

## La perception du centre-ville : le cas de Liège

par B. MÉRENNE-SCHOUMAKER  
Docteur en Sciences géographiques  
Assistante à l'Université de Liège,

avec la collaboration de

A. TROISFONTAINE, D. VANDERSCHRAEGE, M.C. VREVEN  
et C. WILDIERS

Depuis quelques années, les géographes semblent de plus en plus sensibles aux aspects psycho-sociologiques des espaces urbains. Différents travaux ont, en effet, tenté de préciser au niveau de la rue, du quartier ou de la ville les images mentales, les perceptions de l'environnement, la notion de quartier vécu, etc. (1).

La présente enquête (2) se situe dans cette optique. Elle a pour but d'essayer de préciser dans le cas de la métropole liégeoise la manière dont l'homme de la rue perçoit le centre-ville.

Elle repose essentiellement sur une enquête auprès des passants, réalisée par quatre enquêteurs, à quatre jours et moments différents de la journée, en quatre points distincts choisis en raison de leur position tangente au centre urbain (3).

A notre avis, cette position se prête plus qu'une localisation en plein cœur de la métropole à une enquête sur les caractéristiques spécifiques du centre urbain. Il y est, en effet, possible non seulement d'interroger

---

(1) Parmi les travaux français, on peut par exemple citer : M. J. BERTRAND et A. METTON, *Contribution à l'analyse géographique du quartier dans l'espace urbain*, dans *Rev. Géogr. Montréal*, Vol. XXVIII, 1974, n° 1, pp. 27-39; A. METTON, *Le quartier : étude géographique et psycho-sociologique*, dans *Le Géographe canadien*, Vol. XIII, 1969, n° 4, pp. 299-316; A. METTON et M.J. BERTRAND, *La perception de l'espace urbain : de l'enfant à l'homme*, dans *L'Espace géographique*, 1972, n° 4, pp. 283-285; A. METTON et M.J. BERTRAND, *Les espaces vécus dans une grande agglomération*, dans *L'Espace géographique*, 1974, n° 2, pp. 137-146; S. RIMBERT, *Les paysages urbains*, coll. U prisme, n° 2, A. Colin, Paris, 1973, pp. 58-73.

(2) Enquête réalisée dans le cadre des travaux pratiques de la spécialisation en géographie économique, seconde licence en Sciences géographiques.

(3) Voulant opérer une permutation systématique des enquêteurs suivant le moment et le lieu, c'est donc le nombre d'enquêteurs qui a déterminé celui des jours et moments de la journée et celui des lieux d'interview. Le choix des jours et moments a pour but de faire ressortir divers types de rayonnement urbain et repose sur des considérations similaires à celles retenues dans un travail précédent (B. MÉRENNE-SCHOUMAKER, *Evolution récente de la distribution et shopping centers. En exemple, le shopping center de Genk*, dans *Bull. Soc. géogr. de Liège*, n° 6, 1970, pp. 111-112).

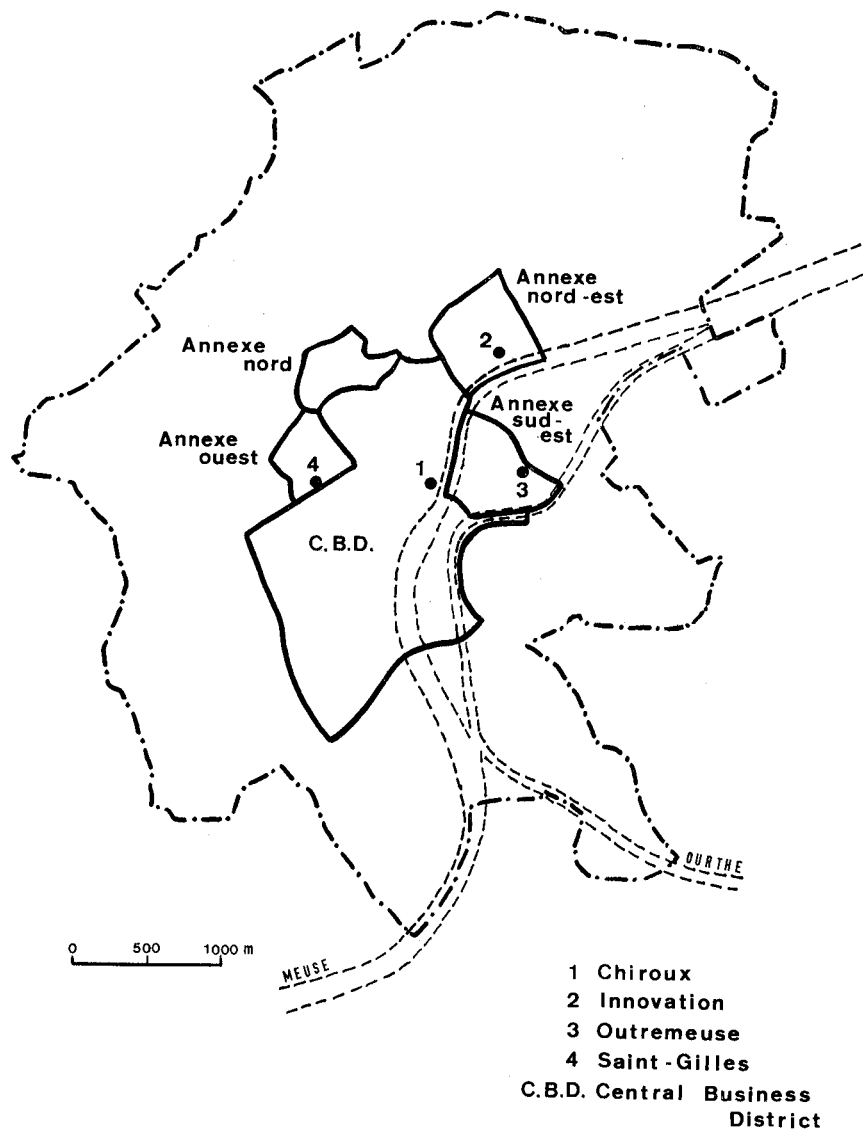


FIG. 1. — Position des lieux d'enquête par rapport au C.B.D. et ses annexes.

des passants sur les avantages et inconvénients de toute nature du centre-ville, mais encore, grâce à la prise de position de la population vis-à-vis de l'appartenance ou du rejet du lieu d'enquête au centre-ville, de percevoir les critères déterminants qui font que les passants se croient ou non dans le centre urbain. Les quatre points d'enquête sont repris dans la figure 1 où nous avons également reporté le C.B.D. (Central Business District) et ses annexes tels qu'ils ont été délimités par J.A. Sporck dans son étude sur le commerce de détail (4). Ils sont représentés également dans la figure 2 où l'on trouvera le nom des différentes rues et places citées dans ce travail. Le point 1 (Maison de la Culture des Chiroux) est le seul à faire partie du C.B.D., mais il est toutefois en position limite et, de plus, situé dans un quartier récemment transformé. Par contre, les points 2 (entrée du grand magasin A l'Innovation, En Feronstrée côté ouest), 3 (carrefour des rues Puits-en-Sock et J. d'Outremeuse) et 4 (carrefour des rues Saint-Gilles et Trappé) sont localisés respectivement dans les annexes nord-est, sud-est et ouest.

Dans le but de faire exprimer, par chaque passant interrogé, son opinion personnelle et voulant éviter toute orientation des réponses, nous avons sélectionné trois questions de type ouvert et formulées de la manière la plus simple possible (5). Ces trois questions sont : a) Pensez-vous être au centre-ville ? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi et où se limite le centre ? — b) Quels sont les avantages du centre-ville par rapport aux lieux que vous fréquentez d'habitude ? — c) Quels sont les inconvénients du centre-ville ?

En outre, afin de pouvoir classer les personnes interrogées, on leur demanda aussi leur commune de résidence et l'on nota sur la fiche correspondant à chaque interview la classe d'âge et le sexe. De plus, tenant compte de ce que la valeur des résultats est liée à celle de l'échantillon, il fut décidé de sélectionner les personnes à interroger sur une base rationnelle : l'interview terminée, on ne recommençait l'opération qu'avec le quatrième passant.

Au total, l'enquête a permis de toucher 1 455 personnes dont 306 aux Chiroux, 394 à l'Innovation, 370 en Outremeuse et 385 rue Saint-Gilles. La première colonne du tableau repris en annexe donne les prin-

(4) J.A. SPORCK, *Le commerce de détail à Liège aujourd'hui et demain. Implantation, structure et qualité*, dans *Habiter*, n° 36, 1966, pp. 20-37.

(5) Ces questions ressemblent donc à celles posées traditionnellement dans la rue lors des sondages d'opinion (voir à ce propos, R. FRANC, *Les Français jugent leur ville*, dans *Le Point*, n° 90, 10 juin 1974, pp. 65-75). Elles diffèrent par contre de celles posées dans une enquête assez voisine de la nôtre, réalisée dans 28 communes périphériques de l'agglomération bruxelloise et où toutes les questions formulées étaient de type fermé N. DELRUELLE et M.L. ROGGEMANS, *La grande ville. Rapports sociaux et attractivité du centre-ville*, Coll. du Centre de Sociologie générale et de Méthodologie, Editions de l'Université de Bruxelles, 1974, pp. 127-128).

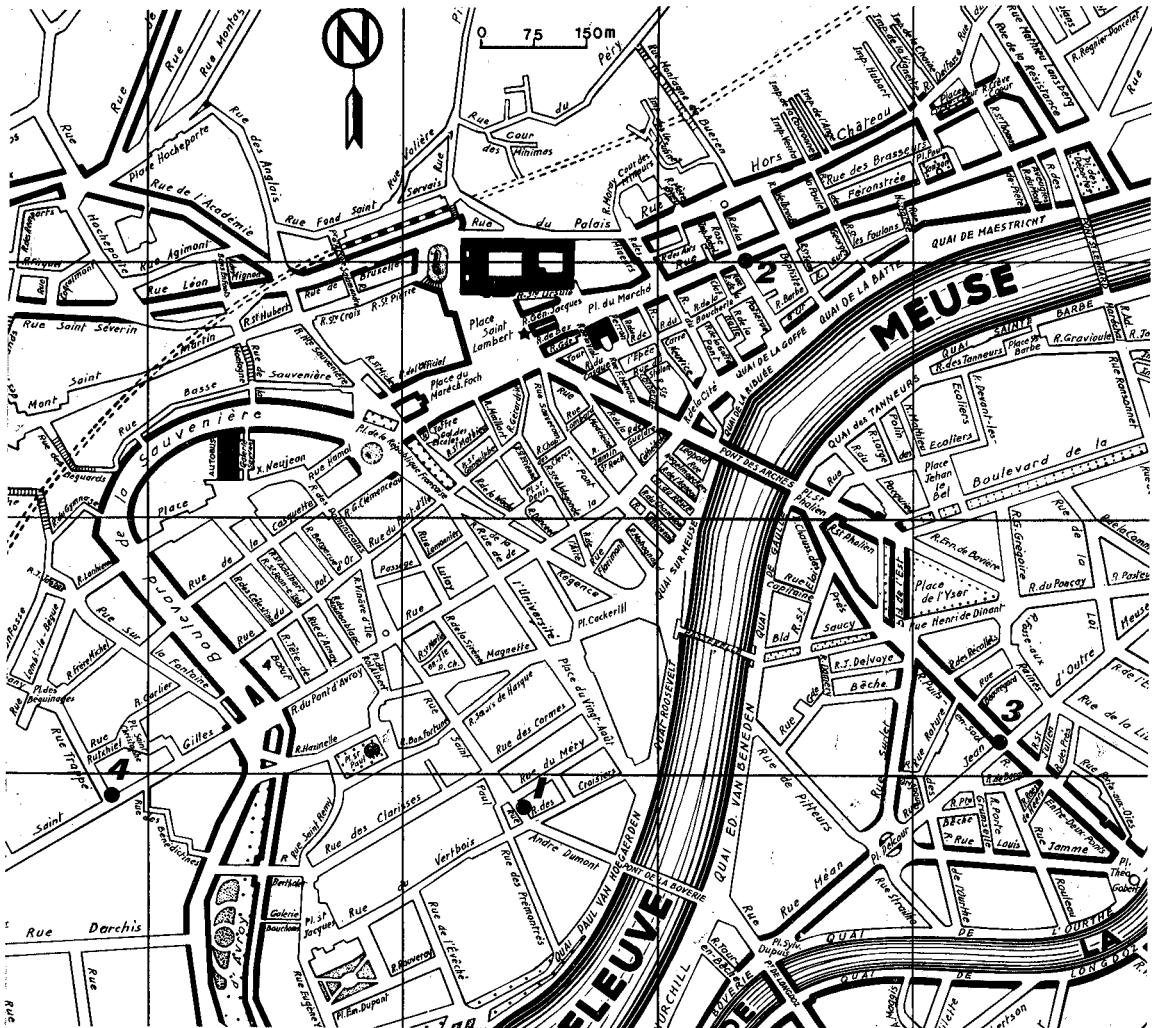


FIG. 2. — Localisation des lieux d'enquête dans le tissu urbain liégeois.

1 = Chiroux; 2 = Innovation; 3 = Outremeuse; 4 = Saint-Gilles.  
 (Plan reproduit avec l'autorisation de Math'y Graphic, Liège).

cipales caractéristiques de l'échantillon, à savoir les répartitions par jour et moment de la journée de l'interview, celles par sexe et âge et celles par région d'origine. Notons à ce propos que les différentes communes de résidence ont été regroupées en cinq catégories : Liège, le pôle urbain (6) moins Liège, l'agglomération (7) moins Liège et le pôle urbain, les autres communes de la province et les autres provinces et l'étranger.

Parmi les traits principaux de l'échantillon, épinglons quelques résultats : 58,5 % des personnes interrogées sont des femmes ; les moins de 20 ans représentent 24,1 % et les 20 à 60 ans 51,8 % ; 63,4 % des interviewés habitent Liège tandis que 17,1 % résident dans le pôle urbain, Liège exclue, et 6,7 % dans le reste de l'agglomération. En général, les pourcentages relatifs au sexe et à l'âge semblent logiques si on les compare à la composition par sexe et par âge des passants. Par ailleurs, les résultats par jour traduisent une répartition équilibrée entre ceux-ci notamment mercredi, vendredi et samedi, une valeur plus faible pour le mardi découlant du trafic plus faible généralement observé dans tous les centres. Par contre, les données par région d'origine surprennent à première vue : on s'attendait, en effet, à un poids moins fort de Liège. Mais il ne faut pas oublier la position tangente des lieux d'enquête vis-à-vis du centre et le mois de l'enquête (janvier), ce qui limite sans aucun doute la part de la population venant de l'extérieur.

## I. — INTÉGRATION OU REJET DU LIEU D'ENQUÊTE DU CENTRE-VILLE

### A. — RÉSULTATS GÉNÉRAUX.

Sur les 1 455 personnes interrogées, 820 soit 56,4 % ont déclaré se trouver dans le centre-ville (8). Toutefois, ce pourcentage varie selon les endroits : 65,4 % aux Chiroux, 58,2 % rue Saint-Gilles, 56,1 % à l'Innovation et 47,3 % en Outremeuse. Dans l'ensemble, les avis sont donc assez partagés. La valeur la plus élevée est enregistrée aux Chiroux, le seul lieu faisant partie du C.B.D. ; ailleurs, les pourcentages sont plus faibles, particulièrement en Outremeuse. Il existe donc une certaine iden-

(6) Le pôle urbain correspond à la zone urbaine principale ou à l'agglomération dense; il groupe 20 communes (MINISTÈRE DES TRAVAUX PUBLICS, ADMINISTRATION DE L'URBANISME ET DE L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE, *Liège Métropole régionale. Options fondamentales de développement et d'aménagement*, Liège, 1966, p. XXVI et carte n° 6).

(7) L'agglomération compte, pour sa part, 74 communes (dont Liège et les 19 autres du pôle urbain) et correspond au territoire urbanisé tel qu'il a été défini en 1966, à l'exclusion toutefois de Moulant et en y ajoutant Olne, Nessonvaux et Fraipont (ADMINISTRATION COMMUNALE DE LIÈGE, *La région liégeoise. Démographie, logement, industrie, commerce, services. L'évolution depuis 1947 et les données du recensement général de 1961*, Liège, 1966, pp. 7-14).

(8) Ces 820 réponses seront qualifiées dans la suite du texte de réponses affirmatives alors que les 635 autres réponses constitueront les réponses négatives.

tité de vue entre les avis des passants et les conclusions des travaux spécialisés consacrés à la délimitation du centre-ville.

Mais de tels résultats sont-ils tout à fait corrects ? Grâce à la première question de l'enquête qui a amené deux groupes de réponses (réponses affirmatives-réponses négatives), il est possible de calculer l'erreur probable affectant les résultats, erreur découlant des échantillons. En effet, lorsque la quantité à estimer est une proportion, l'erreur probable  $L$  sur la moyenne pour un niveau de 95 % est :

$$L = 2 \sqrt{\frac{pq}{n}}$$

où  $p$  représente une proportion (dans ce cas, celle des réponses affirmatives),  $q$  l'autre proportion (celle des réponses négatives) et  $n$  le nombre de réponses obtenues (9). En inférant à chaque endroit les résultats obtenus sur l'échantillon à la population, on peut commettre une erreur variant de 5,0 unités à l'Innovation et rue Saint-Gilles à 5,4 unités aux Chiroux, la valeur pour Outremeuse étant de 5,2 unités.

Comme on le remarque dans la dernière colonne du tableau repris en annexe, la part des réponses affirmatives varie sensiblement avec les caractéristiques de l'échantillon. Ainsi la proportion des passants classant le lieu d'enquête dans le centre-ville est plus élevée le samedi après-midi (61,7 %) et le vendredi soir (60,8 %) que le mercredi après-midi (55,9 %) et le mardi matin (44,6 %). De même, les réponses affirmatives sont relativement plus nombreuses parmi les femmes (58,4 %) que parmi les hommes (53,5 %), alors que, pour l'âge, il est assez malaisé de dégager des tendances, les deux classes ayant la valeur la plus forte étant les moins de 20 ans pour les femmes et les 20 à 60 ans pour les hommes. Par ailleurs, la part des réponses affirmatives est la plus grande parmi les personnes originaires de Liège et du pôle urbain, Liège exclue (respectivement 57,0 et 58,6 %) que parmi les passants domiciliés dans le reste de l'agglomération (50,5 %) et les autres communes de la province (52,1 %), une situation intermédiaire étant observée parmi les personnes venant des autres provinces et de l'étranger (54,3 %).

Les colonnes 2 à 5 du tableau en annexe fournissent les réponses affirmatives par lieu d'enquête et en fonction des caractéristiques de l'échantillon. Une nouvelle fois, des différences apparaissent. Sans vouloir les relever toutes, remarquons :

— les fortes variations enregistrées rue Saint-Gilles entre le mardi matin et les autres jours et moments de la journée, à l'Innovation entre, d'une part, le mardi matin et le mercredi après-midi et, d'autre part, le

(9) L'emploi de cette formule se justifie du fait que  $p$  est compris entre 35 et 65 %. A propos de cette méthode, on peut consulter : G.W. SNEDECOR et W.C. COCHRAN, *Statistical methods*. The Iowa State University Press Ames, Iowa, 6<sup>e</sup> édition, 1967, pp. 516-517.

vendredi soir et le samedi après-midi ainsi qu'en Outremeuse entre, d'une part, le mardi matin et le vendredi soir et, d'autre part, les deux autres jours et moments ;

— la tendance plus nette des jeunes des deux sexes à intégrer Outremeuse et la rue Saint-Gilles au centre et, au contraire, le rejet des Chiroux par les jeunes du sexe masculin ;

— la proportion plus élevée de femmes de plus de 60 ans qui situent l'Innovation dans le centre et d'hommes de plus de 60 ans qui font de même avec les Chiroux alors qu'ils excluent Outremeuse ;

— la part plus forte de réponses négatives aux Chiroux parmi ceux qui n'habitent pas la province, à l'Innovation parmi ceux qui résident dans le reste de la province, en Outremeuse parmi ce même groupe et la population originaire du reste de l'agglomération et enfin, rue Saint-Gilles, parmi cette dernière et les passants venant de l'extérieur de la province.

Les réponses varient donc avec les caractéristiques propres des individus interrogés. Il serait dès lors intéressant que des spécialistes des études des groupes humains — les sociologues notamment — poursuivent l'enquête et nous éclairent de la sorte sur les causes d'une telle situation.

#### B. — RAISONS DE L'INTÉGRATION DU LIEU D'ENQUÊTE AU CENTRE-VILLE (Tableau I).

759 personnes sur les 820 déclarant être au centre (soit 92,6 %) ont su formuler une ou plusieurs réponses. Celles-ci, au nombre de 947, correspondent à 12 motifs différents pouvant être regroupés en 6 grandes rubriques.

Trois raisons ont été plus fréquemment invoquées : les magasins (36,1 % des réponses), l'animation-ambiance (14,8 %) et la situation en prolongement du centre proprement dit (13,6 %). Les autres motifs cités encore dans plus de 5 % des cas sont : les activités culturelles (6,8 %), la tradition (6,1 %), la concentration des activités (5,3 %) et la circulation (5,2 %). Les facteurs d'intégration sont donc, en premier lieu, de nature commerciale (40,7 %) puis se rattachent aux groupes activités-animation (20,1 %) et tradition-situation (19,7 %). En général, les critères cités sont peu précis : ainsi, sous le vocable « magasins », les passants regroupent la densité commerciale, la spécialisation des points de vente, la variété dans les formes de commerces, etc. (d'où des pourcentages relativement restreints pour les motifs grands magasins-commerces spécialisés et de luxe) ; de même, le critère tradition englobe des notions telles que le centre historique, l'habitude, etc.

De nouveau, les résultats varient sensiblement d'un lieu à l'autre. En effet, le pourcentage du facteur magasins varie de 43,7 % en Outremeuse à seulement 20,4 % aux Chiroux ; entre ces deux lieux, on observe pour

TABLEAU I. — Raisons de l'intégration du lieu d'enquête au centre-ville.

	Chiroux			Innovation			Outremeuse			Saint-Gilles			Total	
	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b
Magasins	49	20,4	0,57	109	40,8	1,13	76	43,7	1,21	108	40,5	1,12	342	36,1
Grands magasins	3	1,2	0,32	32	12,0	3,24	—	—	—	—	—	—	35	3,7
Commerces spécialisés et de luxe	4	1,7	1,89	1	0,4	0,44	1	0,6	0,67	2	0,8	0,89	8	0,9
Activités commerciales	56	23,3	0,57	142	53,2	1,31	77	44,3	1,09	110	41,3	1,01	385	40,7
Activités culturelles	59	24,6	3,62	—	—	—	1	0,6	0,09	4	1,5	0,22	64	6,8
Écoles	21	8,7	3,11	—	—	—	1	0,6	0,21	5	1,9	0,68	27	2,8
Activités culturelles et écoles	80	33,3	3,47	—	—	—	2	1,2	0,12	9	3,4	0,35	91	9,6
Centre d'affaires	7	2,9	1,71	7	2,6	1,53	—	—	—	2	0,8	0,47	16	1,7
Concentration des activités	19	7,9	1,49	10	3,7	0,70	12	6,9	1,30	9	3,4	0,64	50	5,3
Animation - ambiance	23	9,6	0,65	40	15,0	1,01	43	24,7	1,67	34	12,8	0,86	140	14,8
Activités et animation	42	17,5	0,87	50	18,7	0,93	55	31,6	1,57	43	16,2	0,81	190	20,1
Circulation	7	2,9	0,56	6	2,3	0,44	4	2,2	0,42	32	12,0	2,31	49	5,2
Accessibilité	8	3,4	1,13	11	4,1	1,37	2	1,2	0,40	8	3,0	1,00	29	3,0
Circulation et accessibilité	15	6,3	0,77	17	6,4	0,78	6	3,4	0,41	40	15,0	1,83	78	8,2
Tradition	9	3,8	0,68	13	4,9	0,80	23	13,3	2,18	13	4,9	0,80	58	6,1
Prolongement du centre	31	12,9	0,95	38	14,2	1,04	11	6,2	0,46	49	18,4	1,35	129	13,6
Tradition et situation	40	16,7	0,85	51	19,1	0,97	34	19,5	0,99	62	23,3	1,18	187	19,7
Total des réponses invoquées	240	100,0	—	267	100,0	—	174	100,0	—	266	100,0	—	947	100,0
Personnes interrogées (A)	200			221			175			224			820	
Personnes donnant une réponse (B)	181			213			157			208			759	
% de (B) par rapport à (A)	90,5			96,4			89,7			92,9			92,6	

a = chiffre absolu; b = pourcentage par rapport au total des réponses invoquées; c = indice de spécialisation.



l'animation-ambiance un écart de 15,1 % (24,7 et 9,6 %) tandis que la part du motif prolongement du centre fluctue de 18,4 % rue Saint-Gilles à 6,2 % en Outremeuse. Ces différentes variations sont, par ailleurs, très révélatrices, car elles traduisent très bien les spécialisations locales, spécialisations mises en évidence par le biais des indices de spécialisation (I.S.) ou rapports entre le pourcentage obtenu par un critère en un lieu et le pourcentage de ce même critère calculé pour l'ensemble des lieux. Ainsi, un classement par point d'enquête des critères spécialisés (I.S. > 1), invoqués au moins dans 5 % des cas (et ce afin d'éviter de conclure sur de trop petits nombres), nous amène à dire que les facteurs dominants sont par ordre décroissant :

- aux Chiroux : les activités culturelles, les écoles et la concentration des activités ;
- à l'Innovation : les grands magasins, les magasins, la situation en prolongement du centre et l'animation-ambiance ;
- en Outremeuse: la tradition, l'animation-ambiance, la concentration des activités et les magasins ;
- rue Saint-Gilles : la circulation, la situation en prolongement du centre et les magasins.

#### C. — RAISONS DU REJET DU LIEU D'ENQUÊTE DU CENTRE-VILLE (Tableau II).

Seulement 45,7 % des personnes ayant déclaré ne pas être au centre ont su justifier leur avis. Les passants éprouvent donc nettement plus de difficultés pour expliquer le rejet que l'intégration. De plus, le nombre de critères invoqués (330) n'est guère plus élevé que celui des individus ayant donné une réponse (290), ce qui signifie que, la plupart du temps, ils n'ont formulé qu'une seule raison. Par ailleurs, les motifs invoqués sont sensiblement les mêmes que dans le cas précédent (d'où un tableau II très voisin du tableau I) à la seule différence cependant que les facteurs sont pris dans une acception inverse (par exemple, on n'est pas dans le centre parce qu'il n'y a pas suffisamment de magasins ou d'animation).

Trois facteurs sont, une nouvelle fois, plus fréquemment cités : les magasins (38,6 % des réponses), la tradition (18,8 %) et l'animation-ambiance (16,7 %). Un seul autre critère dépasse encore le seuil de 5 % : les grands magasins (7,6 %). On retrouve donc, parmi les trois raisons principales du rejet, deux des trois invoquées pour l'intégration : les magasins et l'animation-ambiance. En outre, les causes importantes de rejet appartiennent aux trois mêmes grandes rubriques : les activités commerciales (48,9 %), les activités et l'animation (21,2 %) ainsi que la tradition et la situation (19,7 %) avec des pourcentages très voisins dans les deux derniers cas.

La part des différents motifs varie aussi d'un lieu à l'autre : pour les magasins, de 33,8 % en Outremeuse à 41,8 % à l'Innovation, pour

TABLEAU II. — Raisons du rejet du lieu d'enquête du centre-ville.

	Chiroux			Innovation			Outremeuse			Saint-Gilles			Total	
	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b
Magasins	27	39,1	1,01	43	41,8	1,08	27	33,8	0,88	30	38,5	0,99	127	38,6
Grands magasins	5	7,3	0,96	7	6,8	0,89	7	8,8	1,16	6	7,7	1,01	25	7,6
Commerces spécialisés et de luxe	1	1,4	0,52	3	2,9	1,07	1	1,2	0,44	4	5,1	1,89	9	2,7
Activités commerciales	33	47,8	0,98	53	51,5	1,05	35	43,8	0,90	40	51,3	1,05	161	48,9
Activités culturelles	1	1,4	0,36	6	5,9	1,51	5	6,2	1,59	1	1,3	0,33	13	3,9
Ecoles	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1,3	4,33	1	0,3
Activités culturelles et écoles	1	1,4	0,33	6	5,9	1,40	5	6,2	1,48	2	2,6	0,62	14	4,2
Centre d'affaires	2	2,9	1,38	—	—	—	4	5,0	2,38	1	1,3	0,62	7	2,1
Concentration des activités	4	5,8	1,29	3	2,9	0,64	3	3,7	0,82	5	6,4	1,42	15	4,5
Animation - ambiance	14	20,3	1,22	17	16,5	0,99	10	12,6	0,75	14	17,9	1,07	55	16,7
Activités et animation	18	26,1	1,23	20	19,4	0,92	13	16,3	0,77	19	24,3	1,15	70	21,2
Circulation	2	2,9	1,93	1	1,0	0,67	2	2,5	1,67	—	—	—	5	1,5
Accessibilité	3	4,4	1,83	4	3,8	1,58	—	—	—	1	1,3	0,54	8	2,4
Circulation et accessibilité	5	7,3	1,87	5	4,8	1,23	2	2,5	0,64	1	1,3	0,33	13	3,9
Tradition	10	14,5	0,77	19	18,4	0,98	20	25,0	1,33	13	16,6	0,88	62	18,8
Prolongement du centre	—	—	—	—	—	—	1	1,2	1,33	2	2,6	2,89	3	0,9
Tradition et situation	10	14,5	0,74	19	18,4	0,93	21	26,2	1,33	15	19,2	0,98	65	19,7
Total des réponses invoquées	69	100,0	—	103	100,0	—	80	100,0	—	78	100,0	—	330	100,0
Personnes interrogées (A)	106			173			195			161			635	
Personnes donnant une réponse (B)	58			96			73			63			290	
% de (B) par rapport à (A)	54,7			55,5			37,4			39,1			45,7	

a = chiffre absolu; b = pourcentage par rapport au total des réponses invoquées; c = indice de spécialisation.

la tradition, de 14,5 % aux Chiroux à 25,0 % en Outremeuse et, pour l'animation-ambiance, de 12,6 % en Outremeuse à 20,3 % aux Chiroux.

Le classement, selon un ordre décroissant, par point d'enquête, des critères spécialisés invoqués dans 5 % au moins des cas, conduit, pour sa part, à dresser une liste des éléments qui manquent en chaque lieu pour le rattacher au centre-ville, c'est-à-dire pour :

- les Chiroux : la concentration des activités, l'animation-ambiance et les magasins ;
- l'Innovation : les activités culturelles et les magasins ;
- Outremeuse : le centre d'affaires, les activités culturelles, la tradition et les grands magasins ;
- la rue Saint-Gilles : les commerces spécialisé et de luxe, la concentration des activités, l'animation-ambiance et les grands magasins.

D. — FACTEURS FAVORABLES OU DÉFAVORABLES À L'INTÉGRATION DU LIEU D'ENQUÊTE AU CENTRE-VILLE (Tableau III).

Grâce à la confrontation des deux groupes de critères (d'intégration et de rejet), on peut dresser un tableau synthétique reprenant pour chaque lieu les facteurs favorables ou défavorables à son intégration au centre-ville.

TABLEAU III. — Facteurs favorables (+) ou défavorables (—) à l'intégration du lieu d'enquête au centre-ville.

	Chiroux	Innovation	Outremeuse	Saint-Gilles
Magasins	—	+ —	+	+
Grands magasins		+	—	—
Commerces spécialisés et de luxe				—
Activités culturelles	+	—	—	
Ecoles	+			
Centre d'affaires			—	
Concentration des activités	+ —		+	—
Animation - ambiance	—	+	+	—
Circulation				+
Accessibilité				
Tradition			+ —	
Prolongement du centre		+		+

On remarque donc que sur les 27 critères spécialisés invoqués au moins dans 5 % des cas :

- les douze motifs sont tous présents une fois, sauf l'accessibilité ;

- deux motifs (les magasins et l'animation-ambiance) apparaissent dans les quatre lieux et trois (les grands magasins, les activités culturelles et la concentration des activités) à trois endroits ;
- trois motifs (les magasins à l'Innovation, la concentration des activités aux Chiroux et la tradition en Outremeuse) sont classés à la fois facteur favorable et facteur défavorable au même point ;
- si l'on fait abstraction de ces derniers (en considérant que facteurs favorables et défavorables s'équilibrent), il y aurait donc 2 facteurs favorables sur 4 aux Chiroux, 3 sur 4 à l'Innovation, 3 sur 6 en Outremeuse et 3 sur 7 rue Saint-Gilles, ce qui traduit bien le partage des avis quant à l'intégration ou au rejet des lieux d'enquête par rapport au centre-ville.

E. — LIMITES DU CENTRE DANS LE CAS DU REJET DU LIEU D'ENQUÊTE DU CENTRE-VILLE (Tableau IV).

TABLEAU IV. — Limites du centre dans le cas du rejet du lieu d'enquête du centre-ville.

	Chiroux		Innovation		Outremeuse		Saint-Gilles		Total	
	a	b	a	b	a	b	a	b	a	b
Boulevard d'Avroy	—	—	—	—	3	1,8	65	41,7	68	11,8
Meuse	—	—	—	—	39	23,2	—	—	39	6,8
Place du Marché	—	—	3	1,9	3	1,8	—	—	6	1,0
Place du Vingt-Août	3	3,1	—	—	—	—	—	—	3	0,5
Rue Saint-Paul	18	18,5	—	—	3	1,8	—	—	21	3,6
Limites réelles	21	21,6	3	1,9	48	28,6	65	41,7	137	23,7
Avroy-Cathédrale	38	39,2	53	33,8	41	24,4	45	28,8	177	30,7
Place Saint-Lambert	28	28,9	79	50,3	67	39,9	33	21,1	207	35,8
Avroy-Cathédrale et place Saint-Lambert	9	9,3	19	12,1	8	4,7	11	7,1	47	8,1
Place de la République française	1	1,0	3	1,9	4	2,4	2	1,3	10	1,7
Centres	76	78,4	154	98,1	120	71,4	91	58,3	441	76,3
Total des réponses formulées	97	100,0	157	100,0	168	100,0	156	100,0	578	100,0
Personnes interrogées (A)	106		173		195		161		635	
% des réponses formulées par rapport à (A)	91,5		90,8		86,2		96,9		91,0	

a = chiffre absolu ; b = pourcentage par rapport au total des réponses formulées.

Chaque fois que le passant rejetait le lieu d'enquête du centre-ville, l'enquête visait encore à lui demander les limites du centre. De nouveau, on constate de nombreuses difficultés pour préciser une limite. En effet, si 91,0 % des personnes ont répondu, seuls 23,7 % des réponses correspondent à une limite, les autres avis formulés se rapportant, par contre, à la localisation du centre. La quasi impossibilité à préciser une limite est particulièrement sensible à l'Innovation où seulement 1,9 % des personnes ont su répondre, ce qui par ailleurs s'explique aisément par l'absence de coupure réelle entre la place Saint-Lambert et l'Innovation. A l'opposé, rue Saint-Gilles, 41,7 % des passants ont reconnu dans l'artère à grand trafic constituée par l'axe boulevard d'Avroy-boulevard de la Sauvenière une limite bien définie. Pour les deux autres lieux d'enquête, la situation est intermédiaire : 28,6 % en Outremeuse et 21,6 % aux Chiroux avec, dans chaque cas, une limite plus fréquemment citée : la Meuse et la rue Saint-Paul. Les passants ne semblent donc pas bien percevoir des limites même au niveau du quartier d'Outremeuse où la coupure constituée par la Meuse est cependant indéniable.

Pour ce qui est des centres cités, la place Saint-Lambert vient en tête (35,8 %), suivie par l'ensemble Avroy-Cathédrale (30,7 %) alors que 8,1 % des réponses désignent conjointement ces deux centres et 1,7 % la place de la République Française. Seuls 8,1 % des passants ayant formulé une réponse ont donc bien perçu la dualité du centre commercial liégeois : centre de luxe au niveau Avroy-Cathédrale et centre de masse à hauteur de la place Saint-Lambert. Les résultats par lieu traduisent de leur côté l'influence de la proximité ; d'où des pourcentages plus élevés pour Avroy-Cathédrale aux Chiroux et rue Saint-Gilles et, à l'opposé, des valeurs plus fortes pour la place Saint-Lambert à l'Innovation et en Outremeuse.

## II. — AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DU CENTRE-VILLE

Les résultats relatifs à ce deuxième volet de l'enquête sont consignés dans le tableau V où l'on ne distingue plus les valeurs par lieu d'enquête, le but de la recherche étant à présent d'établir globalement la liste des avantages et des inconvénients.

### A. — AVANTAGES DU CENTRE-VILLE.

1 177 personnes sur les 1 455 interrogées (soit 80,9 %) ont cité des avantages ; pour les autres, le centre-ville ne présenterait aucun avantage particulier. Ces 1 177 passants ont donné 1 592 réponses qui peuvent être classées dans 18 catégories.

TABLEAU V. — Avantages et inconvénients du centre-ville.

	Avantages			Inconvénients		
	Personnes donnant une réponse	1 177	100,0 %	Personnes donnant une réponse	1 097	100,0 %
Avantages cités	1 592	100,0 %	Inconvénients cités	1 278	100,0 %	
1 Magasins	541	34,0	1 Embarras de circulation	441	34,5	
2 Possibilités de loisirs	173	10,9	2 Pollution	208	16,3	
3 Concentration des activités	152	9,6	3 Difficultés de parking	188	14,7	
4 Choix plus grand des articles	151	9,5	4 Bruit	183	14,3	
5 Animation - ambiance	132	8,3	5 Foule	82	6,4	
6 Prix moins élevé des articles	105	6,7	6 Circulation malaisée des piétons	62	4,9	
7 Grands magasins	76	4,8	7 Prix plus élevé des articles et propension plus forte à dépenser	57	4,5	
8 Activités culturelles	53	3,3	8 Manque d'espaces verts	28	2,2	
9 Commerces spécialisés et de luxe	43	2,7	9 Absence de contacts humains	17	1,3	
10 Contacts humains	34	2,1	10 Habitat en hauteur	12	0,9	
11 Ecoles	34	2,1				
12 Transports en commun	30	1,9				
13 Possibilités de travail	25	1,6				
14 Environnement général	17	1,1				
15 Accessibilité	10	0,6				
16 Parking aisé	8	0,5				
17 Centres piétons	5	0,3				
18 Affaires	3	0,2				
Activités commerciales (1 + 4 + 6 + 7 + 9)	916	57,5	Problèmes de circulation (1 + 3 + 6)	691	54,1	
Activités - ambiance - contacts humains (3 + 5 + 10 + 13)	343	21,6	Problèmes d'environnement (2 + 4 + 8)	419	32,8	
Culture - loisirs - écoles (2 + 8 + 11)	260	16,3	Aspects psycho-sociologiques (5 + 9)	99	7,7	
Circulation (12 + 15 + 16 + 17)	53	3,3	Activités commerciales (7)	57	4,5	
Environnement général (14)	17	1,1	Type d'habitat (10)	12	0,9	
Affaires (18)	3	0,2				

Une nouvelle fois, les magasins occupent la première place : 34,0 % des réponses. Cinq autres facteurs obtiennent encore plus de 5 % : les possibilités de loisirs (10,9 %), la concentration des activités (9,6 %), le choix plus grand des articles (9,5 %), l'animation-ambiance (8,3 %) et le prix moins élevé des articles (6,7 %). Cinq autres se classent dans le groupe 5 à 2 % : les grands magasins (4,8 %), les activités culturelles (3,3 %), les commerces spécialisés et de luxe (2,7 %), les contacts humains et les écoles (2,1 %). Si l'on regroupe les 18 catégories en 6 grandes rubriques, les avantages dominants du centre-ville se perçoivent mieux encore ; il s'agit d'abord des activités commerciales (57,5 %), puis des activités, de l'ambiance et des contacts humains (21,6 %) ainsi que des activités culturelles, de loisirs et des écoles (16,3 %).

#### B. — INCONVÉNIENTS DU CENTRE-VILLE.

Dans ce cas, 1 097 personnes (soit 75,4 % des passants interrogés) ont formulé un ou plusieurs inconvénients, les autres ne trouvant aucun inconvénient particulier au centre-ville. 1 278 inconvénients ont été cités. Ceux-ci relèvent de 10 catégories différentes.

L'inconvénient majeur réside dans les embarras de circulation (34,5 % des réponses) tandis que l'on trouve dans un second groupe : la pollution (16,3 %), les difficultés de parking (14,7 %) et le bruit (14,3 %). Quatre autres facteurs dépassent encore le seuil de 2 % : la foule (6,4 %), la circulation malaisée des piétons (4,9 %), le prix plus élevé des articles et la propension plus forte à dépenser (4,5 %) et le manque d'espaces verts (2,2 %). Les avis des passants semblent donc partagés dans trois domaines : le parking (0,5 % des avantages et 14,7 % des inconvénients), le prix des articles (6,7 % des avantages et 4,5 % des inconvénients) et les contacts humains (2,1 % des avantages et 1,3 % des inconvénients).

Un regroupement des 10 catégories en 5 grands groupes permet, comme dans le cas des avantages, d'épingler les deux inconvénients dominants : les problèmes de circulation (54,1 %) et ceux d'environnement (32,8 %).

#### III. — CONCLUSIONS : L'IMAGE DU CENTRE-VILLE

A travers les deux démarches poursuivies par l'enquête, recherche des causes d'intégration ou de rejet de lieux situés en position limite du centre et mise en évidence des avantages et des inconvénients du centre,

on peut affirmer que *le centre-ville est avant tout perçu comme un centre commercial* (10).

En effet, au sein des facteurs invoqués pour rattacher le lieu d'enquête au centre, 40,7 % sont d'origine commerciale. De même, parmi les causes de rejet, 48,9 % sont de nature commerciale. De plus, 57,5 % des avantages cités appartiennent à ce même groupe.

Toutefois, deux autres critères ont une importance secondaire : l'animation-ambiance (14,8 % des raisons d'intégration, 16,7 % des causes de rejet et 8,3 % des avantages) ainsi que les activités culturelles et de loisirs (6,8 % des raisons d'intégration, 3,9 % des causes de rejet et 14,2 % des avantages).

En général, de nombreuses raisons invoquées pour rattacher ou exclure un quartier périphérique du centre urbain sont peu précises. Il en est de même des limites que peu de personnes perçoivent réellement. L'image du centre-ville semble ainsi assez floue et, si la plupart des passants savent à un endroit s'ils se trouvent ou non dans le centre proprement dit, beaucoup éprouvent des difficultés à justifier leur réponse. *La perception du centre-ville est donc d'abord intuitive.*

De tels résultats observés au niveau du centre-ville d'une métropole comme Liège peuvent-ils être généralisés ? La réponse précise à cette question nécessite sans aucun doute d'autres recherches dans des centres urbains de taille différente.

(Septembre 1974).

---

(10) Cette conclusion rejoint celle d'autres travaux, notamment celui de N. DELRUELLE dans l'agglomération bruxelloise, qui conclut à la suite d'enquêtes qu'« une image du noyau central domine très nettement les autres, celle construite sur base des rues commerçantes de la zone centrale de Bruxelles » (N. DELRUELLE et M.L. ROGGE MANS, *ouvr. cit.*, p. 142).



ANNEXE

Répartition selon les caractéristiques de l'échantillon de l'ensemble des réponses et des réponses affirmatives par lieu d'enquête.

	Ensemble des réponses				Réponses affirmatives									
					Chiroux		Innovation		Outremeuse		Saint-Gilles		Total	
	a	b	c	d	c	d	c	d	c	d	c	d	c	d
<b>A. Jour et moment de la journée de l'interview</b>														
Mardi 22-1-1974 de 9 à 12 h.	305	21,0	40	64,5	22	44,0	51	46,4	23	27,7	136	44,6		
Mercredi 23-1-1974 de 13 à 16 h.	383	26,3	49	66,2	44	44,0	46	52,9	75	61,5	214	55,9		
Vendredi 25-1-1974 de 17 à 20 h.	383	26,3	61	61,6	64	67,4	34	38,2	74	74,0	233	60,8		
Samedi 26-1-1974 de 14 à 17 h.	384	26,4	50	70,4	91	61,1	44	52,4	52	65,0	237	61,7		
<b>B. Sexe et âge</b>														
Femmes de moins de 20 ans	181	12,4	40	67,8	25	56,8	20	60,6	30	66,7	115	63,5		
Femmes de 20 à 60 ans	451	31,0	52	71,2	88	55,0	54	45,0	59	60,2	253	56,1		
Femmes de plus de 60 ans	219	15,1	23	71,9	31	68,9	45	50,6	30	56,6	129	58,9		
Total des femmes	851	58,5	115	70,1	144	57,8	119	49,2	119	60,7	497	58,4		
Hommes de moins de 20 ans	170	11,7	19	48,7	17	50,0	16	53,3	39	58,2	91	53,5		
Hommes de 20 à 60 ans	303	20,8	43	60,6	50	55,6	29	46,8	43	53,8	165	54,5		
Hommes de plus de 60 ans	131	9,0	23	71,9	10	47,6	11	30,6	23	54,8	67	51,1		
Total des hommes	604	41,5	85	59,9	77	53,1	56	43,7	105	55,6	323	53,5		
<b>C. Région d'origine</b>														
Liège	922	63,4	115	68,9	113	58,5	136	48,2	162	57,9	526	57,0		
Pôle urbain moins Liège	249	17,1	40	63,5	56	58,3	21	51,2	29	59,2	146	58,6		
Agglomération moins Liège et le pôle urbain	97	6,7	19	57,6	19	51,4	5	35,7	6	46,2	49	50,5		
Autres communes de la province	117	8,0	17	65,4	20	44,4	7	31,8	17	70,8	61	52,1		
Autres provinces et étranger	70	4,8	9	52,9	13	56,5	6	54,5	10	52,6	38	54,3		
Total	1 455	100,0	200	65,4	221	56,1	175	47,3	224	58,2	820	56,4		

a = nombre absolu de réponses; b = pourcentage par rapport aux 1 455 réponses; c = nombre de réponses affirmatives; d = pourcentage des réponses affirmatives par rapport à l'ensemble des réponses.