Tête de Boeuf - Célestines ) 1980
- 13 Rues du Mouton Blanc et St. Adalbert 1987
- 14 Rue Souverain-Pont 1990
- 15 Place du Marché 1990

■ Principales galeries

- A Centre Opéra (3 niveaux)
- B Passage Lemonnier
- C Passage Garden Stores (2 niveaux)
- D Galerie en Ile (4 niveaux)
- E Galerie Pont d'Avroy
- F Galerie Nagelmackers (2 niveaux)
- G Galerie Cathédrale (2 niveaux)
- H Galerie rue de l'Université - rue C. Magnette
- I Galerie rue de l'Université - rue de l'Etuve
- J Centre commercial Gérardrie

■ Grandes surfaces

- a Sarna
- b Innovation
- c Fnac
- d Marks and Spencer (1991)

Auteur : B. Mérenne-Schoumaker, 1990  
Graphisme : J.C. Massart



## Le commerce dans le Carré de Liège

Le commerce est sans conteste la première fonction du Carré de Liège. Mais de quel commerce s'agit-il ? Comment ce commerce a-t-il récemment évolué ? Comment s'inscrit-il dans les tissus du quartier ? Quelle évolution attendre des tendances actuelles ?

Telles sont les questions auxquelles nous allons tenter de répondre grâce principalement aux travaux des Géographes liégeois qui sous l'impulsion de J. A. Sporck ont étudié depuis près de trente ans le commerce de la ville et de son agglomération (voir bibliographie in fine).

### 1. LE CARRÉ : AU COEUR DE L'HYPERCENTRE DU COMMERCE DE LUXE

Le Carré fait partie du centre commerçant principal de Liège, celui qui rayonne sur l'ensemble de la zone d'influence de la ville. Celle-ci s'étend de Tongres à Saint-Trond au nord jusqu'au delà de Bastogne au sud, d'au-delà de Huy à l'ouest jusqu'à la frontière allemande à l'est et comprend 1,2 million d'habitants.

Toutefois, ce centre commerçant ou partie nord du CBD (Central Business District) liégeois, qui couvre quelques 50 ha, n'est pas homogène. Comme l'ont montré les études réalisées dès 1964 (dans le cadre des travaux préparatoires aux options fondamentales de "Liège, métropole régionale"), ce centre comprend deux parties distinctes : l'une correspondant sur la figure aux quartiers I à IV est le centre de luxe et l'autre (correspondant aux quartiers V et VI) est le centre de masse. Ce dédoublement -basé sur les niveaux qualitatifs et sur les spécialisations des magasins- n'est pas une spécificité liégeoise; il existe dans la plupart des grandes villes et des métropoles régionales. Comme souvent ailleurs, il traduit aussi une bipolarité historique ancienne opposant la Cité (princière) et l'Île (bourgeoise).

Le Carré est donc au cœur du CBD Nord "Luxe", cette zone de ± 28 ha se démarquant par la qualité et le prestige de ses commerces du CBD Nord "Masse" (22 ha) articulé traditionnellement autour des grands magasins et de la place Saint-Lambert.

Ce CBD Nord "Luxe" organisé autour de la place de la Cathédrale, regroupe en fait ± 1000 magasins dont les 2/3 correspondent à des commerces de fréquentation épisodique. Parmi ceux-ci, deux catégories dominent largement : l'habillement et les unités de loisirs-luxe-culture. En outre, près d'un point de vente sur cinq est un café ou un restaurant.

Dans le Carré, ces spécialisations apparaissent nettement. Ainsi, les rues du Vinâve d'Ile, du Pont d'Ile, des Dominicains, de la Cathédrale (partie ouest), de l'Université, le passage Lemonnier et plus récemment la rue du Pot d'Or sont spécialisés en vêtements, chaussures et accessoires de la personne tandis que les petites rues médiévales du Nouveau Carré de même que la rue du Pont d'Avroy comptent de nombreux cafés et restaurants.

## 2. LE CARRÉ : AU COEUR DE LA VIE NOCTURNE

Le Carré est un des pôles principaux de la vie diurne de Liège, nous venons de le montrer. Mais le Carré est aussi au coeur de la vie nocturne de la Cité.

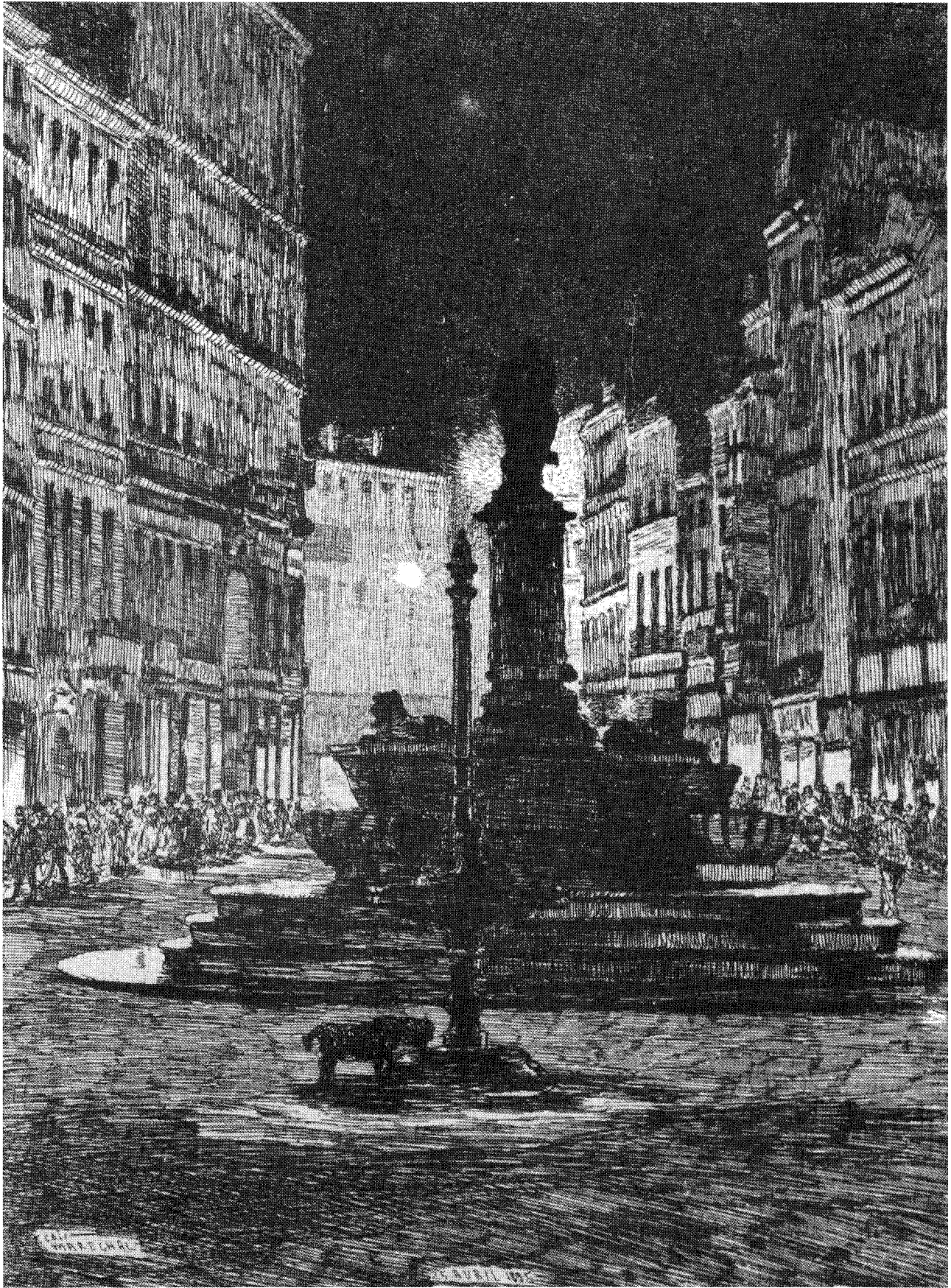
En effet, dans le Carré ou à proximité immédiate, on rencontre la plupart des salles de cinéma de Liège (9 salles au Palace rue Pont d'Avroy, 6 salles à l'Opéra dans le Centre du même nom qui débouche sur les rues des Dominicains et Pont d'Ile et 2 salles au Concorde au boulevard de la Sauvenière), la seule grande salle polyvalente de variétés de la ville : le Forum (2500 places, réouverte après restauration en fin 1989) et l'Opéra.

Si l'on y ajoute les boîtes de nuit, cafés et restaurants des petites rues du Nouveau Carré et du Pont d'Avroy, on comprend mieux la position assez charnière du quartier et son animation quasi continue en journée, en soirée et parfois la nuit. C'est un privilège assez rare sans doute non étranger au renforcement récent de la fonction commerciale.

## 3. LE CARRÉ : UNE ÉVOLUTION COMMERCIALE TRÈS FAVORABLE

En trente ans, le commerce liégeois comme la ville de Liège ont bien changé. Mais toutes les études confirment le renforcement à la fois quantitatif et qualitatif du commerce dans le CBD Nord "Luxe" et plus particulièrement dans le Carré et ses alentours immédiats.

Une telle évolution a pour nous une double origine : d'une part, le quartier profite de l'affaiblissement très net du CBD Nord "Masse" lui-même lié aux travaux de la place Saint-Lambert (en chantier depuis plus de vingt ans) et aux problèmes rencontrés par les grands magasins (faillite du Grand Bazar, réorganisation de Sarma et de l'Innovation); d'autre part, il bénéficie aussi des efforts d'aménagement urbain, notamment parkings et surtout piétonniers localisés en majorité dans cette partie de la ville. En effet, comme le montre bien la figure, la plupart des rues du Carré ont été mises en piétonnier depuis 1972.



*Gravure de Maréchal, 25 avril 1895, ambiance de nuit et indices sur la fréquentation des lieux en ces heures nocturnes de fin de siècle.*

Parmi tous les changements ayant touché cette partie centrale de Liège, un cas est certainement très spectaculaire. C'est la rue du Pot d'Or. En moins de 10 ans, cette rue a complètement changé à la fois structurellement et qualitativement. Zone mal famée à l'origine regroupant cafés et commerces souvent vieilliss, la rue est devenue un des hauts lieux du commerce de luxe liégeois. Pour expliquer cette transformation, plusieurs facteurs doivent être évoqués : la volonté délibérée de quelques commerçants dynamiques qui ont perçu très tôt la nouvelle rente de situation de la rue (à proximité immédiate des grands flux de passage), la mise en piétonnier, le non-renouvellement par les autorités communales des permis d'exploitation des night-clubs, des prix de location plus faibles que dans le Vinâve d'Ile ou le Pont d'Ile, la qualité des immeubles, l'effet d'imitation, etc.

Mais le cas de la rue du Pot d'Or n'est pas unique. Depuis peu, d'autres rues proches semblent touchées par cette même progression vers l'ouest du commerce de luxe sans doute à l'étroit dans ses localisations traditionnelles et aussi mal à l'aise dans certaines rues piétonnières trop envahies par les foules. D'où la mutation récente des rues du Mouton Blanc, Saint-Adalbert (toutes deux mises récemment en piétonnier) et de la partie est de la rue de la Casquette (toujours carrossable).

Le dynamisme du commerce dans le CBD Nord "Luxe" est donc très net. Rien d'étonnant dès lors que cette zone ait vu se multiplier les galeries commerciales. Mais celles-ci créées principalement dans les années 1970 n'ont pas toujours rencontré le succès escompté.

#### 4. LE CARRÉ : DES GALERIES AUX SUCCÈS MITIGÉS

L'objectif premier des galeries est toujours d'augmenter l'offre en surfaces commerciales dans des zones à forte demande. Malheureusement, créer des galeries est chose très difficile car il faut pouvoir les insérer dans les grands cheminements piétonniers et il faut aussi les animer. Par ailleurs, il convient de bien les positionner en termes de structure des assortiments et de niveau qualitatif et ce vis-à-vis des rues préexistantes.

A Liège, comme souvent ailleurs, beaucoup de galeries ne répondaient pas à ces exigences d'où les insuccès et les transformations apportées un peu partout aux projets initiaux.

Ainsi, la Galerie en Ile terminée dès 1974 côté Vinâve-d'Ile vivote depuis son ouverture. Après avoir changé plusieurs fois de propriétaire, elle va sans doute être modifiée en fin 1991 à la suite de son rachat par un groupe hollandais le 30 octobre 1990. Dans le complexe Nagelmackers inauguré en 1978, c'est le sous-sol qui posa problème jusqu'à l'installation en 1989 de la



Médiathèque de la Communauté Française. Au Centre Opéra, ouvert en 1981, il ne fut pas possible de maintenir la zone alimentaire du sous-sol et de nombreuses cellules (au premier étage surtout) changèrent plusieurs fois d'occupant. Enfin, les Garden Stores furent mis en faillite en 1982 et remplacés en 1989 par le Passage Garden Stores.

Pourtant, une galerie du centre de Liège connaît un succès qui ne se tarit pas depuis plus de 150 ans. C'est le passage Lemonnier, une "Rue de Verre" due à une Société Civile qui loue quelque 50 cellules depuis 1839 à des enseignes souvent prestigieuses.

#### 5. LE CARRÉ : QUEL AVENIR COMMERCIAL ?

Sans aucun doute, le Carré présente aujourd'hui une bonne santé commerciale. Il est le haut lieu du commerce de luxe liégeois et le point de convergence par excellence de la clientèle régionale. Par ailleurs, il a la chance de combiner à la fois des activités diurnes et nocturnes, des activités ludiques et marchandes.

Toutefois, certains faits pourraient freiner cette évolution favorable : des loyers parfois très élevés, une population de la ville comme de l'agglomération en diminution et surtout de nouvelles concurrences tant des pôles périphériques qui cherchent à capter des commerces plus luxueux (Fléron, Visé, Herstal, Bonnelles, Rocourt, ...) que d'éventuelles opérations de rénovation situées sur le territoire urbain (Conduites d'Eau, Bavière, Guillemins, ...). Il faut donc rester vigilant et ce d'autant plus que dans quelques années la place Saint-Lambert devrait retrouver son rôle polarisateur. Il faut aussi agir dès à présent pour renforcer les atouts actuels.

En ce domaine, trois axes d'action semblent prioritaires : l'organisation d'une promotion groupée sur tout le quartier (et non des actions dispersées rue par rue), la recherche d'une plus grande synergie entre les activités (commerces de différentes natures, cafés, restaurants, cinémas, etc.) et la mise en place d'opérations visant une meilleure valorisation des cadres bâtis et des espaces publics.

**B. Merenne-Schoumaker**