



## CONFERENCE DE PRESSE

Christine Defraigne, cheffe de groupe,  
le groupe MR au Conseil communal de Liège

Sébastien Bovy, Fabrice Drèze, Gilles Foret, Elisabeth Fraipont,  
Pierre Gilissen, Louis Maraite, Raphaël Miklatzki, Audrey Neuprez,  
Diana Nikolic, Michel Peters.

***Tourisme à Liège : un potentiel énorme,  
pourtant inexploité !***

**Maison de la Presse de Liège**

**1er octobre 2015**

## TABLE DES MATIÈRES

<b>Table des Matières</b> .....	<b>2</b>
<b>1. Introduction</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Tour d’horizon des mesures touristiques</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1. Une année de plus pour accueillir le touriste : en effet, le coche 2015 est raté</b> .....	<b>5</b>
2.1.1. L’accueil touristique.....	5
2.1.2. L’image de Liège .....	7
2.1.3. Le stationnement pour autocar .....	7
<b>2.2. Les projets : Une ville qui crée des événements permanents !</b> .....	<b>8</b>
2.2.1. « Liège Ville Lumière » .....	8
<b>2.3. Un jardin d’art contemporain ou d’œuvres végétales</b> .....	<b>9</b>
<b>2.4. E-Tourisme</b> .....	<b>9</b>
<b>3. Tourisme d’affaires</b> .....	<b>11</b>
<b>4. Mobilité et Tourisme</b> .....	<b>13</b>
<b>4.1. Liège Airport : turbulences en plein vol</b> .....	<b>13</b>
<b>4.2. Tourisme fluvial</b> .....	<b>13</b>
<b>5. Secteur HoReCa à Liège</b> .....	<b>15</b>
<b>5.1. Hôtels liégeois : Une nuit à la belle étoile ?</b> .....	<b>15</b>
<b>5.2. Restaurants : Les Liégeois restent sur leur faim</b> .....	<b>16</b>
<b>6. Valorisation du patrimoine Liégeois</b> .....	<b>17</b>
<b>6.1. Le patrimoine militaire de la Citadelle</b> .....	<b>17</b>
<b>6.2. Mise en place d’un circuit touristique « patrimoine moderne ou grande rénovation »</b> . .....	<b>17</b>
<b>6.3. Le Circuit des Collégiales</b> :.....	<b>18</b>
<b>6.4. La valorisation du bâti dans un espace défini</b> : .....	<b>18</b>
<b>6.5. Mise en place d’une plateforme de volontariat culturel</b> :.....	<b>19</b>
<b>6.6. Candidature de la Batte comme chef-d’œuvre du patrimoine oral et immatériel de la FWB</b> .....	<b>19</b>

<b>6.7. Le folklore.....</b>	<b>19</b>
<b>7. <i>Tourisme et Sécurité</i>.....</b>	<b>21</b>
<b>8. <i>Conclusion</i> .....</b>	<b>22</b>
<b>9. <i>ANNEXE 1 : DOSSIER SUR LE CLASSEMENT DE LA BATTE</i> .....</b>	<b>24</b>
<b>10. <i>ANNEXE 2 : GUIDE PARIS EN TOUTE SÉCURITÉ</i> .....</b>	<b>25</b>

## 1. INTRODUCTION

La culture liégeoise a été le sujet de notre dernière conférence de presse. Après avoir abordé l'ensemble des grandes et petites institutions présentes dans notre Ville, il nous semblait légitime, voire même indispensable, de faire le point à présent sur le Tourisme à Liège.

La valorisation du patrimoine, de la culture, de l'économie et l'attractivité de la Ville de Liège est indissociable de l'activité touristique. Les différents moyens de transport et les principaux lieux et moyens mis à disposition du tourisme liégeois constituent un pôle sur lequel il faut miser.

Liège doit avoir une plus-value touristique et culturelle pour que les visiteurs aient envie de venir se promener dans nos rues et s'y sentent chez eux. C'est un défi pour la Ville et le Collège de maximiser cet axe, il ne faut plus en douter. Pourtant, ce secteur est sous-exploité. Pourquoi de telles carences dans la politique de la Ville ? Celles-ci peuvent mettre en péril l'équilibre économique liégeois !

Un tour d'horizon de ce qui existe à Liège et de ce qui devrait être amélioré ou créé nous semblait essentiel au vu des oublis en matière de tourisme.

La mobilité ou le secteur HoReCa, par exemple, contribuent à cette plus-value et ne sont, pour le moment, pas assez développés : Pourquoi nos étoilés désertent-ils ?

Nous réclamions des hôtels, plusieurs ont éclos dans l'hyper-centre, mais fonctionnent-ils vraiment ? Des améliorations sont nécessaires, même si nous constatons une évolution positive.

A travers cette conférence, nous allons également observer les initiatives prises ailleurs, en Belgique ou en Europe, pour doper le pôle touristique et, pourquoi pas, s'en inspirer pour la Ville de Liège ?

D'autres thèmes comme le tourisme d'affaires doivent être développés, car il contribue, à sa manière, à l'économie liégeoise. La sécurité ainsi que la valorisation de notre patrimoine seront ensuite abordés afin d'être le plus complet possible.

Nous espérons donner des idées au Collège pour que le Tourisme soit un pôle enfin pris au sérieux et exploité au maximum pour donner envie aux touristes de visiter Liège, de travailler à Liège, d'habiter à Liège ! La Ville doit se réanimer pour donner un second souffle au pôle touristique liégeois.

## 2. TOUR D'HORIZON DES MESURES TOURISTIQUES

Le budget du Département ne présente toujours pas de vision ambitieuse qui tient compte des évolutions sociétales et technologiques. Le tourisme est pourtant un outil de développement économique, tant pour le commerce liégeois, que pour la création d'emplois non délocalisables !

Dans une région sinistrée économiquement, un euro investi dans ce secteur sera quelques euros générés pour les caisses de la Ville et pour les acteurs commerciaux de notre cité.

La politique touristique manque d'ambition. Le privé, quant à lui, remplit sa part d'investissement grâce aux hôtels et aux divers projets à venir au cours des prochains mois.

### 2.1. UNE ANNEE DE PLUS POUR ACCUEILLIR LE TOURISTE : EN EFFET, LE COCHE 2015 EST RATE

#### 2.1.1. L'accueil touristique

Nous le demandions, c'est enfin fait : un accord Ville/Province sur un lieu unique et central d'accueil du touriste à Liège ! Le projet est prêt, une partie du personnel a déménagé il y a quelques mois dans l'ancienne Halle aux viandes, mais pas encore de touristes à l'horizon. L'Echevin évoque l'attente de subsides de la Région.

Comment accueillerons-nous les groupes de touristes ? Certes, le bâtiment - l'enveloppe est belle - est un lieu historique et une bâtisse de caractère, mais creusons un peu, car certaines réflexions sont nécessaires:

- Nous n'aurons pas encore de lieu digne de ce nom, un lieu où la cinquantaine de touristes venant en autocar peut se rendre pour découvrir un film de présentation sur la Cité Ardente, un lieu où l'on peut emprunter des audio-guides, ...
- Pourquoi ne pourrions-nous pas emprunter, au sein de l'Office du Tourisme, **un vélo** pour découvrir Liège ? La Ville en a pourtant acheté 650.
- Il existe un déficit du mobilier urbain à proximité : absence d'anneaux vélos ou parkings à vélos, absence de poubelles publiques,...
- **Des toxicomanes** envahissent la proue du bateau. Pour l'instant, ce sont des barrières Heras qui sécurisent le fossé et la passerelle. Quels sont les aménagements futurs qui empêcheront les toxicomanes de se réunir à cet endroit?
- **Un panneau informatif** devrait être placé afin d'informer les touristes et badauds sur l'origine, l'histoire de l'ancienne Halle.
- **Des plans** sont disponibles à l'Office du Tourisme moyennant la somme de 20 centimes. Pourtant, une série d'annonceurs y figurent ! Ces plans ne pourraient-ils pas être distribués gratuitement ou que l'édition d'un format plus simple à donner au touriste qui ne désire pas déboursier de l'argent soit envisagée?
- Entre l'accueil tourisme « gare Calatrava » et l'accueil futur « Halle aux viandes », un **lieu intermédiaire pourrait être à nouveau opérationnel**. Pourquoi pas sur la Place Cathédrale à l'emplacement des anciens arrêts de bus? Ou, pourquoi pas, en alternative, la création de distributeurs de plans (payants donc) ou l'installation de bornes interactives.

- Aujourd'hui, un billet pour **une croisière sur la Meuse** peut-être vendu à l'Office du Tourisme de Liège pour une croisière sur la Meuse, mais seulement pour les groupes ! Les touristes « seuls » ne peuvent s'en procurer qu'à l'Aquarium, là où se situe l'embarcadère. Pourquoi ne pas aménager un embarcadère sous la passerelle, côté rive gauche?
- **La visite quotidienne de Liège** organisée en saison par l'Office du Tourisme n'est proposée qu'en français, faute de groupes réguliers de néerlandophones et d'Allemands.
- **La mise en place de tables d'orientation** sur les hauteurs de Liège (Citadelle, Thier-à-Liège, Cointe,...) pourrait également amener une plus-value à la Ville.

### Une ville qui se donne les moyens pour l'accueil de touristes étrangers :

- **Les audioguides**

Afin d'affirmer sa place sur la liste des villes touristiques belges incontournables, la Ville de Liège doit pouvoir apporter de l'innovation et proposer une multitude de découvertes originales de son patrimoine, de ses lieux touristiques majeurs et permettre une découverte historique au plus grand nombre et au rythme de tout un chacun.

L'idée d'un plan et d'un audioguide avec données géolocalisées qui déclenche automatiquement le bon commentaire au bon endroit grâce à un système de repérage GPS, séduit de plus en plus de grandes villes par sa facilité d'utilisation.

Le touriste parcourt la Ville à son rythme.

La multitude de langues disponibles sur ce support positionnerait Liège en tant que Ville accueillante et à la pointe de l'innovation.

### Une ville qui se donne les moyens de l'originalité dans les visites touristiques :

Dans la majorité des villes, différents moyens de transport existent pour visiter le patrimoine. A Liège, on visite à pied, en petit train ou en bateau. Un peu de créativité permettrait d'apporter une offre supplémentaire (cyclo-pousse, calèche, segway,...)

- **le Cyclo-pousse.**

Ce moyen de transport aux nombreux avantages serait un atout pour la ville de Liège :

- Le pilote pourrait assurer des déplacements de 2 kilomètres ou de 30 minutes maximum.  
C'est souvent des distances qui sont trop proches en bus mais trop loin à pied. Le cyclo-pousse vous emmène et vous ramène. Il est convivial, sécurisant et presque 100 % écologique puisque propulsé à la force des mollets et d'une assistance électrique. En outre une couverture imperméable, un porte-bagages sont prévus. Le projet pourrait prendre plusieurs connotations : sociales, touristiques,...

- Le cyclo-pousse pourrait être un outil promotionnel pour les activités culturelles à Liège, en plaçant de la publicité événementielle sur l'habitacle.
- De plus, la mise en place de piétonniers, comme la rue de la Casquette à Liège par exemple, pose la question, vu sa grandeur, de la faculté de pouvoir s'y mouvoir quand on a des problèmes de locomotion dus à l'âge ou à une incapacité temporaire voire définitive. Un moyen de transport non-polluant comme le cyclo-pousse pourrait apporter la solution à ce problème. D'ailleurs, lorsque Elisabeth Fraipont a interpellé Monsieur l'Échevin en mars 2015, réponse avait été donnée : « Ce projet est à l'étude. ». Nous sommes en septembre et toujours aucune nouvelle !

### 2.1.2. L'image de Liège

Où est la marque Liège ? Il est nécessaire que notre Ville ait des offres multiples et diversifiées. De plus, la mise en place d'une véritable stratégie de « promotion de Liège » doit être définie. Faire valoir les atouts d'une ville n'est pas un concept nouveau. Déjà au XIX<sup>ème</sup> siècle, la compétition croissante entre différentes destinations a forcé les sites touristiques à se démarquer les uns des autres. Les destinations sont vendues aux touristes, consommateurs et services touristiques, qui apprécient ces endroits pour leur particularité. Le fait de présenter et de vendre une ville ou un endroit comme une marque a gagné en popularité. Les villes utilisent des événements spécifiques pour améliorer ou encore pour redorer leur image – doit-on revenir sur Liège 2015 ou Liège 2017 qui auraient pu contribuer à construire durablement la marque « Liège » ?

Aujourd'hui, Liège doit retrousser ses manches et mener des actions fortes en matières d'image et de stratégie, concertées avec les différents départements (Tourisme, environnement/propreté publique, culture, urbanisme, mobilité, commerce,...). Sans de telles démarches, nous resterons dans l'immobilisme.

- **La marque Liège** doit se communiquer via un site web dédié au tourisme comme toutes destinations touristiques du pays, d'Europe et du monde, transmettant ainsi une idée claire des divers atouts et richesses de notre Cité. Le potentiel « internet » pour le marketing touristique est essentiel, il se saisit de l'Histoire, du patrimoine, raconte une Ville, une histoire et vend du rêve au futur visiteur.
- L'image de la Ville ne doit pas seulement être flattée sur la toile, mais **la réalité doit s'y conformer !** Les touristes en visite à Liège ne peuvent pas être déçus au vu de leurs attentes, car en cas d'échec, il n'y a pas de deuxième chance – et n'oublions pas que le bouche à oreille peut faire mal : La propreté publique, l'insécurité, la mendicité, la toxicomanie et les entrées de Ville sont des facteurs destructeurs pour l'image de Liège (exemple en photos).
- L'image de Liège, c'est aussi **la promotion à l'étranger**, mais les budgets prévus à cet effet sont rabaotés. L'équation est pourtant simple : plus de publicité à l'étranger = plus de visiteurs à Liège. CQFD.

### 2.1.3. Le stationnement pour autocar

Nos nombreuses demandes au fil de ces dernières années ont porté leurs fruits : des emplacements pour autocars ont été aménagés. Certes, nous sommes heureux que cela ait

abouti, mais lorsqu'on y regarde de plus près, ces emplacements sont occupés ! Les photos parlent d'elles-mêmes. Un autocariste me confiait dernièrement : « Si ça continue, je ne viens plus avec mes touristes à Liège, je proposerai d'autres destinations. » Alors, que fait la police ?

## 2.2. LES PROJETS : UNE VILLE QUI CRÉE DES ÉVÉNEMENTS PERMANENTS !

**Objectif** : garder le touriste à Liège durant plusieurs jours !

Les manifestations d'un jour sont nombreuses à Liège, mais pour que des retombées économiques importantes soient possibles, notamment pour le secteur Horeca, le Collège doit investir dans des projets de grande envergure et les faire perdurer.

### 2.2.1. « Liège Ville Lumière »

Le plan lumière est un plus pour l'esthétique de la Ville, mais ce n'est pas lui qui contribue à faire déplacer les foules. Je vous invite à découvrir des villes telles que Chartres en Lumière et sa trentaine de sites/bâtiments bénéficiant d'une scénographie qui attire chaque année des milliers de visiteurs durant 5 mois. Liège Ville Lumière existe, ce projet donne à notre Cité toute la beauté qu'elle mérite à la nuit tombée. Néanmoins, ce projet ne fait pas déplacer le touriste.

Je propose que, sur le modèle des villes de Chartres, Lyon, de l'illumination de la Cathédrale d'Amiens,... la Ville de Liège investisse dans **un projet de mise en valeur de son patrimoine architectural et historique**. Ce projet pourrait s'étaler sur 5 mois de l'année, ainsi il permettrait de donner envie au touriste de venir à Liège les week-ends durant la période creuse, mais également chaque jour de la semaine durant les mois de juillet et d'août. Il ne s'agit pas d'une simple illumination de sites, mais bien de **la réalisation d'une scénographie**.

De mai à octobre, les visiteurs pourraient découvrir les illuminations sur les monuments. À la nuit tombée, un parcours lumineux emmènerait les touristes à travers toute la ville et donnerait un regard nouveau sur les édifices liégeois.

Le travail lumineux et sonore mis en œuvre dans les différents quartiers se veut porteur d'une identité culturelle contemporaine et attractive de la ville.

La surface du projet est immense; l'œuvre est privilégiée par le cadre même qu'offre la ville historique à ces installations lumineuses et par l'opportunité qu'il est donné à un artiste de créer une œuvre d'ensemble, constituée d'éléments séparés, selon un concept cohérent d'œuvre originale à l'échelle d'une cité.

En résumé, le groupe MR de Liège propose :

- Un spectacle permanent de mai à octobre. 6 mois de découvertes touristiques.
- Un projet qui traverserait la Meuse avec l'Aquarium, et bien d'autres monuments !
- 8 sites au départ :



- Palais des Princes Evêques
- Gare Calatrava
- Cathédrale
- Saint Barthélemy
- Place du marché
- Basilique Saint-Martin
- Sauvenière (Mnema) anciens bains
- Opéra
- D'autres sites pourraient compléter la liste au fur et à mesure : les escaliers de Bueren, le musée Curtius, l'Orchestre philharmonique de Liège,...

### 2.3. UN JARDIN D'ART CONTEMPORAIN OU D'ŒUVRES VÉGÉTALES

Confier des surfaces sur des terrains de la Ville à des artistes qui créeraient des œuvres végétales contemporaines a été fait ailleurs et a remporté un franc succès : en 1992 est créé le Festival International des Jardins à Chaumont sur Loire. Le château de Chaumont ne pouvait rivaliser avec les prestigieux noms des châteaux de la Loire. Donc, une idée a germé et Chaumont est devenu un laboratoire de la création contemporaine dans le domaine des jardins et de la création paysagère dans le monde. A la fois mine d'idées et pépinière de talents, le Festival redynamise l'art des jardins et intéresse le public et la profession en présentant de nouveaux fleurements, de nouveaux matériaux, des idées et des approches novatrices.

Il s'agit aujourd'hui d'un Festival devenu une des références mondiales pour la présentation de la créativité d'architectes paysagistes. Le parc de 10 hectares accueille plus de 245 000 touristes sur 6 mois de l'année, soit plus de 40 000 visiteurs par mois.

La création d'un jardin d'art contemporain sur les terrains Ville de Liège du Thier-à-Liège serait un beau projet pour la Ville, à l'instar de Chaumont !

### 2.4. E-TOURISME

Liège « Smart City » ? Liège « ville intelligente » ? C'est en tous cas la volonté affirmée, réaffirmée et répétée à l'envi par les autorités locales, provinciales et mêmes régionales. Mais ce n'est malheureusement pas parce que l'on répète une chose qu'elle en devient réalité.

Certes, quelques initiatives publiques ou privées ont le mérite de pointer dans la direction de l'évolution numérique mais nous n'en sommes qu'aux balbutiements. Liège a pourtant tous les atouts pour s'inscrire dans cette dynamique de Smart City : c'est un pôle économique important qui compte en son sein une université, un « Smart City Institute », des entreprises performantes, un incubateur de startups, etc. Mais pour qu'une ville et ses habitants

s'engagent fermement dans la voie du progrès technologique, c'est aux autorités communales et à l'administration qu'il revient le rôle de déclencheur, de déclic.

Une démarche qui pourrait avoir l'effet de placer Liège sur la carte des précurseurs des Smart City et qui permettrait au secteur du tourisme de trouver un second souffle, serait de s'engager dans une **politique volontariste d'open data**.

L'open data, c'est la mise à disposition de tous, de manière structurée, des données publiques. **C'est considérer que la masse d'information est un bien commun dont la diffusion est d'intérêt général**. C'est aussi s'inscrire dans la tendance internationale et stimuler l'innovation en soutenant nos startups et développeurs au niveau local.

De manière pragmatique, c'est aussi **anticiper la stratégie fédérale du plan Digital Belgium** qui s'inscrit elle-même dans le cadre d'une directive européenne ISP de 2013 applicable à l'horizon 2020.

Concernant le tourisme spécifiquement, imaginez les applications que pourraient réaliser des jeunes développeurs s'ils avaient à leur disposition les informations concernant les monuments du patrimoine, couplées avec les données de géolocalisation des Smartphones par exemple. Les possibilités seraient infinies. Or, la demande est là, les jeunes développeurs dont je parle existent, nous en avons rencontré.

Le secteur du tourisme, désormais lié au monde numérique, est un secteur qui avance vite, très vite, trop vite. Ce n'est plus aux pouvoirs publics de réfléchir seuls à une politique d'encadrement et de dynamisme du tourisme. Aujourd'hui, les autorités communales doivent compiler, rassembler, structurer les données qu'elles ont en leur possession et les rendre accessibles pour créer un environnement « digital friendly ». Les développeurs et startups prendront alors le relais pour créer et faire évoluer des applications en parfaite adéquation avec les attentes du public visé.

### 3. TOURISME D'AFFAIRES

En novembre 2011, nous avons développé un plaidoyer pour l'élaboration d'une véritable politique de tourisme d'affaire : « *à la croisée du tourisme et des affaires ! Liège, the place to business* ». Nous étions alors à la veille de la décision d'accueillir l'Expo internationale de 2017 ...

Nous rappelions les **retombées économiques, sociales et de notoriété** générées par le tourisme d'affaires ainsi que tous les **avantages concurrentiels** de la Ville de Liège qui peut se targuer d'être la seule ville wallonne de congrès disposant déjà d'une véritable offre intégrée en la matière.

Malgré toutes ces raisons d'être optimistes, nous déplorions le **manque de soutien affirmé** de la part des autorités communales ainsi que le **manque de clarté** dans le positionnement qu'elles entendaient jouer dans ce secteur.

Aujourd'hui, 4 ans après, où en est-on dans les dossiers relatifs au Tourisme d'affaire ?

L'**asbl Liège Congrès** qui aurait dû voir son rôle renforcé et devenir l'organe relais du tourisme d'affaires à Liège a été démantelée. Il avait pourtant été démontré le rôle capital que pouvait jouer cet acteur pour développer des stratégies de congrès spécifiques en forte synergie avec le tissu local des entreprises, le monde académique et les professionnels du secteur.

Le **Palais des Congrès** n'a pas été repris dans la nouvelle programmation FEDER et se cherche toujours un projet d'avenir. Le dossier du nouvel hôtel semble avoir trouvé une issue favorable mais qu'en est-il du parking indispensable à la viabilité du projet ?

Le déménagement des **Halles des Foires** est programmé mais sa viabilité reste en partie tributaire de la réalisation du tram.

Le centre ville de Liège n'accueille **plus de restaurant étoilé**. Les 2 derniers s'étant exilés en périphérie liégeoise.

L'**hélicoptère urbain**, boulevard Frère-Orban a quant à lui connu une renaissance le temps d'un week-end lors du Grand-Prix de Formule 1 mais qu'en est-il de son exploitation pérenne ?

Les autorités communales liégeoises se sont-elles investies dans l'amélioration des **synergies avec Liège Airport** ? Ont-elles profité des opportunités offertes par la double liaison quotidienne avec Munich, capitale bavaroise et haut lieu économique allemand ?

**Mons et Charleroi** ont entretemps développé leur stratégie et leurs infrastructures. Le tout nouveau MICX a d'ailleurs été inauguré à l'occasion de Mons 2015. Liège n'est donc plus seule sur le marché wallon.

Nous proposons à nouveau d'établir un véritable **schéma de développement du tourisme d'affaires** en y impliquant tous les acteurs concernés : autorités publiques et professionnels du secteur. Celui-ci devra établir une cartographie des atouts liégeois, déterminer avec précision l'environnement concurrentiel dans lequel nous évoluons et le plan d'action pour améliorer notre efficacité dans les cinq ans à venir.

Une **identité, une marque liégeoise forte** dans laquelle les organisateurs, les entreprises, l'Université, la Province et la Ville se reconnaissent et s'identifient doit être créée.

L'**affectation économique du Palais des Congrès** doit être sauvegardée. Il est urgent de proposer un avenir ambitieux pour ce pôle situé sur l'axe économique et culturel majeur « Guillemins – Boverie - Longdoz ».

**Liège Congrès** doit revivre et devenir l'organe relais du tourisme d'affaires à Liège. Son financement devrait être public-privé. Cette asbl pourrait devenir la plateforme « Liège, the place to business » rassemblant : professionnels du tourisme et des événements, fédérations d'entreprises, Université, Autorités de la Ville et de la Province, opérateurs d'infrastructures ( SNCB, Liège Airport ).

Il est temps que les autorités liégeoises se ressaisissent et réinvestissent dans le développement efficace du tourisme d'affaires.

## 4. MOBILITÉ ET TOURISME

### 4.1. LIÈGE AIRPORT : TURBULENCES EN PLEIN VOL

L'aéroport liégeois a fait beaucoup parler de lui ces derniers mois, plutôt en bien au départ ! Nous ne pouvions que nous réjouir des nouveaux défis que Liège Airport allait relever : de nouveaux vols, plusieurs destinations supplémentaires, une diversification de ses activités (spécialisée dans le fret, Liège s'investit davantage dans les vols passagers, soit la spécification de l'aéroport de Charleroi...) et, plus récemment, l'annonce d'un zoning économique à proximité de l'aéroport. Sur le papier, que de bonnes nouvelles !

Et pourtant, la situation n'est pas si rose, **des turbulences sont venues entravées le décollage** :

En mai 2015, **la compagnie VLM Airlines** s'associait à Liège Airport. Grâce à ce partenariat, les liégeois pouvaient bénéficier de quatre nouvelles destinations au départ de Liège (Nice, Bologne, Venise et Avignon), mais moins d'un mois après l'arrivée tant attendue de VLM, le départ était déjà annoncé pour « des raisons de rentabilité ». Peut-on réellement estimer la rentabilité après seulement 30 jours d'activité ? Quelles sont réellement les causes de ce départ ? Christine Defraigne, en sa qualité de Députée wallonne, a interrogé le Ministre Carlo Di Antonio à ce propos, sans toutefois obtenir de réponse jusqu'à présent.

Ensuite, **la diversification de Liège Airport** est une nouvelle positive pour et d'après la Région et le ministre compétent des Aéroports. L'aéroport liégeois s'était toujours spécialisé vers le transport de fret, tandis que celui de Charleroi s'orientait, et l'est toujours, vers les passagers. Liège Airport a pourtant tenté ces derniers mois de rentabiliser son terminal passager, notamment avec la nouvelle liaison Liège-Munich, mais également grâce au partenariat avec VLM Airlines (qui a finalement échoué comme on a pu le voir...). Nous sommes heureux de voir Liège Airport se développer, mais redoutons une potentielle concurrence entre nos aéroports, dont la spécialisation de chacun avait toujours, jusqu'à présent, été bien définie. Et ce n'est pas pour rien que la presse emploie, en ce mois de septembre, la phrase « la guerre des aéroports ».

Enfin, malgré **l'effet d'annonce des Aéroports de Paris (ADP)**, qui avait mis en garde la Région wallonne quant à un potentiel, les investisseurs ont décidé de rester au vu des promesses gouvernementales. Finalement, sur ce point, on peut applaudir l'atterrissage après un vol agité...

### 4.2. TOURISME FLUVIAL

En février 2013, la Province de Liège a présenté son « plan de développement du tourisme fluvial sur la Meuse liégeoise » suite aux conclusions d'une étude menée par la Fédération du Tourisme de la Province de Liège. Nous ne pouvons que nous réjouir de cette initiative

visant notamment à créer des haltes nautiques, à renforcer l'offre de bateaux passagers, à développer l'événementiel sur et au bord du fleuve mais aussi à réaménager les berges.

Nous regrettons par contre l'inertie des autorités communales qui n'ont pas embrayé et saisi avec plus d'entrain les **opportunités offertes par notre fleuve, la Meuse**, élément fondateur, identitaire et structurant de Liège.

Si on peut se réjouir de la bonne santé du **Port des Yachts** qui a connu une hausse de 18% du nombre de passagers en 2014 et de l'arrivée d'un **nouveau bateau de croisière** « le Vauban », plus adapté à la demande des passagers, on ne peut que déplorer par contre le manque d'ambition et d'intérêt des autorités pour le devenir du **centre nautique de l'île Monsin**, pour le développement de **relais nautiques** ( Guillemins, Place Cockerill, Curtius, Coronmeuse, Monsin ), pour la réhabilitation des **pontons d'embarquement** mais aussi pour les initiatives comme les **bateaux électriques** partis à Visé ou les Taxi-Boats.

En terme d'aménagement, il y a eu de très belles réalisations comme le Ravel en rive droite et les quais en rive gauche. On doit cependant déplorer **l'absence de vision du Collège pour le quai sur Meuse**. Il y a quelques années déjà, nous avons proposé l'enfouissement des quais afin de créer un axe piéton Tchantchès / Saint-Lambert et de rendre plus accessible la Meuse, à l'image des aménagements à Maastricht.

Nous souhaitons que la Ville s'investisse davantage dans la politique touristique fluviale en soutenant les démarches de la Province mais aussi des privés qui souhaitent développer des projets sur la Meuse. **Il faut rapprocher les liégeois, les touristes de la Meuse**. Il faut créer des réflexes de consommation et de loisirs fluviaux.

Liège a tous les atouts pour y parvenir, il est temps de se mouiller !

## 5. SECTEUR HORECA À LIÈGE

### 5.1. HÔTELS LIÉGEOIS : UNE NUIT À LA BELLE ÉTOILE ?

Ces dernières années, nous reprochions à la Ville de Liège un manque cruel d'hôtels dans le centre de Liège pour accueillir nos touristes.

Récemment, nous avons remarqué une évolution positive de la situation : le déficit hôtelier, à Liège, se comble petit à petit.

A titre d'exemple, on peut citer :

- L'Hôtel Mercure qui a été rénové et est devenu le Pentahotel
- L'Amosa Hôtel qui a ouvert ses portes place Saint-Etienne
- L'Hôtel de Clercx, rue Saint-Paul, qui va être rénové en un centre de séminaire et d'hébergement
- L'Hôtel Alliance qui a été repris et est en cours de rénovation.
- ...

On recense annuellement 400.000 nuitées dans nos hôtels liégeois, ce qui nous place en première position en Wallonie, mais loin derrière le Flandre. Selon les chiffres provisoires de « Toerisme Vlaanderen », 1.874.158 nuitées sont comptabilisées à Anvers, 1.941.741 à Bruges et 1.030.015 à Gand.

Mais ce marché hôtelier est-il rentable? Nos hôtels sont bon marché par rapport aux autres grandes villes. Une nuit au Crowne Plaza, par exemple, qui n'est rien de moins qu'un hôtel 5 étoiles, coûte 130 euros, soit une somme basse pour un hôtel quintuplement étoilé. La question que nous nous posons est la suivante : si c'est pour faire sombrer le navire d'ici quelques années, à quoi cela peut-il servir ?

Selon les dires du propriétaire, les finances du Crowne Plaza remonteraient la pente et l'hôtel serait en voie de guérison. Quelle bonne nouvelle ! Malgré tout, nous sommes inquiets à propos de la santé de cet hôtel. Effectivement, la presse liégeoise tient un tout autre discours... le Crowne Plaza serait à l'agonie. Au vu de ces propos contradictoires, qui doit-on croire ? Qu'en est-il réellement de ce seul 5 étoiles liégeois ?

Du côté des petits établissements, ils sont contents du taux d'occupation mais **dénoncent la guerre des prix** à laquelle se livrent les hôtels à Liège. Nous en revenons donc toujours au même problème : les prix. **Une solution doit être envisagée pour pérenniser la situation hôtelière à Liège.**

Ensuite, un second problème se pose : **l'affluence de touristes**. Et nous ne sommes pas les seuls à l'affirmer. Selon l'Echevin liégeois du Tourisme, la croissance du nombre de touristes à Liège n'est pas assez rapide. Ceux-ci ne dorment pas à Liège. Certes, ils viennent visiter, faire les magasins (et encore, pas sûrs s'ils sont chinois) ou flâner dans nos rues, mais personne ne passe la nuit en ville. L'objectif, à court terme, serait donc de leur donner envie de visiter Liège pendant deux ou trois jours et, en conséquence, remplir nos nombreux hôtels. La Ville doit donc prendre le taureau par les cornes et avoir un réel plan de développement touristique ! Si les autorités communales ne se réaniment pas, tous ces hôtels seront vides de touristes et cette situation causera leur perte.

Enfin, **l'offre est trop limitée à Liège**, il faut qu'elle se diversifie pour toucher un maximum de personnes aux budgets et envies divers.

Par exemple :

- La création de chambres d'hôtes doit être encouragée et valorisée ;
- Ensuite, afin de répondre à toutes les demandes, un camping pourrait ouvrir ses portes ;
- Lors des grands événements comme les Ardentes et le Grand Prix, les hôtels étant complets, la Ville de Liège pourrait permettre l'installation de bateaux hôtels sur la Meuse ;
- ...

## 5.2. RESTAURANTS : LES LIÉGEOIS RESTENT SUR LEUR FAIM

La gastronomie est essentielle pour l'image de marque d'une ville. En 2013, Liège était restée sur sa faim avec le départ du restaurant étoilé « L'Héliport ». Exilé le temps des travaux sur les quais de la Meuse, le chef Frédéric Salpetier avait finalement décidé de s'installer définitivement dans le château de Colonster.

Une nouvelle qui avait été dure à digérer pour les fins gourmets.

Les mauvais *remake* étant dans l'air du temps, un autre restaurant étoilé du centre-ville va bientôt déménager « temporairement ». Il s'agit du « Jardin des Bégards », célèbre enseigne du chef François Piscitello, situé sur le Boulevard de la Sauvenière.

La Régie foncière de la Ville de Liège va investir 600.000 euros pour la rénovation du bâtiment qui abrite le restaurant gastronomique. Pendant la durée des travaux, estimée à cinq mois, l'équipe de François Piscitello va déménager... à Embourg, faute d'alternatives proposées par le Collège communal. Comme un air de « déjà vu » qui ravive les inquiétudes.

Le groupe MR s'inquiète de ne jamais voir revenir « Le Jardin des Bégards » dans le centre-ville, à l'instar de « L'Héliport » qui s'était envolé pour finalement atterrir en dehors de la ville. Nous regrettons ainsi qu'aucune option sérieuse n'ait été proposée à ces établissements qui font la réputation gastronomique de la Cité Ardente.

Lorsque nous avons posé la question au Collège communal de savoir s'ils avaient eu des garanties de la part du chef Piscitello, ceux-ci nous ont répondu très - trop - vaguement. En clair, il n'existe **aucune garantie concernant le retour de ce restaurant étoilé** dans le centre-ville une fois les travaux terminés.

Liège se retrouverait alors sans restaurant étoilé sur son territoire, une situation anormale pour une ville de cette ampleur. Ces enseignes participent au rayonnement et à la réputation de la Cité Ardente. Il faut donc les traiter... aux petits oignons !



## 6. VALORISATION DU PATRIMOINE LIÉGEOIS

### 6.1. LE PATRIMOINE MILITAIRE DE LA CITADELLE

La Citadelle doit faire l'objet de négociations avec les différents acteurs afin de pouvoir mettre en avant ce patrimoine :

- Rénovation du bunker.
- Mise en place d'un parcours de la mémoire.
- Valorisation et rénovation des murailles endommagées.
- ...

Aujourd'hui, les jeunes et moins jeunes qui se baladent dans le parc de la Citadelle oublient ou méconnaissent l'histoire de cette infrastructure militaire, de la forteresse qui a donné son nom au parc actuel.

#### **Le puits de Païenporte :**

Ce puits, élément majeur du patrimoine militaire, a été creusé au 14ème siècle et servait, à l'origine, à l'extraction du charbon. Au 17ème siècle, le puits rejoint le périmètre de la Citadelle et est utilisé d'alimentation d'eau. Profond d'une centaine de mètres, il est recouvert au 18ème siècle d'une voûte pour résister au bombardement.

Il sera, en 1835, agrandi pour atteindre 128 m. Lors de visites guidées, le puits était montré au public, un accord avec le CHR permettait d'obtenir la clé pour y accéder.

Aujourd'hui, il suffit de remplacer la lumière pour que ce site soit à nouveau exposé aux visiteurs, mais l'inertie de la Ville en matière de valorisation du patrimoine fait que ces vestiges historiques sont interdits au public.

Pour information, le puits de Païenporte communique avec l'arène de Richonfontaine, qui se déverse en Hors-Château. Cette arène alimente aujourd'hui encore la fontaine Saint-Jean-Baptiste en Hors-Château.

### 6.2. MISE EN PLACE D'UN CIRCUIT TOURISTIQUE « PATRIMOINE MODERNE OU GRANDE RÉNOVATION ».

Ce circuit permettrait la mise en valeur d'ouvrages modernes au travers d'une visite guidée en train touristique :

- Médiacité
- Gare Calatrava
- Tour des Finances et accès à la plateforme supérieure de la tour
- Théâtre de Liège

- Opéra Royal
- Îlot Saint-Michel
- Galerie Saint-Lambert
- CIAC
- ...

### 6.3. LE CIRCUIT DES COLLÉGIALES :

Liège est la seconde Ville après Cologne possédant autant de Collégiales. Il faut bien avouer qu'à ce jour, les églises à caractère patrimonial sont ignorées de nos instances politiques. Quelle ville possédant une cathédrale ne la met pas en valeur dans sa promotion touristique ? Aucune ! Liège est l'exception, il suffit de consulter le site web pour s'en convaincre. Dans l'état actuel des choses, il reste beaucoup de chemin à parcourir pour que la Ville puisse se réjouir d'avoir un outil touristique performant. Les autorités communales doivent nécessairement miser sur la promotion d'un tel projet, car c'est l'élément clé de sa viabilité.

**Ce circuit a d'ailleurs été annoncé à maintes reprises, mais il n'est toujours pas d'actualité ! Pourtant, il s'agit d'un projet important pour le patrimoine liégeois.** Certes, une plaquette de présentation existe, mais d'un niveau pratique, le circuit n'est pas opérationnel.

A quand la mise en œuvre concrète du circuit ? Nous attendons:

- Des panneaux explicatifs dans l'ensemble des églises concernées.
- Une signalétique en centre-ville permettant aux visiteurs de passer facilement d'un site à l'autre.

Pour rappel, un des sites majeur du patrimoine est Sainte-Croix. Son état ne cesse de se dégrader depuis 1977 ! Effet d'annonce après effet d'annonce, le dernier en date étant en septembre 2015, l'Echevin du Tourisme annonçait son intention de restaurer l'édifice pour un montant de 15 à 20 millions d'euros. Alors je le demande clairement, nous voulons que les promesses se concrétisent!

### 6.4. LA VALORISATION DU BÂTI DANS UN ESPACE DÉFINI :

La rue Hors-Château est en pleine mutation positive, tandis que Feronstrée prend la pente descendante.

On constate de nombreuses cellules vides (plus de 60) et celles qui restent sont des enseignes « populaires » ou des commerces qui donnent un aspect négatif du « cœur historique » de Liège.

Le Collège doit donner une impulsion à ce quartier en prenant des mesures fortes, notamment, en matière de rénovation de façades, d'installation des enseignes commerciales, d'éclairage et de mobilier.

La ville de Tournai, par exemple, a participé à un projet européen sur la revitalisation intégrée du cœur de ville, le résultat est plus que positif : l'embellissement des perspectives urbaines, la reconquête des immeubles et étages d'immeubles dégradés ou vacants ainsi que la mise en lumière du quartier par des opérations de partenariat public-privé. Cette charte s'est appliquée dans le périmètre de revitalisation du cœur de la ville de Tournai.

D'autre part, dans notre ville, il existe encore de remarquables devantures commerciales en bois qui ont échappé à la destruction, à la modernisation. Elles doivent être répertoriées et faire l'objet d'une valorisation, d'une promotion via un support disponible à l'Office du Tourisme.

Enfin, rien de plus agréable que de parcourir une ville fleurie, bon nombre d'habitants jouent le jeu du fleurissement de façade dans des tas de villes européennes. Des incitants pourraient être apportés afin que, dans un quartier, une initiative soit lancée.

#### 6.5. MISE EN PLACE D'UNE PLATEFORME DE VOLONTARIAT CULTUREL :

La chapelle de l'ancien hôpital de Bavière, la Collégiale Saint-Martin,... nombre d'édifices liégeois sont aujourd'hui fermés aux visiteurs faute d'accès.

L'idée serait de pouvoir recruter une série de bénévoles amoureux du patrimoine liégeois pour « ouvrir » ces lieux au public.

#### 6.6. CANDIDATURE DE LA BATTE COMME CHEF-D'ŒUVRE DU PATRIMOINE ORAL ET IMMATERIEL DE LA FWB

Le 29 avril 2013, la candidature de la Batte, auprès du Ministre de la Culture de la Fédération Wallonie-Bruxelles, était proposée, par mes soins, comme chef-d'œuvre du patrimoine oral et immatériel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Cette idée s'inscrivait dans le souci d'apporter un soutien de principe à La Batte à l'heure où l'évocation du tracé du Tram inquiétait les commerçants ambulants et les Liégeois. Si la réponse du Collège communal fut positive à cette réflexion, il convenait de proposer aux autorités de la Ville un dossier complet pour parachever l'initiative lancée.

En date de ce 28 septembre 2015, un dossier, élaboré par Monsieur Léonard Monami – Président du Conseil d'Administration de la FeNaCa (Fédération Nationale du Commerce Ambulant) et moi-même, a été déposé afin que le Bourgmestre et le Collège puisse entreprendre la démarche ad hoc.

Le dossier communiqué au Collège est joint, en annexe, pour une parfaite information.

#### 6.7. LE FOLKLORE

La Ville de Liège est un vivier folklorique mais, malheureusement, non assez mis en valeur.

Preuve en est lorsqu'on consulte le portail de Wallonia.be Tourisme ([www.tourismewallonie.be](http://www.tourismewallonie.be)) ; la page de présentation de Liège est succincte où on se borne à écrire ce qui suit :

« Oufiti ! », il se passe toujours quelque chose dans la Cité ardente...  
Liège se regarde, s'écoute, se respire, se goûte .  
Liège se vit... jusqu'au bout de la nuit.

Liège, appelée aussi la "Cité ardente" est la première ville touristique de Wallonie. Traversée du Sud au Nord par la Meuse et entourée de collines boisées, elle offre aux visiteurs un paysage particulier.

Liège est profondément attachée à son passé, son folklore et sa gastronomie! Ne quittez pas la ville sans avoir goûté au 'boulets liégeois' ou 'sauce lapin', aux 'gaufres de Liège', sa 'salade liégeoise' ou encore ses délicieux lacquemants...

Un folklore très présent entretenu par une population chaleureuse et accueillante, des quartiers animés et un grand nombre de restaurants achève d'en faire une étape incontournable de toute visite en Belgique, cela sans compter une vie culturelle et artistique intense et un patrimoine architectural considérable. »

Pas la moindre précision directe quant à des événements ponctuels (15 août,...) s'y déroulant contrairement aux autres villes wallonnes !

Or, il est une chose que recherche le touriste c'est de pouvoir s'imprégner d'une ambiance locale.

La page du site Internet de Liège « Liège, terre de folklore » est plus une page de vocabulaire du wallon liégeois qu'une nomenclature exhaustive de ce qui existe à Liège !

Il conviendrait de recenser, par quartiers voire, parfois, par rues (exemple : histoire des potales en Outremeuse), les traditions y prenant source afin d'en faire un répertoire qui se retrouverait sur les supports consultables de la Ville de Liège.

Un folklore se vit ; il conviendrait, également, de pouvoir avoir des personnes « ressource » répertoriées pouvant maintenir la tradition concernée ; les associations ont, souvent, maintenant, des membres vieillissants dont la relève est, parfois, difficile à trouver.

Enfin, la rédaction d'une Charte pourrait être envisagée pour consacrer les différents droits et obligations afférents aux différentes déclinaisons du folklore liégeois.

## 7. TOURISME ET SÉCURITÉ

Il serait adéquat, Liège accueillant pas mal de touristes, de pouvoir éditer **un guide – comme cela se fait, d’ailleurs, à Paris – sur la sécurité** à savoir :

- des conseils prodigués et les comportements adéquats à adopter en rue, avec le véhicule, dans les lieux publics (selon la spécificité des quartiers : Carré, La Batte - les vols à la tire,....) ;
- les démarches à entreprendre en cas d’agression ou de vol ;
- les adresses et numéros de contact utiles : les commissariats, l’Hôtel de Ville, les consulats, l’Office du Tourisme,....

Est joint – à titre exemplatif – le guide existant à Paris sur la question.

## 8. CONCLUSION

En conclusion, comme nous le redoutions, la Ville de Liège a des carences au niveau touristique. La mise en place et l'amélioration de services pourrait rétablir la situation et permettre à la Ville d'accueillir un maximum de touristes, désireux de découvrir le patrimoine que Liège a à offrir.

Pour terminer, voici une liste non-exhaustive de nos propositions pour répondre aux problèmes liés au tourisme à Liège.

### 1. Tour d'horizon des mesures touristiques

- **Améliorer l'accueil touristique grâce, notamment, à :**
  - La diversification des langues des visites quotidiennes de la Ville
  - La possibilité de louer des vélos à l'Office du Tourisme.
  - La mise en place de : tables d'orientation sur les hauteurs de Liège, d'audioguides, de cyclo-pousse,...
- **Créer des projets permanents :**
  - Liège Ville Lumière : Un spectacle permanent de mai à octobre, soit 6 mois de découvertes touristiques, un projet qui traverserait la Meuse pour faire découvrir de nombreux monuments liégeois,...
  - Un jardin d'art contemporain ou d'œuvres végétales.
- **Développer l'e-tourisme :** les autorités communales doivent compiler, rassembler, structurer les données qu'elles ont en leur possession et les rendre accessibles pour créer un environnement « digital friendly ».

### 2. Tourisme d'affaires

- Un véritable **schéma de développement du tourisme d'affaires**
- **Une marque liégeoise forte, une identité**
- **Liège Congrès** doit revivre et devenir l'organe relais du tourisme d'affaires à Liège.

### 3. Mobilité et tourisme

- La Ville s'investisse davantage dans la politique touristique fluviale en soutenant les démarches de la Province mais aussi des privés qui souhaitent développer des projets sur la Meuse

#### 4. Secteur HoReCa

- **Hôtels liégeois :**
  - Créer un véritable plan de développement touristique pour que les touristes passent une ou plusieurs nuitées à Liège.
  - Diversifier l'offre (chambres d'hôtes, camping,...)
- **Restaurants liégeois :**
  - Le Collège doit obtenir des garanties quant au retour du restaurant étoilé à Liège.

#### 5. Valorisation du patrimoine liégeois

- Mettre en avant le **patrimoine militaire de la Citadelle**.
- Mise en place **d'un circuit touristique « patrimoine moderne ou grande rénovation »**.
- **Promotion touristique du circuit des Collégiales**.
- Mise en place d'une **plateforme de volontariat culturel**.
- Candidature de la Batte comme **chef-d'œuvre du patrimoine oral et immatériel de la FWB**.

#### 6. Sécurité et tourisme

- Editer **un guide** sur la sécurité

## 9. ANNEXE 1 : DOSSIER SUR LE CLASSEMENT DE LA BATTE



## 10.ANNEXE 2 : GUIDE PARIS EN TOUTE SÉCURITÉ