

Enthousiasme, volonté et ambition :

**LES LIEGEOISES ET LES LIEGEOIS AU CŒUR DU
DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE ET COMMERCIAL
DE NOTRE VILLE**

Conférence de presse
mercredi 15 février 2012

**Section du Mouvement Réformateur de
Liège-Ville**

LES 12 TRAVAUX

1. Conforter Liège dans son rôle de métropole urbaine wallonne et européenne
2. Dessiner, décider et mettre en œuvre un véritable plan stratégique de développement économique
3. Accélérer la reconversion industrielle, innover et inscrire Liège dans le mouvement 2.0
4. Accompagner efficacement les porteurs de projets dans la concrétisation de leur entreprise
5. Garantir les fondamentaux : la sécurité, la mobilité et la propreté
6. Mettre en place une fiscalité qui incite plutôt que décourage
7. Soutenir les infrastructures de logistique, encourager les filières à haute valeur ajoutée et les métiers de demain
8. Mener une politique de bureau volontariste et faciliter la vie aux professions libérales
9. Donner envie de venir à Liège. Créer une marque « Liège » forte :
Liège, the place to do business et Liège, the place to do shopping
10. Garantir l'accessibilité et la promotion des commerces, au centre comme dans les quartiers
11. Construire avec les commerçants une dynamique d'animation forte et rythmée
12. Permettre aux artisans de vivre de leur passion sur notre territoire

Table des matières

LES 12 TRAVAUX	2
Table des matières.....	3
1 Introduction.....	5
1.a. Où en est la ville de Liège ?.....	5
1.b. Quelques constats interpellants.....	6
1.c. Une Ville qui ose regarder et s’inspirer des réussites.....	7
2 Mobiliser les citoyens autour d’un projet.....	9
2.a. Un vrai projet de ville.....	9
2.b. Construire une stratégie pour demain... et après-demain	10
2.c. Des outils de développement simples et efficaces.....	11
3 Accélérer la reconversion industrielle, innover et inscrire Liège dans le 2.0	12
3.a. Contrer la désindustrialisation, accompagner la reconversion	12
3.b. Liège 2.0.....	13
4 Garantir les fondamentaux : Sécurité, Mobilité, Propreté	14
4.a. La sécurité, partout, à toute heure, pour chacun.....	14
4.b. La mobilité : pas de slogans, des solutions concrètes	15
4.c. Une ville propre, simplement	15
5 Une fiscalité qui incite plutôt que décourage.....	16
6 Les axes d’un développement économique fort	18
6.a. Soutenir les infrastructures de transport et de logistique	18
6.b. Soutenir les filières d’excellence à haute valeur ajoutée et les métiers de demain	18
6.c. Mener une politique de bureau volontariste	19
6.d. Faciliter l’exercice des professions libérales.....	20
6.e. Développer le pôle agroalimentaire de Droixhe – Jupille	20
6.f. Liège : « The place to do business ».....	21
6.g. Exploiter les potentiels touristiques et culturels de Liège.....	22
6.h. Soutenir les initiatives liées à l’économie sociale.....	22

7	Les axes d'un développement commercial ambitieux	23
7.a.	Assurer un développement équilibré du commerce sur le territoire de la Ville	23
7.b.	Diminuer les inconvénients des travaux publics	23
7.c.	Soutenir les initiatives proposées et renforcer le dialogue permanent avec les acteurs du commerce	24
7.d.	Construire une dynamique d'animation forte et rythmée	24
7.e.	Créer une marque "Liège" forte. Innover dans la communication	25
7.f.	Permettre aux artisans de vivre de leur passion sur notre territoire	25
7.g.	A chaque quartier son marché !	26

1| Introduction

L'enjeu des 6 prochaines années pour Liège sera d'inscrire notre ville parmi les villes qui comptent sur la carte européenne. Pour réussir cet ambitieux pari, il nous faut **conforter Liège dans son rôle de métropole urbaine**, où la ville sera pilote et partenaire des villes et communes périphériques.

Nos atouts sont nombreux à commencer par notre localisation géographique et le centre de communication multimodal qui a été développé ces dernières années. Nous pouvons également compter sur un pôle d'art et de culture riche ainsi qu'un pôle de savoir et de connaissance performant.

Cette position favorable doit être relevée par la mise en place d'un **contexte institutionnel** plus simple, plus lisible, plus fort, apte à créer le changement.

Elle doit être soutenue par un **projet ambitieux**, étayé par des objectifs clairs et mesurables. Nous voulons que ce projet, ce soit aussi celui esquissé, voulu et porté par tous les Liégeois.

1.a.| Où en est la ville de Liège ?

Une vision crédible du développement économique pour Liège doit nécessairement s'appuyer sur une **analyse sans concession de son profil socio-économique**.

Quels sont les atouts qu'il faut mettre en avant ? Quels sont les handicaps qu'il faut s'atteler à résoudre pour améliorer sa situation ?

Il est impératif de pouvoir utiliser des statistiques simples et fiables dans les domaines suivants : l'emploi, la sociologie urbaine, l'économie, les investissements. Aujourd'hui, les **données disponibles ne sont pas recoupées et leur éparpillement ne facilite pas leur lecture**.

Le tableau de bord très succinct établi et publié par la Ville de Liège dans le cadre du projet de Ville est très révélateur de ce cloisonnement inefficace de l'information !

Le MR prône la culture de l'évaluation objective. Celle-ci passe par des tableaux de bord, indicateurs et statistiques neutres et consolidés. La prochaine législature communale doit marquer la fin des « catalogues la Redoute » ne contenant que des bonnes intentions. Il faut construire un **véritable plan stratégique, budgété et évaluable dans le temps**.

1.b.| Quelques constats interpellants

Malgré des statistiques officielles peu nombreuses, et qui touchent plutôt la province et l'arrondissement de Liège, plusieurs observations doivent être faites.

Premier constat : sur l'ensemble de la Province, la création de richesse par habitant a fortement régressé entre 2000 et aujourd'hui. En 2000, le **PIB/Habitant** de la province de Liège représentait environ 95% du PIB/Habitant de l'Europe des 27. Aujourd'hui, il est de 85% !

La part du PIB de l'arrondissement liégeois dans le total du PIB wallon est importante (environ 20%) mais stagne depuis 10 ans.

Deuxième constat plus inquiétant encore : la part des **investissements** de l'arrondissement de Liège dans le total enregistré sur le territoire wallon diminue. Elle passe de 19,8% en 2000 à 16,3% en 2008.

Troisième constat : la part de l'**emploi salarié** de l'arrondissement liégeois diminue dans le total wallon depuis 2000. Cette dégradation se traduit dans les chiffres, c'est ainsi qu'en 2000, les 181.000 emplois disponibles représentaient 20,6% du total des salariés wallons. En 2009, le pourcentage ne s'élevait plus qu'à 19,9%.

Quatrième constat : le nombre d'**indépendants actifs** dans l'arrondissement liégeois chute entre 2000 et 2009 ! Il serait d'ailleurs utile de connaître le taux de croissance du nombre d'entreprises à Liège.

Cinquième et dernier constat, portant sur la Ville uniquement cette fois : Le chiffre du **chômage** pour la Ville de Liège est particulièrement alarmant : en effet, selon les chiffres du FOREM, disponibles pour décembre 2011, la proportion de demandeurs d'emploi parmi la population active est de **25,94%** ! Le taux de chômage des jeunes, du reste, est très élevé (27,3% sur l'ensemble de la Province) en regard à la moyenne européenne des 27 (20,9%) et à la Flandre (15,6%).

Liège, l'une des principales composantes de l'économie wallonne progresse donc moins vite dans le paysage wallon et européen. Elle se laisse distancer par le peloton de tête en Europe !

Il apparaît au final que tous les plans wallons successifs (le Contrat d'avenir, les plans stratégiques transversaux, le plan Marshall 1.0, le plan Marshall 2.vert, Creative Wallonia) n'ont pas été suffisamment exploités par les autorités liégeoises.

Le redéploiement économique de l'entité passe par plus de création de richesse et partant, d'emplois. Ceci n'est possible qu'en s'inscrivant et en créant une dynamique globale, en portant une stratégie visant un but clair : multiplier le nombre et la taille des entreprises et des commerces sur le territoire Liégeois.

1.c.| Une Ville qui ose regarder et s'inspirer des réussites

Observer ce qui fait le succès de villes et de métropoles proches, parfois voisines, permettrait un temps de respiration utile pour réfléchir à notre propre avenir, et programmer notre propre succès.

Liège doit par exemple donner une nouvelle impulsion aux relations qu'elle entretient avec ses villes sœurs. Ainsi, Liège est la 1^{ère} Ville à laquelle Lille s'est jumelée dès 1958.

Lille justement : 226.000 habitants, une agglomération de 1,1 million d'habitants : sa réussite, depuis maintenant plus de 10 ans, est éclatante :

- En 2008, Lille est à l'origine du premier **regroupement européen de coopération territoriale**. *Lille Kortrijk Tournai* forme un espace économique actif de près de 2 millions d'habitants.
- Elle est une **vraie métropole**, structurée avec ses proches voisines (Tourcoing, Roubaix, Villeneuve d'Ascq).
- Relevons trois grands projets qui lui ont permis de se réinscrire dans une perspective de réussite :
 - o Sa candidature acceptée comme **Ville européenne de la Culture** en 2004 lui a donné une image et une visibilité. Lille a accueilli près de 750.000 personnes pour l'occasion ! Une dynamique qui n'a jamais cessé depuis (avec l'organisation de biennales) ; une ville qui héberge désormais des séjours touristiques, ce qui était impensable il y a 10 ans.
 - o Pour lutter contre la désindustrialisation : la création d'**Euralille**, parc d'affaires et de commerce ambitieux, à la sortie de la Gare TGV ; aujourd'hui, Euralille 2, qui offre aussi 800 logements, est sur les rails !
 - o **Euratechnologies** lui a permis de lutter contre la désinustrialisation notamment au travers le réaménagement d'un grand site désaffecté. Mais elle a également su mettre en place **Eurasanté** (le pôle santé) ainsi que le CHU (12 hôpitaux, 12.500 employés).

Lille a récupéré depuis 1982, près de 40.000 habitants et, si le chômage est loin d'être absent (15%), l'emploi s'est maintenu depuis 40 ans !

La mixité sociale n'est plus un slogan politique mais se traduit, bien que portée par la gauche, par des projets ambitieux et financés dans de grands partenariats incluant également le privé. Aujourd'hui, le « **Grand Projet Urbain** » est financé à hauteur de 483 millions €, et vise la création de 3400 nouveaux logements, mais aussi le réaménagement complet de certains quartiers dans une perspective qualitative !

Autre exemple : **Metz**.

Metz est une ville de 121.000 habitants ; au **croisement des axes** routiers Luxembourg-Lyon et Paris-Strasbourg, nœud ferroviaire vers Lyon, Bâle et Bruxelles.

Metz peut se targuer de trois grandes réussites qui nous semblent autant de sources d'inspiration pour Liège :

- Metz a lutté pour le TGV... et l'implantation, en décentralisation depuis Paris, décidée en 2003 et inaugurée en 2010 d'une grande institution culturelle : le **centre Pompidou**. Aujourd'hui, Metz est sur la carte des destinations touristiques !
- Metz la **ville jardin**. Précurseur en matière d'écologie urbaine, Metz compte un **piétonnier** de 5,6km, un centre inaccessible aux voitures... mais extrêmement bien desservi par des grands boulevards et des axes d'entrée importants. Metz ose aussi la construction d'un **éco-quartier** sur des coteaux abandonnés.
- Metz et le **Technopôle** : 230 entreprises... 4000 salariés. Trois axes de développement : les entreprises de pointe dans le secteur choisi (ici, les TIC) ; les écoles actives dans ces questions ; un centre d'affaires et de congrès.

2| Mobiliser les citoyens autour d'un projet

2.a.| Un vrai projet de ville

Le **projet de Ville** (2003, 2005) et surtout sa réactualisation en 2007 constituait une initiative louable, même s'il ne s'agissait pour la majorité en place, que de légitimer son propre travail.

Toutefois, c'est une évidence : l'intérêt des Liégeois pour leur ville, le sentiment d'appartenance, passe forcément par des projets mobilisateurs : **Liège 2017** en est un, mais il ne doit pas masquer le fait qu'à ce jour, il n'existe pas de vision partagée, ni même de débat, sur ce que doit être notre Ville dans un avenir proche ou même un peu plus lointain.

Nous proposons donc que Liège **organise ses propres « états généraux » au travers d'un calendrier d'événements (réflexion, forums, fêtes) pour aboutir à une vision qui soit celle de tous les Liégeois** : pour Liège 2030. Cette réflexion doit bien évidemment associer les communes faisant partie de l'agglomération urbaine de Liège, de la « métropole ». Dans ce cadre nous pourrions nous inspirer notamment de la démarche initiée par la Communauté urbaine de Bordeaux : "La Fabrique métropolitaine" lancée en 2010, cette large réflexion collective sur l'avenir du territoire métropolitain bordelais associant l'ensemble des forces vives pour donner naissance au projet métropolitain de l'agglomération bordelaise à l'horizon 2030.

2.b.) Construire une stratégie pour demain... et après-demain

A la demande des décideurs actuels, de **nombreuses études** ont été publiées ces dernières années, faisant flèche de tout bois.

Malheureusement celles-ci souffrent collectivement d'une série de handicaps : leurs objectifs sont trop variés et redondants, elles sont dispersées à travers les méandres des donneurs d'ordre et surtout non consolidées... et non mises en œuvre !

Or, une vraie stratégie de ville doit être :

- Concertée et approuvée par les autorités ;
- Dotée d'objectifs clairs et de moyens de mesure ;
- Opérationnelle : balisée en projets concrets, sur un calendrier raisonnable ;
- Mise en œuvre par des responsables de projet dûment mandatés ;
- Communiquée, évaluée et suivie à intervalles réguliers ;
- Accompagnée professionnellement par une gouvernance adaptée et présente au jour le jour sur le terrain.

Pour les Réformateurs Liégeois, la réalisation de cette stratégie constitue la 1^{ère} priorité. Elle permettrait de s'inscrire dans une nouvelle **logique de projet** globale et mobilisatrice car partagée par l'ensemble des forces vives de notre Ville.

La Ville de Liège doit déployer toute son envergure pour insuffler sa vision et son projet de demain. Il est temps de définir un véritable **plan stratégique de développement économique** ambitieux et partagé par les décideurs, les concitoyens.

« Il n'y a pas de vent favorable à celui qui n'a pas de port de destination »

Sénèque

2.c.| Des outils de développement simples et efficaces

L'efficacité du développement économique de notre Ville et du bassin liégeois passe par la mobilisation de toutes les forces politiques, économiques et administratives de notre région autour d'outils simples et fonctionnels.

Les enjeux de la supracommunalité et de sa concrétisation institutionnelle sont essentiels si nous voulons rendre Liège plus compétitive et plus attractive économiquement. En effet, l'émergence chaotique des méga centres commerciaux de la périphérie, qui se dressent comme autant de nouveaux forts aux abords de la ville, n'a fait que trop de dégâts pour qu'on se permette de reproduire les mêmes erreurs dans les prochaines années.

Il est urgent de simplifier, de **faciliter l'articulation entre les différents outils** au service du développement économique : GRE ; SPI ; MEUSINVEST ; ECETIA ; AWEX (WBI), Cellule Accueil Investisseurs Liège (CAI) ; ULG ; FOREM.

Ces différents leviers doivent travailler ensemble dans une logique de partenariat, de coopération, de cluster et non plus dans un rapport d'opposition, de concurrence et de cloisonnement.

On a tous à y gagner !

Nous proposons :

- **De faire converger toutes les énergies à la réussite de notre plan de développement stratégique économique**, en simplifiant et en coordonnant les outils de développement économique sur le territoire ;
- **De joindre la réflexion sur l'investissement (financement, accueil, promotion), la formation et l'infrastructure (implantation, transformation, équipement)**, sous peine de continuer à voir les efforts des uns et des autres dispersés, gaspillés ;
- **De rendre accessibles aux PME** ces outils de développement économique, ce qui est urgent ;
- Un département des affaires économiques renforcé au travers d'**un bureau du commerce**, interface unique qui permette aussi le rapprochement de la cellule d'accueil des investisseurs étrangers, de l'AWEX et de la SPI.

3| Accélérer la reconversion industrielle, innover et inscrire Liège dans le 2.0

3.a.| Contrer la désindustrialisation, accompagner la reconversion

Pour comprendre les enjeux actuels, il n'est pas inutile de revenir sur le processus de désindustrialisation qui a affecté le bassin liégeois depuis un demi-siècle et dont les conséquences ne sont pas encore digérées. Depuis 1960, trois périodes se sont succédées : la création de Sidmar au détriment du bassin liégeois et la fermeture progressive des charbonnages ; la crise et la réorganisation majeure (avec un actionnariat public) du début des années 1980 avec le plan Gandoi ; depuis 2003, la réorganisation industrielle de Cockerill vers Arcelor puis Arcelor-Mittal, faisant des sites liégeois des « roues de secours » dans un grand meccano mondial.

Dans ce contexte, **la Ville doit s'impliquer bien davantage dans la reconversion :**

- dans la coordination du soutien aux 600 à 1000 personnes qui, en ce moment-même, perdent leur emploi ;
- dans la reconversion du bassin, qui ne concerne évidemment pas uniquement Seraing mais bien l'ensemble Seraing-Liège-Herstal ;
- en s'inspirant des régions qui ont connu le déclin de l'industrie lourde (notamment sidérurgique), et l'ont surmonté : par exemple la Bavière, la Westphalie-Rhénanie, ou plus récemment la région de Manchester.

En effet, si nous ne sommes pas armés contre la désinstrualisation, nous pouvons en tout cas diminuer son impact et la contrer par la relance, en 1^{er} lieu par une aide claire et forte aux filières d'excellence.

Enfin, dans ce cadre, une des premières étapes de la reconversion est **la réappropriation des terrains industriels**, nous pensons donc que **la création d'un tissu d'entreprises liées à la dépollution des sols** constitue l'une des filières d'emploi pertinente pour Liège et s'inscrivant dans le développement durable.

Liège doit s'adapter et embrayer sur les **enjeux de la modernité et du numérique de demain !** Nous ne pouvons rester passifs face aux changements qui bouleversent les comportements. Liège doit être numérique et intelligente ou ne sera pas...

L'accès aux équipements publics, musées, infrastructures sportives passera aussi par les technologies. Les cartes touristiques quittent le support papier pour le support numérique. La gestion de l'information devra s'adapter au rythme des usagers et devra tendre vers l'information en temps réel... L'infrastructure publique et les acteurs du monde économique doivent s'adapter aux comportements et devancer les attentes.

Nous proposons :

- La création d'un **véritable portail web** pour la ville : attractif, intuitif, collaboratif, personnalisable ;
- **Une stratégie de mise à disposition de services en ligne** (« de A à Z » : pas simplement des formulaires imprimables...) pour répondre aux demandes concrètes des citoyens, entreprises, associations, en assurant un suivi rapide et une traçabilité des demandes ;
- **La création d'espaces web collaboratifs** : sur une plateforme détenue et gérée par la ville, les entreprises et citoyens liégeois qui le souhaitent doivent pouvoir dialoguer, échanger et pourquoi pas, construire leur propre site ou blog ;
- Le **regroupement sur une seule plateforme, nouvelle, de toutes les initiatives** publiques de promotion touristique. Cette plateforme doit :
 - o Proposer aux visiteurs des suggestions, itinéraires, visites en fonction de leurs envies ;
 - o Permettre la réservation de séjours et d'hébergement en lien avec les partenaires et opérateurs privés ;
 - o S'ouvrir sur tous les commerces, institutions, musées liégeois ;
 - o Etre multi-support : elle doit pouvoir, notamment, **être conçue pour être consultée et interrogée depuis les smartphones**, et donc **servir de guide commercial et touristique interactif** à chacun qui visite notre Ville.

4| Garantir les fondamentaux : Sécurité, Mobilité, Propreté

Selon nous, trois fondamentaux, trois axes forts peuvent orienter le succès économique et commercial d'une Ville : la sécurité, la mobilité et la propreté. Ce sont des paramètres importants d'un « bien-être » en Ville : le bien-être des visiteurs, mais aussi celui des commerçants, désireux de se développer, de s'installer, ou simplement de rester en ville.

Nous renvoyons ici vers les chapitres dédiés du programme mais mettons en évidence certaines propositions spécifiques.

4.a.| La sécurité, partout, à toute heure, pour chacun

Nous souhaitons l'adoption de deux initiatives en faveur des commerçants :

- **L'instauration d'un système de SMS « sécurité aux commerçants »** (nombreux exemples français et un exemple à Mouscron). Ces sms, envoyés par la Police – cellule Prévention –, permettraient de communiquer, en temps réel, des informations concernant la délinquance dans les quartiers concernés (hold-up, fausses « monnaies », individus suspects, démarchages singuliers, modus operandi,...) ou les mesures de prévention à adopter.
- **La diffusion d'un « Guide de la Sécurité à l'usage des commerçants »**. Ce guide pourrait être créé en partenariat avec l'UCM et la Police. Avec celui-ci les commerçants pourraient être renseignés sur les différentes procédures, les différents moyens mis en place pour les aider. Il est indispensable d'aider les commerçants et indépendants à établir un diagnostic « sécurité » et déterminer les moyens nécessaires pour sécuriser les lieux. Le guide serait doublé d'un site Internet comprenant un espace réservé aux commerçants afin que, de manière anonyme, ils puissent échanger des suggestions d'améliorations en matière sécuritaire.

4.b.| La mobilité : pas de slogans, des solutions concrètes

La capacité d'une Ville de permettre accessibilité et stationnement faciles constitue un des facteurs qui déterminent son attractivité commerciale.

Le MR de Liège formule ici deux propositions spécifiques :

- **L'installation d'un système dynamique informant les usagers** sur l'évolution en temps réel des capacités de stationnement existantes dans les parkings.

À cet effet, à l'instar de Maastricht, des panneaux avec des messages clairs doivent être posés à toutes les entrées de la Ville.

- **La pose de panneaux pendant les travaux** aux abords des parkings et des rues commerçantes indiquant clairement que l'accès et le stationnement dans ces zones restent possibles.

4.c.| Une ville propre, simplement

Les dépôts clandestins, les déchets qui jonchent les trottoirs et parfois les chaussées, les déjections canines non ramassées sont autant de problèmes qui découragent les Liégeois et donnent à nos visiteurs une image négative de notre cité.

Nous suggérons ici la mise en place de deux mesures spécifiques :

- **La mise en place d'un réseau de cendriers publics** : elle a, comme les expériences menées dans les nombreuses villes, démontré qu'elle contribue à responsabiliser les fumeurs.

Elle constitue une avancée notable sur l'état des trottoirs tout en facilitant le travail du personnel communal. Dans la même idée, des cendriers jetables, distribués dans le cadre des grands événements liégeois en plein-air, seraient une bonne mesure de sensibilisation, et de propreté.

- **Des poubelles publiques intelligentes à tri sélectif.**

La poursuite par une démarche proactive de la réduction des déchets constitue une priorité pour Liège. Nous proposons d'équiper certaines zones publiques tests de poubelles sélectives.

En effet, on demande aux habitants de notre ville de procéder au tri sélectif...mais une fois sortis de leurs domiciles, pourquoi ne pas leur donner les moyens de continuer ce tri ?

Il faut remplacer progressivement, mais rapidement, les poubelles actuelles ; en fonction du coût, elles peuvent également être munies de compacteurs de déchets fonctionnant à l'énergie solaire, comme on en trouve dans certaines villes étrangères (Allemagne par exemple).

De la même manière, les poubelles doivent être équipées d'émetteurs et envoyer un sms lorsqu'elles sont remplies. Ce système permettrait d'éviter les débordements sur les trottoirs et de rendre les collectes plus efficaces.

5| Une fiscalité qui incite plutôt que décourage

La fiscalité communale doit être **utilisée avant tout comme un levier du développement économique**.

A Liège, sur les 7 dernières années, **la taxation commerciale et industrielle représente 55,06% de la fiscalité locale totale**. En moyenne donc, **un commerçant installé à Liège paie 8% de taxes en plus que son collègue installé dans le reste de la Wallonie**. En outre, ces taxes n'incluent pas les diverses redevances dont les commerçants doivent s'acquitter, notamment pour occuper le domaine public (terrasses, panneaux d'affichage publicitaire, droits d'étalage, etc.), lesquelles représentent, en 2012, un montant budgété quasi jamais atteint de 14,6 M €.

Cette « inflation » est-elle justifiée par une politique proactive ou des initiatives commerciales portées par les pouvoirs publics en association avec les commerçants ? Trop peu, sans aucun doute...

La « politique » de l'actuelle majorité en termes de fiscalité commerciale et industrielle manque singulièrement de vision. Elle se limite à :

- Contrecarrer par une nouvelle taxe la fin des compensations du Plan Marshall. La taxe sur les implantations commerciales est très exemplative à ce sujet ;
- Maintenir le rendement global en indexant systématiquement les montants aux taux maxima recommandés par la circulaire budgétaire ;
- Maintenir le rapport entre les taxes commerciales et industrielles et l'ensemble de la fiscalité locale aux environ des 55 % alors que la Wallonie, rappelons-le, se situe à 47%.

En matière commerciale et industrielle, comme pour l'ensemble de la fiscalité locale, **le MR souhaite une remise à plat complète** pour mener une véritable politique fiscale novatrice, incitatrice, en bref : **pas d'entrave à l'activité économique, au contraire !**

A cet effet, le MR souhaite :

- **Envisager des alternatives à la taxation** : les incitants positifs peuvent mieux soutenir une politique qu'une taxe pénalisante mal acceptée et source de recours juridiques ;
- **Privilégier, plutôt que les taxes, de vraies redevances** qui supposent un service de la ville (ex. : un trottoir impeccable permet l'installation d'une belle terrasse, etc.) ;
- **Consulter** les professionnels des divers secteurs pour certaines taxes spécifiques (cfr. taxe sur les implantations commerciales) ;
- **Exonérer les nouveaux commerces pendant une certaine période** (3 ans ?) ;
- **Prévoir des zones franches** : identifier les quartiers auxquels on veut donner un réel « boost » en termes de redéploiement urbanistique, et y suspendre provisoirement l'application des taxes visant le commerce et l'activité économique ;

- **Exonérer les commerces concernés par les chantiers de travaux publics** avoisinants, des taxes les grevant l'activité économique et industrielle, et ce, durant le temps effectif de privation de jouissance de la voie publique. Il faut aller au-delà du système d'indemnités actuel, trop faible.

Pour le MR, **il est temps de renouer avec l'esprit de la paix fiscale** : maintenir une politique fiscale équilibrée et harmonieuse, dans le souci de relancer la consommation et de maintenir la compétitivité en Wallonie, à Liège singulièrement.

Dans ce but, le MR veut **revenir progressivement dans la moyenne de la fiscalité commerciale et industrielle des communes wallonnes en réduisant certaines taxes** ou redevances qui :

- Ont une base identique pour constituer les droits : ainsi, les terrasses sont taxées deux fois : via la taxe sur les débits de boissons, et via la redevance sur l'occupation du domaine public par des terrasses. Or, les terrasses participent immanquablement à la convivialité liégeoise !

Le MR propose donc **d'exonérer la redevance sur l'occupation du domaine public du montant de la taxe sur les débits de boissons lorsque cette dernière inclut une terrasse** dans son calcul.

- Ont une influence bénéfique en termes de sécurité : la publicité fait partie de notre quotidien. Elle permet de financer diverses actions au niveau communal : sans elle, la concession du mobilier urbain serait moins intéressante pour la Ville... Par ailleurs, sans elle, le journal que nous achetons, le ticket de transport, etc... seraient plus chers.

La publicité représente donc un bénéfice économique et fait partie intégrante des stratégies de communication. Dans ce contexte, il est important, voir existentiel pour un magasin, d'afficher les marques de publicité, tant personnelles que celles des produits qu'il expose.

Or, le règlement de la taxe sur les enseignes est d'une précision diabolique qui laisse peu de liberté aux commerçants pour faire connaître leur produit. Par ailleurs, le MR estime que les enseignes lumineuses contribuent à une certaine sécurité dans notre Ville.

Le MR propose de **réduire le taux de cette taxe sur les enseignes lumineuses.**

6| Les axes d'un développement économique fort

6.a.| Soutenir les infrastructures de transport et de logistique

Liège bénéficie d'une situation géographique exceptionnelle au cœur de l'Euregio et d'infrastructures performantes – le 7^{ième} Aéroport de Fret en Europe et le 3^{ième} port fluvial d'Europe –. Les autorités doivent soutenir et conforter ces outils dans leur positionnement européen et mondial.

Le projet du Trilogiport et la reconversion de la plate-forme multimodale de Kinkempois-Renory sont des priorités rentrant directement dans la sphère de décision des autorités communales.

Le MR s'engage à défendre sans ambiguïté le développement du Trilogiport convaincu du potentiel qu'il représente en matière économique et du rôle en mesure de jouer pour créer de l'emploi. **Il n'est pas trop tard, mais il est grand temps !**

La plate-forme de Liège Airport est, quant à elle, une porte d'entrée stratégique de Liège qu'il ne faut pas sous-estimer. Par ailleurs, nous avons œuvré, sans relâche, dans le projet de TGV Fret avec notamment le dépôt d'une motion visant au soutien de Liège-Carex.

6.b.| Soutenir les filières d'excellence à haute valeur ajoutée et les métiers de demain

L'évidence s'est fait jour progressivement depuis 50 ans : le bassin liégeois n'est plus compétitif pour des activités à forte densité de main d'œuvre bon marché et peu qualifiée.

Malgré des signes de relance, bien présents, il faut **aujourd'hui plus que jamais plier les choses pour installer cette relance de manière plus forte et dans la durée.**

Liège a vu, ces 20 dernières années, se développer certaines activités réunies autour de quelques thématiques de pointe : le spatial et l'aéronautique, les biotechnologies. La logistique et le génie mécanique constituent également de véritables pôles de développement. On constate sur ces différents pôles que :

- Un lien fort existe entre l'industrie, et la R&D, présente soit via l'Université, soit via des spin-off, soit directement au sein des entreprises (soit les trois) ;
- La présence d'entreprises dans un certain secteur atteint, à un moment donné, une taille critique suffisant à inciter d'autres entreprises du secteur à s'implanter localement.

Cependant, aucune stratégie n'est développée par Liège pour soutenir ces pôles porteurs. Il est pourtant essentiel **que la Ville marque davantage son soutien, par exemple aux pôles retenus** par le Plan Marshal 2.Vert (Biowin, Skywin, Wagralim, Logistics in Wallonia, Mecatech et Greenwin).

C'est dans cette perspective que le MR liégeois souhaite :

- **Concierter structurellement les opportunités** de développement d'implantation avec les acteurs d'un secteur dès que celui-ci est identifié comme porteur ; ceci inclut aussi, naturellement, l'Université, qui doit jouer ici un rôle central ;
- **Soutenir la réalisation de scénarios de marché** pour évaluer le potentiel des filières qui souhaitent ou qu'il est possible se développer (par exemple l'agro-alimentaire) ;
- **Apporter un soutien plus spécifique à certains secteurs** déjà présents et qui s'avèrent porteurs :
 - o L'image (avec ses 25.000m² dédiés aux métiers audiovisuels, ses 20 entreprises sur place et près de 300 spécialistes, le « pôle image » de la Médiacité ne doit pas être rangé au ban des bonnes idées sans suite) ;
 - o La construction et la rénovation, pour répondre aux besoins locaux et aux nouveaux marchés.

6.c.| Mener une politique de bureau volontariste

Les futurs utilisateurs de bureaux font aujourd'hui leur choix en fonction d'une série de paramètres : accessibilité, image et confort des lieux, mais aussi et principalement en fonction de critères liés à l'environnement dans lequel ils vont travailler : commerce et horeca, infrastructures de loisirs et de sports, offre de services à la famille.

Ce sont ces exigences qu'il s'agit, en priorité, de rencontrer. **Il faut structurer une offre de qualité avec les professionnels du secteur et définir une véritable politique de communication et de promotion.**

L'esplanade de la Gare des Guillemins et le site du Val Benoit en voie de reconversion sont 2 projets mobilisateurs qui devraient être portés avec plus de force et de conviction. Les lenteurs dans le processus de décision et d'exécution découragent et détournent les candidats utilisateurs vers d'autres lieux. Que l'on pense au succès énorme rencontré par Euralille, situé juste à la sortie de la Gare TGV de Lille : ce pôle économique est devenu en à peine 20 ans le symbole du renouveau urbain. Désormais des Parisiens font la « navette » en TGV vers Lille !

La problématique que crée la construction de bureaux en périphérie doit être réglée dans le cadre de la supracommunalité et des enjeux relatifs à un aménagement du territoire durable et harmonieux.

La 6^{ième} Réforme de l'Etat, renforçant le pouvoir des entités fédérées, doit **consolider le rôle de capitale économique de Liège** et constituer une opportunité pour accueillir les nouveaux services publics liés.

Enfin, l'exode rural et l'étalement urbain ont conduit à la domination quasi-exclusive du mode automobile pour les déplacements quotidiens, qu'ils soient professionnels, de loisirs ou autres.

A Liège, il faut anticiper les difficultés de mobilité et l'augmentation des coûts de transport en développant des surfaces de co-working ou bureau partagé :

Le co-working, ce sont des espaces ouverts dans lesquels des entrepreneurs, des travailleurs indépendants, développeurs, consultants, journalistes, porteurs de projets, étudiants, etc. choisissent de travailler, chacun sur son propre projet.

6.d.| Faciliter l'exercice des professions libérales

Pour faciliter l'exercice des professions libérales à Liège, deux points nous semblent primordiaux : la disponibilité de bureaux (voir supra) et la possibilité de garer sa voiture à proximité de ceux-ci.

La disponibilité de parkings est primordiale pour les professions libérales et singulièrement pour celles d'entre-elles qui sont mal desservies par les transports en commun et ne disposent pas de parking privé. Pour ceux-ci, il convient de **veiller aux possibilités de stationnement en voirie pour les clients**.

Pour ce faire, il conviendrait d'homogénéiser, idéalement au niveau régional, les réglementations communales étant trop drastiques. Par ailleurs, Liège pourrait certainement **s'inspirer du système de chèques parkings** mis en place à Namur. Ce système, qui pourrait être favorisé et encouragé à Liège, permettrait d'offrir aux clients des professions libérales (notamment) des heures de stationnement auprès des parkings partenaires. Ces heures de stationnement pourraient être négociées à des prix intéressants avec déduction fiscale.

6.e.| Développer le pôle agroalimentaire de Droixhe – Jupille

Toutes les études démontrent que l'agro-alimentaire est une filière porteuse pour Liège et la métropole : nous assurons déjà pratiquement 50% de la production wallonne (frais et préparé), et nous disposons des atouts pour développer cette filière :

- La proximité des sites de production de matières alimentaires ;
- La main d'œuvre qui peut être formée ;
- Le pôle multimodal.

Aussi, la zone économique de Droixhe – Jupille, où se côtoient AB Inbev, le Marché de Liège, l'abattoir, l'ancienne usine Kraft, le Metro, s'impose comme un pôle agroalimentaire de grande qualité !

Il faut la conforter et la développer en y apportant tout le soutien politique qui s'impose dans les domaines suivants :

- Finaliser le plan stratégique du Marché de Liège et le mettre en œuvre ;
- Accompagner les porteurs de projet de l'ancien établissement Kraft ;
- Mieux mettre en évidence l'existence d'un tel pôle et le valoriser (en vue de 2017) : Métro, Marché de Liège,... on constate trop de parcellisation, on ne voit pas l'ensemble – ce à quoi une signalétique adaptée permettrait déjà de remédier ;
- Les projets de développement liés à Liège 2017 ainsi que l'implantation du nouveau complexe de Liège Expo (ancien Foire Internationale de Liège) devraient compléter le profil économique des lieux.

6.f. | Liège : « The place to do business »

La Ville de Liège a toutes les cartes en main pour développer le tourisme d'affaires. Liège peut même se targuer d'être **la seule ville wallonne de congrès** disposant déjà d'une véritable offre intégrée en la matière. Les nombreux atouts de Liège doivent être **consolidés afin d'amplifier et de clarifier son positionnement** dans ce secteur d'activité.

Les objectifs de notre politique de développement du tourisme d'affaires sont :

- D'amener les professionnels du secteur, les entreprises, les associations nationales et internationales à choisir **Liège comme destination attractive** ;
- De **profiter des grandes expositions** culturelles d'envergure, des grandes manifestations sportives, des festivals renommés pour attirer les visiteurs ;
- D'inciter les visiteurs d'affaires à **prolonger leur séjour**, à leur donner envie de revenir.

L'action de la Ville et des pouvoirs publics doit se porter, en priorité, sur les lieux d'accueil et les infrastructures de transport afin d'améliorer l'accessibilité des endroits où se déroulent des manifestations, et ce, au travers d'une identité liégeoise forte. La mise en réseaux des acteurs concernés doit également être portée par la Ville.

Nous proposons :

- D'établir un **schéma de développement du tourisme d'affaires** en y impliquant tous les acteurs concernés : les autorités publiques et les 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 ;
- De sauvegarder l'**affectation économique du Palais des Congrès. L'IGIL et la FIL doivent être réunies** au sein d'une même structure. La question de confier la gestion des infrastructures à des professionnels du secteur doit être également envisagée sous tous ses angles !;
- **De renforcer Liège Congrès** afin qu'il soit l'organe relai du tourisme d'affaires à Liège. Son financement devra être public-privé. Cette asbl pourrait devenir la plateforme « Liège, the place to do 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).

6.g.| Exploiter les potentiels touristiques et culturels de Liège

Nos priorités pour le développement touristique et culturel sont développées dans le chapitre dédié du programme.

Toutefois, nous faisons ici une proposition spécifique :

Liège doit développer un packaging promotionnel attractif et doit ainsi se vendre, dans des séjours courts (city-trips), par exemple thématiques (shopping, artisanat, galeries, patrimoine, Meuse), mais également dans le cadre de séjours un peu plus longs, où la ville peut être un atout pour les régions proches, et inversement : les Fagnes, l'Ourthe, etc.

6.h.| Soutenir les initiatives liées à l'économie sociale

L'économie sociale se caractérise par le respect des principes suivants, au sein des sociétés qui s'en revendiquent : Finalité de service aux membres et à la collectivité ; Autonomie de gestion ; Processus de décision démocratique ; Primauté de la personne et du travail sur le capital.

Selon une étude de l'Université de Liège, elle représente, en Wallonie, environ : 80 000 emplois ; 8% de l'emploi total ; 9 milliards € de chiffre d'affaire.

Le principal secteur d'activité reste le nettoyage (via les titres-services), mais d'autres activités sont concernées : recyclage et traitement des déchets, services aux personnes ou aux entreprises, Agro-alimentaire, production d'énergie, secteur industriel et artisanal, bio-construction et entretien d'espaces verts, etc.

Ces entreprises font partie du quotidien de la plupart d'entre nous. De nombreux acteurs s'orientent vers l'insertion professionnelle de personnes précarisées sur le marché de l'emploi. Certains procurent à des jeunes ou à des chômeurs de longue durée une expérience de travail limitée dans le temps, de manière à favoriser leur passage vers le marché de l'emploi classique.

Dans une ville qui compte un taux de chômage de 26 % et dont 3,89 % de la population est bénéficiaire du revenu d'intégration sociale ou équivalent, **l'insertion professionnelle est un enjeu prioritaire.**

Le MR souhaite donc :

- **Attirer des entreprises actives dans le secteur de l'économie sociale sur son territoire.** Une fiscalité modérée, voire incitative, pourrait aider ces entreprises à s'installer à Liège, mais c'est surtout par la mise à disposition d'infrastructures et de locaux pouvant accueillir ces structures que Liège doit se distinguer des communes alentours. Ces locaux devraient s'intégrer au cœur même de la Ville, dans les projets de rénovation.

7| Les axes d'un développement commercial ambitieux

7.a.| Assurer un développement équilibré du commerce sur le territoire de la Ville

Il est impératif de **réimplanter un commerce de standing au Centre Ville** et de **revaloriser un commerce de proximité dans les quartiers**.

La mise en œuvre du schéma de développement commercial constitue une opportunité unique afin d'harmoniser le maillage entre grande distribution et commerces de proximité.

Nous devons démontrer que l'offre liégeoise procure bien des avantages par rapport à ce qui est proposé aux « forts commerciaux » aux alentours de Liège. L'ambiance urbaine et patrimoniale doit être mieux exploitée et mise en évidence.

7.b.| Diminuer les inconvénients des travaux publics

La commune, gestionnaire de sa voirie, a un rôle central à jouer dans l'organisation des chantiers afin de minimiser au maximum ce type de nuisances et ce, en synchronisant ces chantiers.

Aussi, nous proposons :

- **L'obligation de la concertation préalable** des différents opérateurs afin de rationaliser les ouvertures de voiries et de trottoirs, en mettant en place notamment un cadastre des chantiers. La ville doit **pénaliser et sanctionner les retards et les problèmes de coordination** ;
- Il faut aussi **renforcer le fonds de compensation**, créé au niveau fédéral pour les commerçants pénalisés par les travaux de voiries qui empêchent l'accès à certains quartiers. Le MR plaide pour une indemnisation plus substantielle ;
- Nous proposons également que **des panneaux indicateurs** conseillant des itinéraires bis soient prévus à l'endroit des chantiers, et ce, vu le nombre important de chantiers entrepris simultanément.

7.c.| Soutenir les initiatives proposées et renforcer le dialogue permanent avec les acteurs du commerce

Le Bureau du Commerce de l'Echevinat des affaires économiques doit **jouer un rôle central d'information, de mise en réseau et de coordination**. Il pourrait notamment jouer les premiers rôles dans les actions de formation et de professionnalisation du commerce (démarche de qualité, vente en ligne).

D'avantage qu'aujourd'hui, il faut aussi construire le commerce en partenariat avec ses principaux acteurs : l'UCM, le Commerce liégeois, les autres fédérations professionnelles présentes ou représentées.

En outre, afin de **donner une vision globale sur la situation économique de la Ville de Liège aux investisseurs** et candidats-investisseurs, il faudrait mettre à disposition de ces derniers une cartographie :

- Reprenant une base de données constamment actualisée (fermetures, déménagements, etc.) ;
- Contenant les travaux de longue durée et l'agenda de ceux-ci ;
- Situait géographiquement les concurrents déjà installés, ce qui permet de mettre en évidence un secteur particulier sur la carte ; (commerces HORECA, librairies, etc.), et ce, afin de promouvoir les implantations plus rentables ;
- Reprenant une projection de l'influence de la mobilité sur l'implantation commerciale envisagée ;
- Développant le cadastre des cellules commerciales vides, avec les informations utiles (superficie, aménagement, coût, contact, etc.).

7.d.| Construire une dynamique d'animation forte et rythmée

La Gestion Centre Ville a prouvé depuis sa création son efficacité. Dorénavant, **son rôle doit être mieux défini, ses missions et ses projets mieux soutenus**. Elle doit s'insérer dans le Bureau du Commerce.

En outre, elle doit pouvoir participer, à égalité avec les associations de commerçants et les pouvoirs publics, à la mise en place d'actions d'envergure.

Elle doit donc disposer de moyens financiers suffisants ; de nouvelles pistes doivent être explorées afin d'animer, toute l'année, les espaces publics.

Enfin, à côté des périodes de pics d'activités traditionnelles (Noël, soldes), l'attrait pour le commerce doit :

- **Se marquer tout au long de l'année**, par l'animation des espaces publics et l'organisation de *commercial days*, de nocturnes et de dominicales ponctuelles ;
- **Impliquer davantage l'ensemble des zones commerciales**.

7.e.| Créer une marque “Liège” forte. Innover dans la communication

La stratégie en matière de communication doit avoir comme objectif de démontrer que Liège est tellement différente des autres Villes qu'elle est incontournable.

Elle doit mettre en évidence, tous les atouts, toutes les potentialités qui sont les nôtres, qu'elles soient humaines, touristiques ou culturelles, et utiliser un langage approprié en fonction des cibles visées : Liégeois intra-muros, Liégeois de l'agglomération, touristes et investisseurs.

Nous proposons :

- L'élaboration rapide d'une stratégie de « marque Liège ». Une fois définie, celle-ci devra imprégner toutes les communications et actions liégeoises vers l'extérieur comme en ville.
- Nos premières actions doivent se concentrer sur la zone de chalandise qui nous est la plus proche, celle de la banlieue liégeoise. **Il faut redonner l'envie d'avoir envie de venir à Liège.** Des actions marketing, ciblées vers ce public, s'imposent.
- Nous voulons (voir supra) que la communication soit aussi multi-support et **que les visiteurs disposent sur leur smartphone d'un guide unique, touristique et commercial.**

7.f.| Permettre aux artisans de vivre de leur passion sur notre territoire

Le marché existe mais l'artisanat à Liège n'est pas assez mis en valeur. Cette logique n'est que très peu poussée, mise en avant, communiquée : on se contente de quelques réalisations (création d'ateliers dans le quartier) « de démonstration ».

Il mérite de recevoir plus d'attention et de soutien de la part des autorités communales.

Les quartiers péricentraux en matière d'offre immobilière et de loyer économiquement acceptable peuvent constituer des niches dans lesquelles l'artisanat trouverait sa place.

Le quartier Saint-Léonard à proximité des musées et des antiquaires tout comme Cathédrale Nord / Léopold conviendraient très bien pour devenir ou redevenir de véritables **quartiers d'artisans**.

La Ville doit **accompagner les initiatives individuelles et collectives des artisans**. Elle doit aussi les susciter et les accélérer en **facilitant l'aménagement, le financement d'espaces** destinés aux professionnels des métiers d'art. Des **aménagement publics** comme la rénovation des rues, la signalétique ainsi que la promotion et l'animation commerciale collective sont nécessaires.

Nous souhaitons aussi mettre en place un pôle « Artisanat d'Art » au sein du département des affaires économiques. Celui-ci aurait deux fonctions : la promotion du métier (démonstration de l'artisan au travail) et la promotion de son travail (vitrine/vente).

Dans le contexte actuel et au regard du chômage qui dépasse les limites de l'acceptable, toutes les pistes doivent être explorées afin de recréer un emploi durable.

7.g.| A chaque quartier son marché !

Aujourd'hui, on constate que les marchés anciens, tel celui de Chênee ont résisté et se déroulent avec un potentiel de marchands ambulants diversifiés. D'autres marchés, tels Sainte-Marguerite ou Sainte-Walburge, ont ou ont eu moins de succès.

La tenue d'un marché constitue un élément intéressant pour la cohésion et l'animation au sein d'un quartier. C'est d'autant plus vrai si le marché apporte, non une concurrence aux commerces de proximité existants déjà dans le quartier, mais une complémentarité avec ceux-ci.

Nous pensons que le principe « A chaque quartier, sa spécificité » pourrait être développé et favorisé. Il pourrait s'agir d'un rendez-vous du terroir dans un quartier, d'un marché des fruits et légumes dans un autre quartier et par exemple d'un marché de l'artisanat dans un troisième.

L'objectif global de cette mesure serait également de **lancer une dynamique de quartier qui proposerait des horaires adaptés à la réalité** : un marché nocturne, un marché de 15h à 20h ou encore un marché qui se tiendrait durant 5 mois de l'année de mai à septembre...