



Université de Liège
Faculté des sciences
Département de géographie
Service d'Études en Géographie Économique Fondamentale et Appliquée



SCHÉMA COMMUNAL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE FLÉRON

RAPPORT COMPLET

COMMUNE DE FLÉRON

TABLE DES MATIÈRES GÉNÉRALE

1. PHASE 1 : DIAGNOSTIC COMMERCIAL	3
2. PHASE 2 : SCÉNARIOS ET OPTIONS DE DÉVELOPPEMENT.....	37
3. PHASE 3 : PLAN D’ACTIONS	56
4. RAPPORT SUR LES INCIDENCES ENVIRONNEMENTALES.....	102



Université de Liège
Faculté des sciences
Département de géographie
Service d'Études en Géographie Économique Fondamentale et Appliquée



SCHÉMA COMMUNAL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE FLÉRON

PHASE 1 – DIAGNOSTIC

COMMUNE DE FLÉRON
CAHIER SPÉCIAL DES CHARGES 2020-113

NOVEMBRE 2020

TABLE DES MATIÈRES

1. CADRAGE.....	5
1.1. SCHÉMA COMMUNAL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL (SCDC)	5
1.2. SCHÉMA RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL (SRDC)	6
1.3. DOCUMENTS COMMUNAUX EXISTANTS.....	7
1.3.1. <i>Master Plan du centre de Fléron</i>	7
1.3.2. <i>Schéma de Structure Communal (SSC)</i>	7
1.3.3. <i>Plan InterCommunal de Mobilité (PICM)</i>	7
1.3.4. <i>Plan Urbain de Mobilité (PUM)</i>	8
2. ANALYSE DU TERRITOIRE COMMUNAL.....	8
2.1. MÉTHODOLOGIE	8
2.1.1. <i>Nodules commerciaux</i>	8
2.1.2. <i>Domaines d'achat</i>	8
2.1.3. <i>Zone de chalandise</i>	9
2.2. SOURCES DE DONNÉES	9
2.2.1. <i>Base de données LOGIC</i>	9
2.2.2. <i>Base de données MOVE</i>	10
2.3. L'OFFRE COMMERCIALE	10
2.3.1. <i>L'appareil commercial de Fléron</i>	10
2.3.2. <i>Le centre de Fléron</i>	12
2.3.2.1. <i>Cellules commerciales vides</i>	18
2.3.2.2. <i>Grandes enseignes et niches commerciales</i>	19
2.3.3. <i>L'offre de proximité</i>	22
2.3.4. <i>Bilan AFOM de l'offre commerciale</i>	23
3. LA DEMANDE COMMERCIALE	23
3.1. ACCESSIBILITÉ ET CONTEXTE CONCURRENTIEL	23
3.2. ZONE DE CHALANDISE	25
3.3. HABITUDES D'ACHAT DES FLÉRONNAIS	29
4. MOBILITÉ.....	32
5. SYNTHÈSE COMMUNALE ET SCHÉMATISATION DU FONCTIONNEMENT	32

TABLE DES FIGURES

FIGURE 1. RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE FLÉRON PAR DOMAINE D'ACHAT.....	10
FIGURE 2. L'OFFRE COMMERCIALE DE FLÉRON	11
FIGURE 3. OFFRE COMMERCIALE DU CENTRE-VILLE DE FLÉRON.....	13
FIGURE 4. STRUCTURATION DU NODULE COMMERCIAL DU CENTRE-VILLE DE FLÉRON	14
FIGURE 5. ÉVOLUTION DE L'OFFRE COMMERCIALE DANS LE CENTRE-VILLE DE FLÉRON	17
FIGURE 6. SURFACE ET VACANCE COMMERCIALES DU CENTRE-VILLE DE FLÉRON	17
FIGURE 7. CELLULES COMMERCIALES VIDES DU CENTRE-VILLE DE FLÉRON	18
FIGURE 8. CYCLE DE VIE D'UNE CELLULE COMMERCIALE	19
FIGURE 9. CONTEXTE CONCURRENTIEL AUTOUR DE FLÉRON	25
FIGURE 10. ZONE DE CHALANDISE DE FLÉRON.....	26
FIGURE 11. POLARISATION DE LA ZONE DE CHALANDISE POUR LES ACHATS COURANTS	27
FIGURE 12. POLARISATION DE LA ZONE DE CHALANDISE POUR LES ACHATS SEMI-COURANTS LÉGERS	28
FIGURE 13. POLARISATION DE LA ZONE DE CHALANDISE POUR LES ACHATS SEMI-COURANTS LOURDS	28
FIGURE 14. PRINCIPALES DESTINATIONS D'ACHAT DES FLÉRONNAIS POUR LES ACHATS COURANTS	29
FIGURE 15. PRINCIPALES DESTINATIONS D'ACHAT DES FLÉRONNAIS POUR LES ACHATS SEMI-COURANTS LÉGERS	30
FIGURE 16. PRINCIPALES DESTINATIONS D'ACHAT DES FLÉRONNAIS POUR LES ACHATS SEMI-COURANTS LOURDS	31
FIGURE 17. SCHÉMATISATION DU FONCTIONNEMENT COMMERCIAL DU CENTRE-VILLE DE FLÉRON.....	33

TABLE DES TABLEAUX

TABEAU 1. CRITÈRES DE DÉFINITION DES NODULES COMMERCIAUX	8
TABEAU 2. DESCRIPTION DES DOMAINES D’ACHAT.....	9
TABEAU 3. L’OFFRE COMMERCIALE DE FLÉRON	11
TABEAU 4. NATURES COMMERCIALES LES PLUS FRÉQUENTES À FLÉRON	12
TABEAU 5. OFFRE COMMERCIALE PAR NATURE D’ACTIVITÉ DU CENTRE-VILLE DE FLÉRON.....	13
TABEAU 6. CARACTÉRISTIQUES DES QUARTIERS COMMERÇANTS	16
TABEAU 7. LISTES DES GRANDES ENSEIGNES PRÉSENTES À FLÉRON	20
TABEAU 8. EXEMPLES DE GRANDES ENSEIGNES POTENTIELLEMENT MANQUANTES AU CENTRE-VILLE DE FLÉRON.....	21
TABEAU 9. COMPARAISON DES MIX COMMERCIAUX AVEC DES NODULES COMMERCIAUX SIMILAIRES À FLÉRON.....	21
TABEAU 10. NICHES COMMERCIALES POTENTIELLES POUR LE CENTRE-VILLE DE FLÉRON	22
TABEAU 11. BILAN AFOM DU CENTRE-VILLE DE FLÉRON.....	23
TABEAU 12. CARACTÉRISTIQUES DE LA ZONE DE CHALANDISE	26

1. Cadrage

1.1. Schéma Communal de Développement Commercial (SCDC)

Comme le définit l'article 16 du décret sur les implantations commerciales, le « schéma communal de développement commercial (SCDC) est un document d'orientation, d'évaluation, de gestion et de programmation du développement commercial de l'ensemble du territoire communal ». Le SCDC permet d'abord à la commune de procéder à une analyse fine de son appareil commercial, notamment en lien avec les autres outils existants d'aménagement du territoire et de développement économique. Ensuite, la commune peut initier une réflexion structurée sur l'avenir commercial de son territoire et établir une stratégie communale en matière de développement commercial.

L'article 17 du décret sur les implantations commerciales définit le contenu minimal du SCDC comme suit :

1. Un inventaire exhaustif de la situation existante en matière d'appareil commercial sur le territoire communal
2. Des options et recommandations pour le développement de tout ou une partie du territoire communal (en favorisant notamment l'intégration dans l'environnement urbain, la mobilité durable, la création d'emplois de qualité, ainsi qu'en établissant les liens avec les autres plans et programmes de la commune)
3. La programmation de la mise en œuvre de certaines zones et/ou mesures d'aménagement, la localisation des principaux équipements et infrastructures, et la gestion des déplacements locaux
4. Les objectifs en fonction des critères de délivrance des permis d'implantation commerciale
5. Les mesures envisagées pour assurer le suivi de la mise en œuvre du SCDC
6. Un résumé non technique

En outre, le cahier spécial des charges précise que le SCDC doit, au minimum, inclure les points suivants :

1. Un inventaire de la situation existante et, en tout cas, l'inventaire des cellules commerciales vides sur l'ensemble du territoire communal et l'évaluation des potentialités commerciales, ainsi que les déficiences et contraintes rencontrées sur le territoire communal.
2. Des options et des recommandations pour le développement commercial de tout ou partie du territoire communal :
 - a. Les objectifs de développement du commerce selon les priorités dégagées ;
 - b. L'implantation privilégiée des équipements et infrastructures commerciales en vue notamment de favoriser leur intégration dans l'environnement urbain ;
 - c. Les orientations générales destinées à harmoniser et à intégrer les flux de circulation et à favoriser une mobilité durable ;
 - d. Les orientations générales destinées à privilégier l'emploi de qualité dans la commune ;
 - e. Une description des liens avec d'autres plans ou programmes pertinents.
3. La programmation de la mise en œuvre de certaines zones et/ou mesures d'aménagement, la localisation des principaux équipements et infrastructures et la gestion des déplacements locaux.

Sur cette base, le SEGEFA propose une structuration du SCDC en trois phases :

1. Diagnostic du commerce sur la commune dont l'objectif est de comprendre le fonctionnement de la polarité commerciale de Fléron et d'en dégager les principales forces et faiblesses. Ce

diagnostic se basera sur un relevé complet de l'offre commerciale à Fléron, et inclura une présentation des données relatives à l'outil régional LOGIC (typologie des nodules et présentation des bassins de consommation notamment), un diagnostic des enseignes, des synthèses AFOM pour les différents nodules commerciaux, ainsi qu'une analyse de leurs dynamiques respectives, et différentes cartographies de synthèse à l'échelle de la commune et des nodules commerciaux.

2. Plan stratégique de développement commercial construit progressivement par le challenge et la confrontation de plusieurs scénarios de développement élaborés au départ d'objectifs et de zones d'enjeux prédéterminés. Cette étape clé a pour objectif de valider une vision partagée du développement commercial de la Commune de Fléron qui intégrera par ailleurs les recommandations du schéma régional de développement commercial (SRDC) et des autres documents disponibles au niveau communal (SSC, PICM, Master Plan, etc.).
3. Plan d'actions dont l'objectif est d'identifier et de décrire une série d'actions concrètes répondant à la stratégie de développement. Ce plan inclura en outre des recommandations concrètes en lien avec le diagnostic et s'inscrivant dans le cadre des critères de délivrance des permis d'implantation commerciale permettant ainsi une motivation directe des actes et une lecture simplifiée pour le citoyen.

Le plan d'actions fera en outre l'objet d'un rapport sur les incidences environnementales. En effet, comme défini par l'article 19 du décret sur les implantations commerciales, à la suite de la délivrance du rapport final de la troisième phase et de son approbation par le comité d'accompagnement, l'ensemble du SCDC fera l'objet d'un rapport sur les incidences environnementales conforme aux articles D.52 et suivants du Livre 1^{er} du code de l'environnement. Le schéma et le rapport sur les incidences environnementales seront ensuite soumis par le Collège Communal à une enquête publique, ainsi que, pour avis, à l'Observatoire du Commerce, au Conseil wallon de l'Environnement pour le Développement durable, au fonctionnaire délégué, au fonctionnaire des implantations commerciales, et à la Commission consultative d'Aménagement du Territoire et de Mobilité de la commune.

Après récolte et intégration des avis dans le respect des délais légaux, le Conseil Communal pourra adopter définitivement le schéma, accompagné de la déclaration environnementale visée à l'article D.60 du Livre 1^{er} du code de l'environnement. Le schéma, accompagné du dossier complet, sera alors transmis au fonctionnaire des implantations commerciales et au Gouvernement wallon qui approuvera ou refusera le schéma sur base de la régularité de la procédure et de la conformité par rapport au schéma régional de développement commercial.

1.2. Schéma Régional de Développement Commercial (SRDC)

Le Schéma Régional de Développement Commercial (SRDC) est l'outil de référence pour le développement commercial en Wallonie et définit les outils stratégiques du développement commercial, ainsi que la procédure de délivrance des autorisations d'implantation commerciale. Le SRDC se base sur une analyse quantitative et qualitative de l'offre commerciale en Wallonie, ainsi que d'une mesure du potentiel de développement existant, et définit, sur cette base, des critères objectifs d'évaluation des projets commerciaux. Le SRDC a été adopté par le Gouvernement wallon en 2014 et fait l'objet d'une actualisation.

Le SCDC doit préciser les recommandations et objectifs du schéma régional et se coordonner avec ce dernier dans sa mise en œuvre. Le SRDC dispose de recommandations générales par type de nodule commercial, ainsi que de recommandations détaillées pour les agglomérations commerciales wallonnes. Le schéma communal ne peut aller à l'encontre des prescriptions du SRDC, et doit s'inscrire dans une perspective de précision des recommandations régionales au niveau communal. En cas

d'incompatibilité, le schéma communal doit être mis en conformité avec le schéma régional dans une période de quatre ans après son entrée en vigueur. Dans le cas contraire, les parties du schéma jugées non conformes seront invalidées et cesseront de produire leurs effets.

Les recommandations du SRDC concernant Fléron seront rappelées lors de la deuxième phase de ce SCDC. En effet, les scénarios d'évolution envisagés ainsi que les objectifs du développement commercial fléronnais devant suivre les recommandations du SRDC, il apparaît particulièrement opportun de procéder à leur présentation détaillée et analyse lors de cette phase du projet de SCDC.

1.3. Documents communaux existants

1.3.1. Master Plan du centre de Fléron

Le Master Plan pour le centre de Fléron présente des grandes orientations d'aménagement et de projets ciblés pour le centre-ville de la commune. Le Master Plan s'est basé sur une démarche volontairement prospective qui a dessiné les contours du centre Fléron à moyen terme.

Dans les grandes lignes, le Master Plan prévoit la formation d'une nouvelle centralité à Fléron et sa matérialisation avec la création d'une place principale et d'une place secondaire le long du Ravel L38 au niveau de son intersection avec l'avenue des Martyrs. La Master Plan propose en outre un phasage pour les opérations de transformation urbaine nécessaires, ainsi qu'une proposition des surfaces commerciales à intégrer dans ces projets.

Le Master Plan constitue un document particulièrement stratégique, qui dessine un projet d'avenir pour la Commune de Fléron, et qui présente de nombreux liens avec la fonction commerciale. Le SCDC doit donc être en concordance avec ce Master Plan, proposer des recommandations et actions complémentaires à celui-ci, et éventuellement le préciser si nécessaire. Le Master Plan fera donc partie intégrante de la deuxième partie du SCDC qui doit explorer les scénarios d'évolution de la fonction commerciale à Fléron à moyen terme.

1.3.2. Schéma de Structure Communal (SSC)

Le Schéma de Structure Communal est un document réglementaire d'orientation qui définit les lignes directrices en matière d'aménagement du territoire pour la Commune de Fléron. Ce document prédate le Master Plan et, bien qu'il ait une portée plus large, a initié la réflexion stratégique de réorganisation du centre-ville. Le SSC a notamment formulé plusieurs objectifs d'aménagement, des mesures concrètes à mettre en œuvre sur différents périmètres du territoire communal, ainsi qu'un plan d'affectation qui précise le plan de secteur à l'échelle communale. Le SSC constitue donc un document de référence important et les recommandations et actions proposées dans le SCDC devront être en concordance avec les mesures adoptées par celui-ci.

1.3.3. Plan InterCommunal de Mobilité (PICM)

Le Plan Intercommunal de Mobilité est un outil de planification pour l'organisation et la gestion de la mobilité sur le territoire intercommunal. Il apporte une vision globale, concertée, stratégique et pragmatique prenant en compte les besoins en mobilité à court, moyen et long termes. Le PICM a couvert Fléron, Beyne-Heusay et Soumagne, soit trois communes liées par l'axe de la N3, ce qui illustre les liens fonctionnels et commerciaux entre ces celles-ci. Le PICM a établi le plan de stationnement pour le centre de Fléron.

Le lien entre la mobilité et la fonction commerciale est particulièrement étroit : l'accessibilité et le stationnement constituent des paramètres cruciaux afin de garantir un environnement urbain propice à la fonction commerciale. Le PICM est donc un document contextuel important dans le cadre de l'élaboration du SCDC et la thématique de la mobilité au sein du centre de Fléron sera d'ailleurs explorée dans le détail à la section 4.

1.3.4. Plan Urbain de Mobilité (PUM)

Le PUM est un document stratégique de référence pour la mobilité à l'échelle de l'agglomération liégeoise. Il propose notamment la mise en place d'une ligne de bus à haut niveau de service (BHNS) sur la N3 qui amène au centre de Liège et viendra se greffer sur la future ligne de tram. Le terminus de cette ligne BHNS sera localisé en face de la galerie de la clef à Fléron. En outre, une rénovation complète des voiries régionales de la N3 est prévue pour la création du site propre de la ligne. Cette mise en place d'une ligne BHNS a également été actée dans le plan de réorganisation du réseau du TEC-Liège suite à l'arrivée du tram à Liège.

Cette modification du réseau TEC, ainsi que les travaux qu'elle implique, devront impérativement être intégrées dans la réflexion du SCDC, notamment en termes d'aménagement des voiries et de l'espace public en raison de l'importance de la N3 dans la structuration et le fonctionnement du nodule commercial de Fléron.

2. Analyse du territoire communal

2.1. Méthodologie

2.1.1. Nodules commerciaux

Un nodule commercial est une concentration spatiale de commerces. Les commerces ont tendance à se regrouper afin de renforcer leur pouvoir attractif global. En se localisant à proximité les uns des autres, différents points de ventes concentrent leur offre en un point particulier de l'espace et rayonnent sur un espace plus vaste. Ils bénéficient ainsi d'effets d'entraînement et augmentent donc leurs chances d'attirer de nouveaux clients.

Afin de pouvoir être qualifié de nodule, un ensemble de commerces doit répondre géométriquement et quantitativement à trois critères :

Tableau 1. Critères de définition des nodules commerciaux

Critères	Traditionnel	Récent
Taille	50 points de vente ou 20 points de vente et 3 000 m ² de surface de vente totale	3 000 m ² de surface de vente totale
Continuité	Moins de 5 rez-de-chaussée entre 2 points de vente successifs	Moins de 250 m entre 2 points de vente successifs
Densité	10 commerces / 100 mètres	10 commerces / 500 mètres

Source : SEGEFA-ULiège, 2017

2.1.2. Domaines d'achat

Au cours de l'élaboration de ce schéma et en concordance avec le décret sur les implantations commerciales, nous distinguerons généralement trois grands domaines d'activités commerciales, liés à trois types d'achats distincts : les achats alimentaires, semi-courants légers et semi-courants lourds. Cette distinction permet de tenir compte de la fréquence avec laquelle on consomme chacun de ces produits et, par extension, de leur rayonnement spécifique (les commerces alimentaires présentent, par exemple, des zones de chalandise souvent moins étendues que les commerces d'achats semi-courants). Cette différenciation se fait également suite à l'adoption par la Région wallonne de cette typologie comme nomenclature officielle. Le tableau suivant reprend une description synthétique de ces trois domaines d'activités.

Tableau 2. Description des domaines d'achat

Domaines	Type d'achats
Achats courants	– Alimentation (grandes surfaces, alimentation généraliste et spécialisée)
Achats semi-courants légers	– Équipement de la personne (vêtements adultes et enfants, chaussures adultes et soins du corps) – Équipement de la maison léger (décoration et articles de ménages) – Équipement. de loisir et professionnel léger (librairie et papeterie, articles de sport et multimédia)
Achats semi-courants lourds	– Équipement de la maison lourd (meublier, décoration textile, appareils et bricolage) – Équipement. de loisir et professionnel lourd (transports et animaux)

Source : SEGEFA-ULIège, 2017

2.1.3. Zone de chalandise

La zone de chalandise se définit comme l'espace au sein duquel un commerce ou un ensemble commercial (comme un nodule ou un centre commercial) recrute l'essentiel de sa clientèle. Il s'agit d'un territoire au sein duquel il existe une forte relation de marché entre la population résidente et l'équipement commercial en question. La distance influençant fortement les comportements spatiaux d'achat, la zone de chalandise se caractérise par une continuité spatiale depuis l'équipement commercial vers les origines plus distantes des clients. On distingue traditionnellement deux zones de chalandise :

- La zone de chalandise primaire, qui rassemble 60% de la clientèle, présente généralement une extension géographique restreinte mais une polarisation de la population élevée ;
- La zone de chalandise secondaire qui, ajoutée à la primaire, rassemble 90% de la clientèle présente généralement une extension géographique plus étendue mais une polarisation de la population moins intense ;

Les 10% de la clientèle restants correspondent à des clients plus exceptionnels, ne présentant pas toujours un comportement géographiquement rationnel (client de passage, achats ponctuels, etc.) et pour lesquels le critère de continuité spatiale n'est souvent pas respecté.

2.2. Sources de données

L'ensemble des données relatives aux commerces et aux comportements des chalandis présentées dans cette étude proviennent de deux bases de données conçues par le SEGEFA-ULIège : LOGIC (l'offre commerciale) et MOVE (la demande commerciale), ainsi que d'une campagne locale de relevé. Celle-ci a été effectuée en septembre 2020 et a consisté en un relevé exhaustif de l'offre commerciale sur le territoire communal de Fléron.

2.2.1. Base de données LOGIC

La base de données LOGIC est une base de données sur le commerce wallon qui a été constituée dans le cadre d'un projet de recherche mené par le SEGEFA-ULIège à la demande du cabinet du Ministre wallon de l'Économie. La création de cette base de données s'est effectuée par relevés de terrain sur l'ensemble du territoire wallon en 2010, 2012, 2014, 2017, 2018 et 2019. Au total, 35 500 points de vente ont été relevés, totalisant près de 6,7 millions de m² de surfaces de vente nettes. Ces points de vente ont ensuite permis d'individualiser 338 nodules commerciaux distincts (dont 1 sur la commune de Fléron). LOGIC contient également 2 000 points de vente isolés de plus de 400 m² de surface de vente nette (ex : les points de vente Aldi et Colruyt en entrée de ville, isolés du reste du nodule commercial).

Les données concernant Fléron ont été mises à jour et complétées lors d’une campagne de relevé en septembre 2020, afin notamment d’étudier les évolutions récentes du commerce fléronnais, d’analyser l’offre de proximité et de compléter les données disponibles sur l’offre s’étant implantée sur les principaux axes et quartiers de la commune. En effet, bien que l’offre présente dans ces espaces ne réponde pas à la définition (régionale) de nodule commercial, celle-ci constitue une offre non négligeable à l’échelle de la Commune de Fléron qui doit être intégrée à l’analyse.

2.2.2. Base de données MOVE

La base de données MOVE a été construite suite à un projet de recherche sur le comportement spatial des ménages wallons en matière d’achats mené par le SEGEFA-ULIÈGE à la demande du cabinet du Ministre wallon de l’Économie. Elle est issue du dépouillement d’une enquête téléphonique réalisée en 2010 et actualisée en 2015 et 2019. Cette enquête a été menée auprès de 16 000 ménages wallons afin de déterminer leurs habitudes spatiales d’achats. Les données générées permettent d’identifier l’intensité avec laquelle les nodules commerciaux wallons sont fréquentés par les ménages.

Cette base de données a permis de déterminer l’apport en clients de chaque entité communale à l’ensemble des nodules wallons (construction d’une matrice origine-destination) pour chacun des trois domaines d’achat : courant, semi-courants légers et semi-courants lourds. Elle permet par exemple de déterminer la zone de chalandise de Fléron (cf. 3.2).

2.3. L’offre commerciale

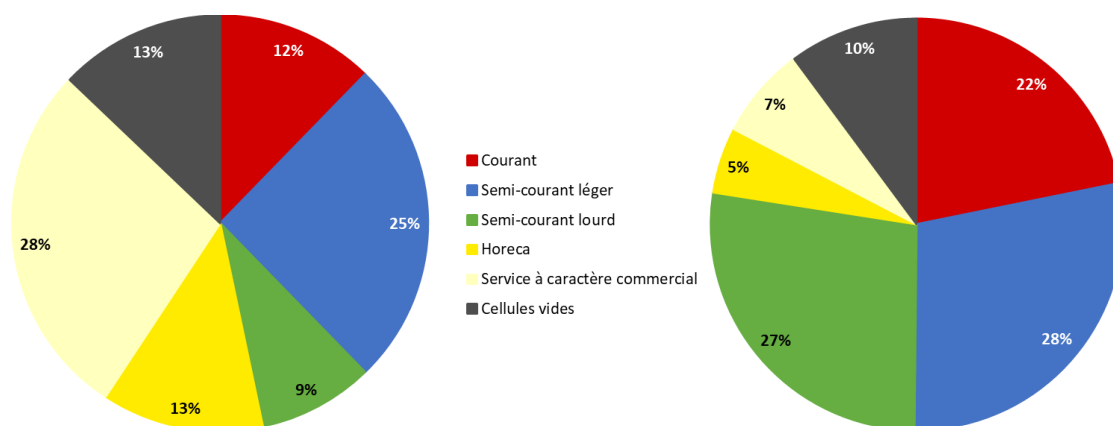
2.3.1. L’appareil commercial de Fléron

L’offre commerciale de Fléron se compose de 334 points de vente répartis sur l’ensemble du territoire communal, pour une surface de vente nette de 49 065 m². En termes de points de vente, l’offre commerciale de Fléron se répartit principalement entre les domaines d’achats semi-courants légers et lourds, et les services à caractère commercial (Figure 1). L’équipement semi-courant léger rassemble plus d’un quart des points de vente de la commune et de la surface commerciale nette. Il constitue donc une des particularités de l’appareil commercial fléronnais. Les points de vente d’équipement lourd sont relativement peu nombreux, mais ceux-ci étant de taille généralement nettement supérieure à la moyenne, ils représentent plus de 40 % de la surface de vente nette totale de la commune. Le domaine courant présente des caractéristiques similaires en raison de la présence de plusieurs super et hyper marchés sur la commune. L’horeca et les services à caractère commercial présentent par contre la logique inverse avec un nombre élevé de points de vente, mais des surfaces commerciales nettes de relativement petites tailles. Ils représentent plus de 40 % des points de vente, mais n’occupent qu’un peu plus de 10 % de la surface commerciale totale.

Figure 1. Répartition de l’offre commerciale de Fléron par domaine d’achat

Répartition en nombre de points de
vente

Répartition en m² de surface de vente
nette



Source : SEGEFA – ULIÈGE, 2020

L'offre commerciale de Fléron se concentre essentiellement au sein d'un nodule commercial reconnu au niveau régional (cf. critères de définition – section 2.1.1) : le centre-ville (cf. Figure 2). Ce nodule commercial est localisé au centre de la commune et rassemble l'essentiel de son offre commerciale : 260 points de vente pour 38 310 m² de surface de vente nette. Le centre de Fléron s'est développé à partir du centre historique de la ville, le long du principal axe routier de la commune (la N3), et associe aujourd'hui un tissu commercial de structure traditionnelle à des développements plus récents comme nous le détaillerons lors de l'analyse fine du nodule (2.3.2).

Figure 2. L'offre commerciale de Fléron

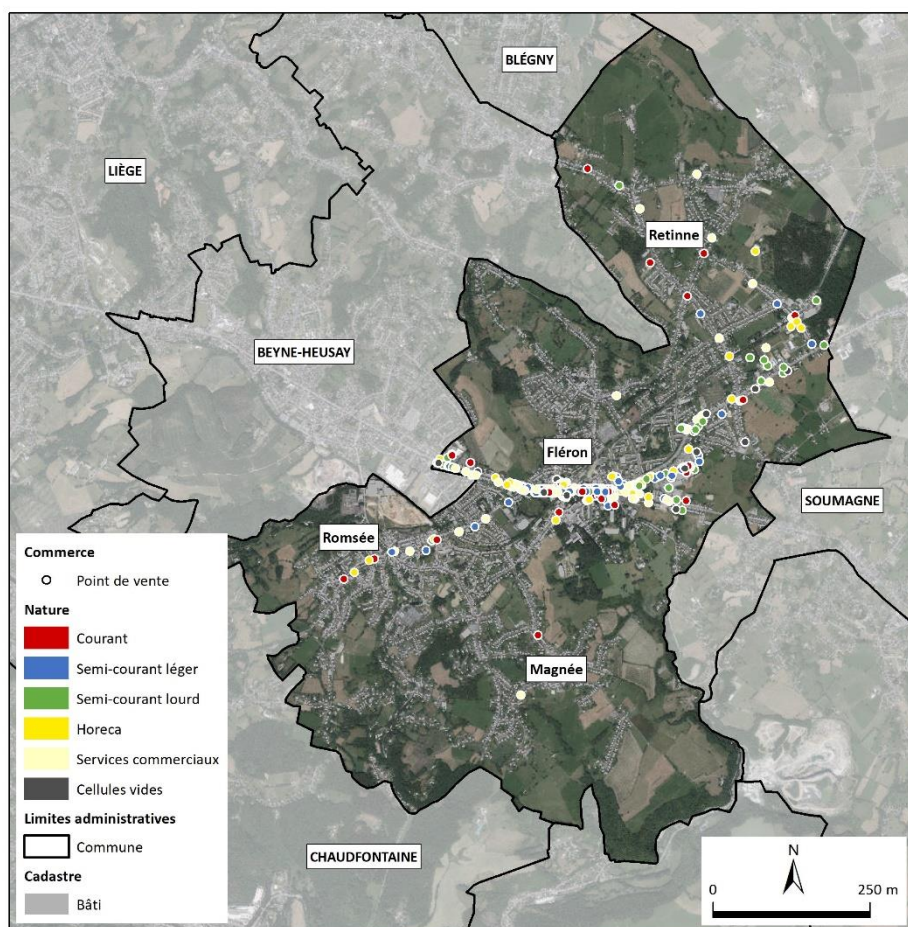


Tableau 3. L'offre commerciale de Fléron

Localisation	Points de vente	Part	Surface de vente nette	Surface de vente active
Centre-ville	260	78%	38.310	34.050
Reste de la commune	74	22%	10.755	10.045
Total Fléron	334	100%	49.065	44.095

Source : SEGEFA – ULiège, 2020

En dehors du centre-ville, la fonction commerciale est principalement implantée le long de la N3 dans le prolongement du centre-ville (rue de la Clef et rue Arsène Falla), ainsi que dans les rues principales de la commune (rue Émile Vandervelde, rue Carl Jost et rue des Cloutiers). Cette offre est toutefois bien plus dispersée qu’au sein du nodule commercial et ne forme pas de réels pôles commerciaux. Elle correspond d’ailleurs davantage à une offre de proximité, ainsi qu’à des commerces particulièrement spécialisés le long de la N3.

Le Tableau 4 reprend les natures commerciales les plus représentées sur le territoire communal. Celles-ci correspondent essentiellement à des services et commerces de proximité (coiffeurs, banques, pharmacies, boulangeries, etc.), ainsi qu’à différents types d’établissements horeca. Ces derniers apparaissent toutefois relativement limités par rapport aux autres natures commerciales répertoriées. Deux secteurs de la confection sont par ailleurs présents dans ce classement, confirmant ainsi ce secteur comme une force attractive de Fléron. Ceux-ci ne sont en effet pas aussi ubiquistes que les commerces et services identifiés précédemment et Fléron rassemble une offre de ce type relativement importante.

Tableau 4. Natures commerciales les plus fréquentes à Fléron

Nature commerciale	Points de vente
Salon de coiffure	21
Confection dames	14
Friterie – Snack	13
Institut de beauté – Solarium	13
Boulangerie – Pâtisserie	11
Restaurant	11
Pharmacie	9
Café	8
Night shop	7
Banque	7
Confection générale	6
Concessionnaire – Voitures	6

Source : SEGEFA – ULiège, 2020

2.3.2. Le centre de Fléron

Le centre de Fléron est un « centre secondaire d’agglomération » selon la typologie des nodules commerciaux wallons. Ce type de nodule commercial est généralement caractérisé par un mix commercial dominé par la vente d’équipement semi-courant léger, l’alimentation, l’horeca et les services à caractère commercial, comme détaillé plus haut. La morphologie commerciale de Fléron est assez hétérogène, associant des espaces commerçants traditionnels et des développements plus récents (avec des cellules commerciales de plus grande taille).

La Figure 3 présente l’extension du nodule commercial du centre-ville de Fléron. Celui est constitué d’une structure hybride combinant le centre-ville traditionnel (avenue des Martyrs) et les développements plus récents le long de la N3 traversant la ville (Bay-Bonnet, parc du Cadran, galerie

de la Clef et parc commercial Carrefour). Selon la définition régionale des nodules commerciaux (cf. 2.1.1), ceux-ci forment un seul nodule commercial car il existe une continuité commerciale entre eux.

L'appareil commercial du centre-ville de Fléron se structure effectivement autour de l'axe routier principal traversant la ville : la N3. Le nodule commercial s'étant construit autour de cet axe, l'accessibilité, le stationnement et le maintien d'un flux de transit à travers la ville constituent des éléments essentiels à son fonctionnement. L'avenue des Martyrs rassemble essentiellement des points de vente en semi-courant léger, particulièrement en équipement de la personne, et des services à caractère commercial. Sa structure traditionnelle est également caractérisée par des cellules commerciales de relativement petite taille (généralement inférieures à 100 m²). Les parcs commerciaux rassemblent eux les cellules commerciales de plus grande taille du nodule, et sont généralement organisés autour d'une locomotive alimentaire (super ou hyper marché). Le parc commercial Carrefour est le plus grand et présente une offre en équipement semi-courant léger importante, mais assez complémentaire de celle de l'avenue des Martyrs (seuls 4 points de vente d'équipement de la personne). La zone commerciale autour du Colruyt et du Aldi apparaît isolée du reste du centre-ville en raison de la faible densité commerciale au début de l'avenue des Martyrs. Elle fonctionne donc de manière relativement indépendante du reste du nodule commercial, avec une accessibilité principalement orientée voiture et ses propres espaces de stationnement privés.

Figure 3. Offre commerciale du centre-ville de Fléron



Tableau 5. Offre commerciale par nature d'activité du centre-ville de Fléron

Nature commerciale	Points de vente		Surface de vente nette		Taille moyenne	Part des grandes enseignes
	Nbre	Part	m ²	Part	m ²	
Cellule vide	38	15%	4 260	11%	112	0%
Alimentation	27	10%	9 000	23%	333	19%

Équip. de la personne	57	22%	8 460	22%	148	42%
Équip. de la maison lourd	12	5%	7 990	21%	666	33%
Équip. de la maison léger	7	3%	540	1%	77	0%
Éq. de loisir / professionnel lourd	5	2%	500	1%	100	40%
Éq. de loisir / professionnel léger	13	5%	2 245	6%	173	15%
Horeca	29	11%	2 010	5%	69	10%
Services à caractère commercial	72	28%	3 305	9%	46	33%
Total	260	100%	38 310	100%	147	25%

Source : SEGEFA-ULiège, 2020

L'équipement de la personne, les services à caractère commercial et l'alimentation constituent les trois natures commerciales les plus représentées dans le centre-ville de Fléron en termes de surfaces de vente et de points de vente (Tableau 5). L'offre en matière d'équipement de la maison, de loisir ou professionnel est par contre limitée, particulièrement en nombre de points de vente. Le mix commercial est globalement cohérent pour ce type de nodule traditionnel en Wallonie : seule la part de l'horeca apparaît légèrement plus faible que la moyenne.

Le taux de vacance se situe dans la moyenne wallonne pour ce type de nodule et concerne des cellules de taille limitée ce qui peut constituer un facteur expliquant que celles-ci ne trouvent pas d'occupant. La taille moyenne des cellules commerciales est d'ailleurs dans l'ensemble assez limitée, et plus particulièrement pour l'équipement de la personne. Ceci constitue une des faiblesses des centres traditionnels car la plupart des grandes enseignes éprouvent des difficultés à trouver des cellules commerciales présentant des superficies suffisantes pour développer leur concept et préfèrent alors des localisations périphériques où les surfaces disponibles sont plus importantes.

La définition régionale de nodule commercial (cf. 2.1.1 pour rappel) permet normalement de définir des espaces commerciaux cohérents où la concentration spatiale des commerces génère des externalités positives et confère à l'ensemble une capacité d'attraction commerciale. Toutefois, dans le cas de Fléron, les changements dans la morphologie et la structure commerciales, ainsi que la présence de ruptures dans les cheminements clients, permettent dans les faits de distinguer des zones commerçantes relativement indépendantes au sein du nodule commercial dans le cadre de ce SCDC (Figure 4).

Figure 4. Structuration du nodule commercial du centre-ville de Fléron



Le centre-ville de Fléron associe son centre traditionnel à cinq zones commerciales plus récentes. La partie traditionnelle du nodule commercial, autour de l'avenue des Martyrs, peut même être séparée en deux en raison des offres commerciales différentes et de la rupture engendrée par le carrefour autour de la ligne 38 du RAVeL, et le centre scolaire Sainte-Julienne.

Tableau 6. Caractéristiques des quartiers commerçants

Quartier	Points de vente	Taux de vacance	Part des grandes enseignes	Taille moyenne des cellules (m ²)
Parc Carrefour	25	8%	72%	665
Galerie de la Clef	18	17%	6%	34
Parc du Cadran	6	17%	17%	125
Bay-Bonnet	19	5%	16%	199
Hypercentre – Martyrs	56	18%	27%	88
Centre – Indépendants	68	18%	22%	48
Zone Colruyt-Aldi	4	0%	100%	1 715

Source : SEGEFA – ULIÈGE, 2020

L’hypercentre correspond au moteur commercial du nodule et lui confère sa capacité d’attraction. En effet, cette partie du nodule commercial rassemble une part importante de l’offre en équipement semi-courant léger, et notamment l’essentiel des grandes enseignes en équipement de la personne qui permettent d’attirer les clients sur des distances relativement importantes. Une attention particulière devra donc être prêté au maintien et au renforcement du tissu commercial de cette zone d’enjeux, d’autant plus que le taux de vacance y est relativement élevé et que des cellules vides structurelles commencent à y faire leur apparition (Figure 5).

La seconde partie du centre traditionnel, qualifiée de « Centre - Indépendants » (entre les ronds-points avec les rues de Magnée et de Romsée), voit ses parts en équipement semi-courant léger et grandes enseignes se réduire pour laisser une plus grande place aux services à caractère commercial et à des cellules commerciales d’une taille moyenne particulièrement limitée. Cette partie rassemble donc un nombre élevé de commerçants, notamment indépendants, associés à des services de desserte et de proximité. Le taux de vacance y est comparable à celui de l’hypercentre et le quartier présente une dynamique qui n’est pas affectée par une vacance structurelle importante. Celui-ci accueille néanmoins une offre plus diversifiée que le reste de l’avenue des Martyrs, et ses modalités de fonctionnement et son attractivité commerciale sont différentes de celles de l’hypercentre.

Le Bay-Bonnet et le parc du Cadran présentent des structures assez similaires avec des cellules commerciales de l’ordre de 150 à 200 m² et une part des grandes enseignes légèrement supérieure à 15%. La principale différence provient du fait que le Bay-Bonnet accueille des supermarchés, tandis que l’offre du parc du Cadran accueille davantage d’horeca. Les deux parcs sont à proximité immédiate du centre traditionnel, mais manquent de réelles connexions avec ce dernier avec un fonctionnement principalement orienté sur eux-mêmes.

La galerie de la Clef constitue un type de développement commercial dont la forme apparait un peu dépassée par rapport aux tendances actuelles : elle est constitué de petites cellules commerciales autour d’un espace de stationnement restreint. Elle est d’ailleurs principalement occupée par des services et de l’horeca, et le taux de vacance y est important pour un projet commercial planifié.

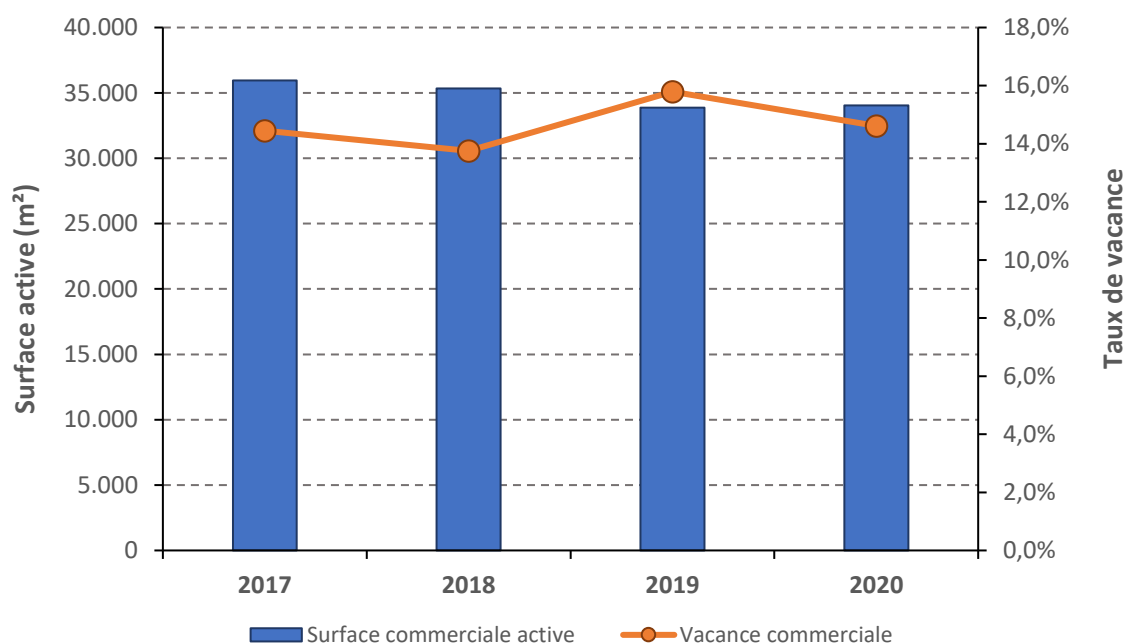
Le parc commercial Carrefour et la zone commerciale Colruyt-Aldi correspondent à des développements planifiés qui se caractérisent par des cellules commerciales de grande taille et une omniprésence des grandes enseignes. Grâce à ces caractéristiques, ces deux zones constituent des points particulièrement attractifs qui drainent de manière régulière un volume important de clients. Il existe toutefois clairement une rupture dans les cheminements des clients entre ces zones et le reste du nodule commercial, et leur mobilité est très axée autour du recours à la voiture avec des espaces de stationnement privés de grande capacité qui constituent un attrait pour les chalands. Elles fonctionnent donc de manière légèrement indépendante et un enjeu sera certainement de les

reconnecter avec le reste du centre-ville afin que l'ensemble du nodule commercial puisse bénéficier de l'effet de locomotive de ces deux zones et encourager une mobilité plus durable.

Figure 5. Évolution de l'offre commerciale dans le centre-ville de Fléron



Figure 6. Surface et vacance commerciales du centre-ville de Fléron



L'évolution de l'offre du nodule commercial (Figure 5) traduit une dynamique relativement stable au cours des dernières années. La fonction commerciale présente dans les faits un turnover naturel et

chaque cellule connaît un cycle de fermetures et ouvertures de ses occupants. En Wallonie, plus ou moins 30% des commerces changent au sein des nodules commerciaux tous les deux ans. Il est important à veiller à ce qu'il n'y ait pas de rupture de ce cycle et que les cellules sans occupant puissent rapidement en retrouver un et ne pas former de vides structurels. La dynamique est donc double : à l'échelle du nodule commercial, dont la vitalité et l'attractivité permettent la formation d'un cadre propice à la fonction commerciale, et à l'échelle de la cellule, dont la gestion doit être adaptée au contexte commercial et urbain (superficie, loyer, modernisme, etc.).

Les fermetures de commerces et apparitions de nouvelles cellules vides dans le centre-ville ont été compensées par plusieurs ouvertures. Le nombre de cellules commerciales vides s'est d'ailleurs réduit d'une unité entre 2017 et 2019. Le volume de l'offre commerciale apparaît relativement stable au cours des dernières années (Figure 6). La surface commerciale active dans le centre-ville de Fléron s'est légèrement réduite en 2019 suite à l'incendie du bâtiment du Quick dans le parc du Cadran, et le déménagement du supermarché Aldi le long de l'avenue des Martyrs. Le taux de vacance est aussi assez stable, malgré une légère augmentation en 2019, et oscille aux alentours de 14,5%. La légère dégradation constatée en 2019 a été compensée par plusieurs ouvertures dans des cellules commerciales de grande taille, comme l'ancien Aldi et Poker Jeans, qui ont permis une légère augmentation de la surface commerciale active du nodule entre 2019 et 2020.

2.3.2.1. Cellules commerciales vides

Comme mis en évidence lors de l'évolution de l'offre commerciale, le taux de vacance à Fléron est relativement stable au cours des dernières années et ne présente pas de valeurs trop élevées qui pourraient apparaître problématiques pour un nodule commercial de ce type. La dynamique commerciale est donc globalement positive. Toutefois, au-delà du taux de vacance, il convient de se pencher concrètement sur la localisation de ces cellules vides et leur date de vacance (en lien avec le turnover naturel de la fonction commerciale). En effet, certaines cellules commerciales peuvent être bien plus problématiques que d'autres pour la vitalité du nodule, en fonction de ces deux paramètres.

Figure 7. Cellules commerciales vides du centre-ville de Fléron

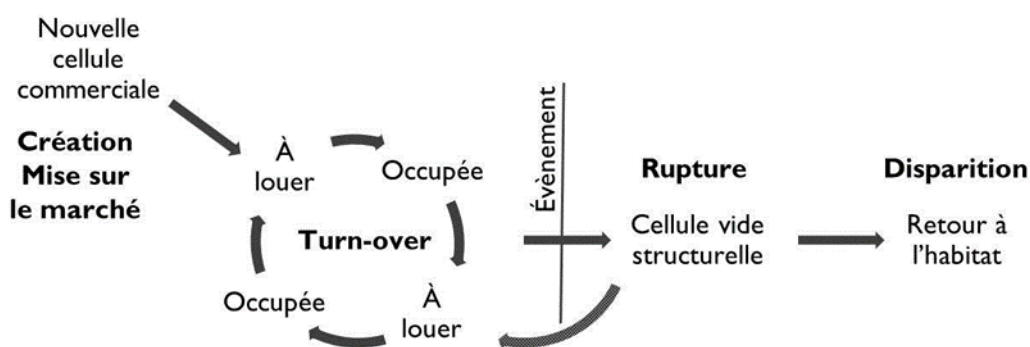


Sur les 38 cellules commerciales vides recensées dans le centre-ville, 17 cellules sont des vides structurels (vides depuis plus de 2 ans), ce qui reste limité pour un nodule commercial de 260 points de ventes. Celles-ci se localisent notamment en entrée du nodule commercial en provenance de Beyne-Heusay et au sein de l’hypercentre.

Une dizaine de cellules vides se situent aux marges du nodule commercial (Figure 7) qui correspondent à des espaces moins dynamiques pour l’activité commerciale. Ce phénomène de vacance aux extrémités des nodules commerciaux est largement généralisé à l’échelle wallonne et n’apparaît pas particulièrement problématique dans le cas de Fléron. Les cellules vides de grande taille (> 400 m²) font déjà toutes l’objet d’un intérêt des promoteurs, sauf pour l’ancien Outlet Center, et devraient rapidement être réaffectées.

Les cellules vides de l’hypercentre doivent en comparaison être soumises à une attention plus particulière. En effet, la formation de vides structurels dans la partie centrale du nodule commercial pourrait conduire à une perte d’attractivité. Ces vides structurels sont d’ailleurs assez nombreux à la sortie de l’hypercentre (vers le rond-point à la jonction avec la rue de la Clef). Les autres cellules commerciales vides de l’avenue des Martyrs sont plus récentes et présentent en général des superficies plus importantes. Elles disposent donc d’un potentiel de réaffectation plus élevé et ne sont pas encore nécessairement en rupture du cycle de fermetures-ouvertures (Figure 8).

Figure 8. Cycle de vie d’une cellule commerciale



Source : Atlas du commerce en Wallonie – SEGEFA-ULiège, 2014

En synthèse, ces deux ensembles apparaissent plus cruciaux en raison de leur position centrale dans l’hypercentre et pourront faire l’objet d’actions ciblées dans les phases suivantes de ce SCDC.

2.3.2.2. Grandes enseignes et niches commerciales

Les grandes enseignes se définissent comme les enseignes internationales et les enseignes nationales disposant d’au moins un point de vente dans deux provinces belges différentes. En 2020, 70 grandes enseignes ont été identifiées dans le centre-ville de Fléron (Tableau 7).

La majorité des grandes enseignes présentes à Fléron concerne le domaine semi-courant léger et celui des services à caractère commercial. La présence de nombreuses grandes enseignes dans le domaine semi-courant léger constitue certainement une force pour le nodule commercial. Elles jouent en effet le rôle de locomotives pour l’ensemble du tissu commercial et permettent d’assurer en partie l’attractivité de Fléron (avec la présence d’indépendants dynamiques et spécialisés).

Tableau 7. Listes des grandes enseignes présentes à Fléron

Domaine d'achat	Grandes enseignes	
Courant	<ul style="list-style-type: none"> • Aldi • Carrefour • Colruyt • Leonidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Lidl • Point Chaud • Proxy Delhaize • Renmans
Semi-courant léger	<ul style="list-style-type: none"> • Bristol • C&A • Cassis-Paprika • Cricket & Co • Di • Eros • Hans Anders • Hunkemöller • Jipex • Kruidvat • Lapperre • Marbaise • Maxi Toys 	<ul style="list-style-type: none"> • Multipharma • Orange • Oxfam • Pearle • Perception • Pro Duo • Terre • Twice as nice • Veritas • Wibra • Yves Rocher • Zeeman
Semi-courant lourd	<ul style="list-style-type: none"> • Auto 5 • Brico • Hubo • Kräfel 	<ul style="list-style-type: none"> • Le Roi du Matelas • Midas • Well
Horeca	<ul style="list-style-type: none"> • Lunch Garden • Mc Donalds 	<ul style="list-style-type: none"> • Pizza Hut
Services à caractère commercial	<ul style="list-style-type: none"> • Axa • Belfius • Beobank • BNP Paribas Fortis • BPost • CBC • CSC • FGTB • Fintro • Generaltour • ING • Ladbrokes • Lukoil 	<ul style="list-style-type: none"> • Luxair tours • Mister Minit • Mutualité chrétienne • Mutualité neutre • Neckermann • Omnimut • P&V • Partners • Planet Sun • Proximus • Shell Express • Solidaris • VOO

Source : SEGEFA – ULiège, 2020

Le maintien et la constitution de ce noyau de grandes enseignes sont un impératif pour n'importe quel nodule commercial et l'identification d'enseignes manquantes est un exercice pouvant mettre en évidence certaines faiblesses ou, au contraire, cibler de futures actions de démarchage. À cet effet, l'offre de Fléron peut être comparée à celles existant dans d'autres nodules commerciaux wallons présentant des tailles et caractéristiques similaires. Quatre nodules commerciaux wallons ont ainsi été sélectionnés en vue d'effectuer ce benchmark : Jambes à Namur, le centre-ville de Braine-l'Alleud, le centre-ville d'Andenne et le centre-ville de Ciney. Cette première approche a été complétée par certaines grandes enseignes, notamment plus locales, identifiées par le SEGEFA et qui pourraient renforcer l'attractivité de Fléron (Tableau 8).

Tableau 8. Exemples de grandes enseignes potentiellement manquantes au centre-ville de Fléron

Grande enseigne	Secteurs	Implantation(s)
Delitrateur	Traiteur	Braine-l'Alleud
Bel&Bo	Confection générale	Ciney
Point Carré	Confection générale	Jambes
Color Code	Confection générale	Province de Liège
JBC	Confection générale	Braine-l'Alleud
Tom Tailor	Confection générale	Province de Liège
Terre Neuve	Confection générale	Province de Liège
Lili Rose	Confection générale	Braine-l'Alleud
Vibs	Confection générale	Andenne
Ville Neuve	Confection générale	Province de Liège
Plume et coton	Linge de maison – Confection	Ciney
Planet Parfum	Parfumerie	Braine-l'Alleud et Ciney
Ici Paris XL	Parfumerie	-
Escapade – Collard	Chaussures – Maroquinerie	Province de Liège

Source : SEGEFA – ULIÈGE, 2019

Le centre-ville de Fléron dispose déjà d'un tissu de grandes enseignes assez complet pour un nodule commercial de cette taille (70 ont été répertoriées). Quantitativement, l'offre existante est donc suffisante pour assurer l'attractivité du nodule commercial. Les grandes enseignes identifiées ci-dessus correspondent donc à celles dont une présence à Fléron pourrait apporter un plus qualitatif au nodule commercial. Ce listing ne correspond pas à un inventaire exhaustif qu'il faudrait avoir la prétention d'accueillir au complet, mais doit plutôt permettre de cibler quelques grandes enseignes ou type de grandes enseignes qui pourraient faire l'objet d'un travail d'accueil à Fléron par exemple. Par ailleurs, des indépendants jouent actuellement le rôle de locomotive dans certains secteurs identifiés (par exemple celui de la parfumerie).

Outre les grandes enseignes, il apparaît également pertinent de comparer les mix commerciaux entre nodules dans une optique de benchmark et d'identification des secteurs étant éventuellement sous ou sur-représentés à Fléron (Tableau 9).

Tableau 9. Comparaison des mix commerciaux avec des nodules commerciaux similaires à Fléron

Nodule commercial	Points de vente	Part des points de vente				
		Courant	Semi-courant léger	Semi-courant lourd	Horeca	Services à caractère commercial
Fléron	260	8%	30%	6%	11%	29%
Jambes	180	11%	23%	3%	24%	19%
Braine-l'Alleud	252	13%	20%	3%	19%	29%
Andenne	257	11%	23%	6%	15%	24%
Ciney	249	8%	28%	4%	16%	23%

Source : SEGEFA – ULIÈGE, 2019

L'offre en achats courants apparaît comme légèrement déficitaire par rapport aux autres nodules commerciaux étudiés. Or, comme mis en évidence lors de ce diagnostic, Fléron dispose d'une offre assez conséquente en grandes surfaces généralistes. Cette différence provient donc davantage d'un léger manque en commerces alimentaires spécialisés (notamment en lien avec les nouvelles tendances des circuits-courts), comme détaillé dans les propositions de niches commerciales (Tableau 10).

Comme expliqué précédemment, l'offre en équipement semi-courant léger constitue l'une des forces attractives de Fléron et la comparaison avec les autres nodules concorde clairement avec cette

observation avec une part du mix nettement supérieure à la moyenne. Il existe cependant quelques niches (cf. Tableau 10), présentes dans les autres nodules, et ces commerces ont pu exister à Fléron avant de fermer.

Enfin, la part de l'horeca dans le mix commercial de Fléron apparaît particulièrement déficitaire au regard des autres nodules commerciaux analysés. En effet, cette part atteint parfois des valeurs plus de deux fois supérieure à celle qui est observée à Fléron. L'analyse des niches commerciales proposée ci-dessous permet en outre d'identifier le type d'établissement horeca dont il est surprenant de ne pas constater une présence plus importante à Fléron. Ceux-ci pourraient faire l'objet d'une démarche en vue d'attirer de nouveaux exploitants, ce qui constituera une piste de réflexion lors des prochaines phases de ce SCDC.

Tableau 10. Niches commerciales potentielles pour le centre-ville de Fléron

Niches commerciales	Domaine d'achat	Points de vente à Fléron	Moyenne dans les autres nodules commerciaux	Standing recherché
Epicerie – Supérette (dont circuits-courts)	Courant	1	4	Moyen - Haut
Alimentation biologique	Courant	1	2	Haut
Traiteur	Courant	1	3	Moyen - Haut
Café – Thé – Salon	Courant – Horeca	0	2	Moyen - Haut
Costumes – Robes	Semi-courant léger	0	1	Haut
Mercerie – Tissus	Semi-courant léger	1	2	Haut
Librairie – Bouquinerie	Semi-courant léger	0	2	Moyen
Jeux vidéos	Semi-courant léger	0	1	Moyen
Instruments de musique	Semi-courant léger	0	1	Moyen - Haut
Restaurant	Horeca	5	16	Moyen - Haut
Sandwicherie	Horeca	2	4	Haut
Brasserie	Horeca	2	4	Moyen - Haut
Glacier	Horeca	1	3	Moyen

Source : SEGEFA – ULIège, 2019

2.3.3. L'offre de proximité

L'offre de proximité à Fléron, en dehors du centre-ville de la commune, est structurée par l'urbanisation lâche de la commune et l'inexistence de réels centres villageois. En effet, en dehors de l'offre située le long de la N3, l'offre commerciale de la commune est particulièrement limitée et les points de vente sont généralement isolés le long des principales rues de la commune.

Il est ainsi particulièrement difficile d'identifier des « points de proximité », où plusieurs commerces locaux de proximité se rassemblent. Ils sont ainsi absents des nœuds territoriaux où l'on pourrait habituellement attendre ce type d'offre comme la place Hector Dennis à Romsée ou la rue du Village à Magnée. À la place, l'offre est plutôt localisée le long des principales rues comme les rues Émile Vandervelde et Roosevelt (Romsée), la rue de Magnée, ainsi que les rues Carl Jost et de la Vaulx (Retinne).

Il est donc particulièrement difficile d'évaluer l'adéquation de cette offre par rapport à la population résidente. Il sera également complexe d'avoir une action ciblée sur celle-ci par la suite : la dispersion importante de l'offre et la taille (par définition) limitée des commerces ne laissent place qu'à des actions générales à l'échelle communale. Ces éléments soulignent en fait l'omniprésence du centre-ville, qui reste facilement accessible depuis l'ensemble du territoire communal, dans l'offre commerciale de la commune. Le centre-ville de Fléron joue à deux échelles : la desserte de la population locale et l'attractivité commerciale à une échelle supracommunale comme nous le détaillerons lors de l'analyse de la demande commerciale (cf. 3).

2.3.4. Bilan AFOM de l'offre commerciale

Le Tableau 11 propose une synthèse des observations précédentes sous forme de bilan AFOM. Comme mis en évidence précédemment, le centre-ville de Fléron dispose de nombreux atouts commerciaux, mais également de faiblesses ponctuelles sur lesquelles il conviendra de travailler lors des phases suivantes du SCDC.

Tableau 11. Bilan AFOM du centre-ville de Fléron

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> Le centre de Fléron constitue un nodule commercial clairement individualisé avec un volume de commerces relativement important qui lui confère une certaine attractivité Fléron est un pôle commercial historique de l'est de l'agglomération liégeoise avec une identité et une offre commerciale diversifiée La part de l'équipement semi-courant léger dans le mix commercial du centre-ville est importante et constitue une spécificité commerciale attractive La part des grandes enseignes est satisfaisante dans l'offre commerciale Un tissu d'indépendants est concentré dans les zones traditionnelles du nodule commercial (spécificité) Plusieurs locomotives commerciales sont présentes sur la commune L'offre en équipement semi-courant léger est plutôt concentrée dans l'hypercentre traditionnel, et encore relativement limitée dans les parcs commerciaux (complémentarité plutôt que concurrence interne) Les accessibilités voiture et bus sont élevées Le stationnement est correctement hiérarchisé et la capacité en stationnement est importante Le nombre de cellules vides et le taux de vacance se sont réduits entre 2019 et 2020 	<ul style="list-style-type: none"> Les grandes enseignes sont dispersées tout au long du l'axe du nodule commercial (pouvant diluer leur attractivité cumulée) Le nodule manque de locomotives commerciales en équipement semi-courant léger Les structures urbaine et commerciale sont peu favorables à la flânerie (présence de ruptures entre les différentes zones commerciales) L'offre en restauration est faible Les principales locomotives alimentaires sont isolées dans des parcs commerciaux aux deux extrémités du nodule commercial Le taux de vacance est plus important dans l'hypercentre que dans le reste du nodule commercial Des cellules vides structurelles se sont formées le long de l'avenue des Martyrs dans l'hypercentre La congestion routière aux heures de pointe La saturation des espaces de stationnement le long de l'avenue des Martyrs La taille moyenne des cellules commerciales est particulièrement faible dans les zones traditionnelles du nodule commercial
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> Venue de nouveaux investisseurs et ménages en lien avec la mise en œuvre du Master Plan qui devrait redéfinir la centralité à Fléron Le développement du web to store et des solutions en e-commerce pour les indépendants L'arrivée du BHNS qui va engendrer une restructuration de l'offre en TEC 	<ul style="list-style-type: none"> Le manque de contrôle sur les aménagements routiers de la N5 (voirie régionale, problématique de gouvernance) Les longues périodes de travaux prévues (PUM et Master Plan) Le renforcement progressif de l'offre commerciale dans les pôles commerciaux concurrents

3. La demande commerciale

3.1. Accessibilité et contexte concurrentiel

L'enveloppe isochrone est un concept utilisé en géomarketing pour mesurer l'accessibilité d'un site ou d'une ville. Ces courbes sont tracées à partir d'un algorithme de propagation qui prend en compte les

vitesse maximale autorisée sur chaque tronçon de route de 10 m de long. Ainsi, chaque tronçon est qualifié d’une distance-temps par rapport au site initial selon le chemin le plus court qui le sépare du site. Ces courbes sont, bien sûr, théoriques et ne tiennent pas compte de divers facteurs comme, par exemple, les ralentissements résultant des feux de signalisation, des ronds-points ou de la circulation par exemple. Cependant, après vérification de quelques itinéraires sur le terrain, la configuration des courbes tracées par l’algorithme est assez conforme à la réalité.

L’accessibilité constitue un premier facteur permettant d’expliquer la fréquentation des nodules commerciaux et l’extension des zones de chalandise. En effet, outre sa composition et son environnement commercial, un nodule commercial sera d’autant plus fréquenté qu’il dispose d’une bonne macroaccessibilité ou, en d’autres termes, qu’il soit facilement accessible aux clients. Il est ainsi courant d’établir les associations suivantes :

- L’enveloppe des 10 minutes en voiture correspond à un rayonnement local, de type supermarché en milieu urbain.
- L’enveloppe des 15 minutes en voiture correspond à un rayonnement supralocal, de type hypermarché en milieu urbain.
- L’enveloppe des 20 minutes en voiture correspond à un rayonnement d’une polarité principale, type centre commercial, en milieu urbain.

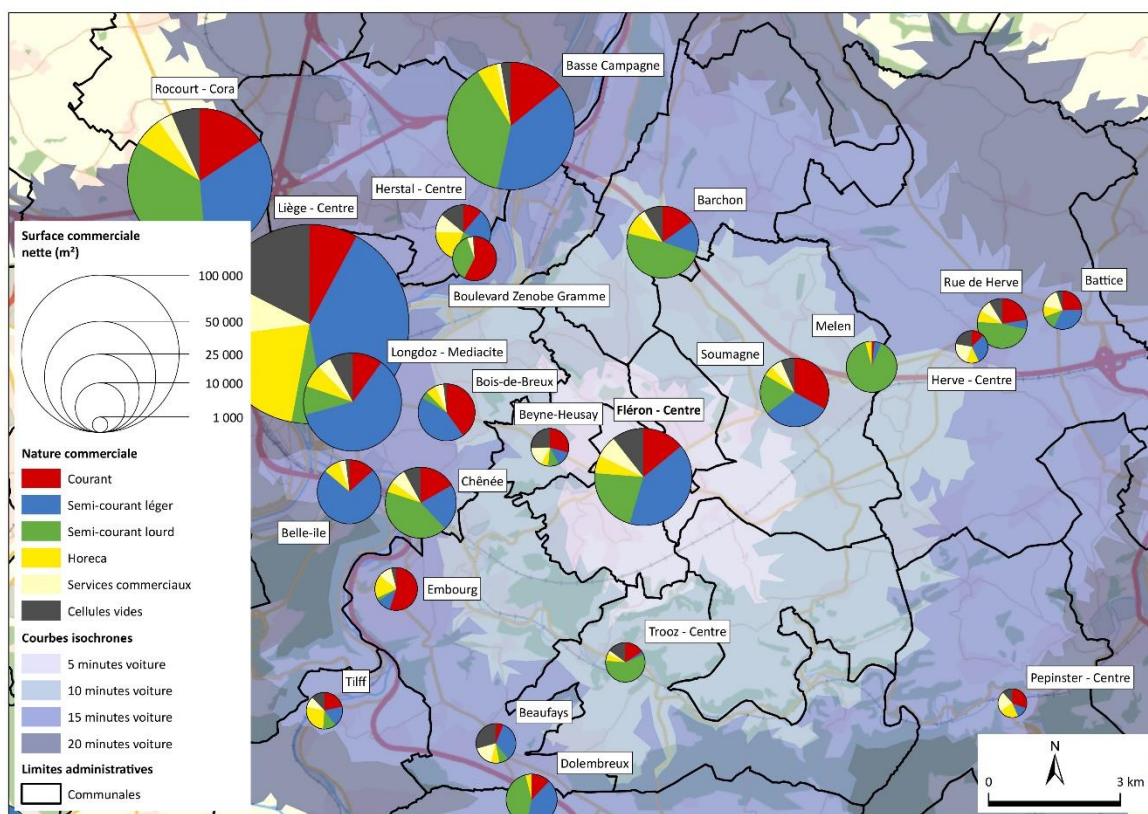
En conséquence, si l’on ne dispose pas de données sur le comportement spatial des chalands, les enveloppes isochrones jouent un rôle central lors de la définition des zones de chalandise. Outre l’accessibilité, l’offre commerciale constitue l’un des autres principaux paramètres expliquant le comportement d’achat des chalands. La Figure 9 présente l’offre des nodules commerciaux situés à proximité de Fléron (relevé 2019), superposée aux courbes isochrones établies au départ du centre de Fléron.

L’accessibilité est évidemment fonction des grands axes routiers et les enveloppes isochrones s’étendent le long de la N3 et des autres nationales. L’enveloppe des 5 minutes couvre la quasi totalité du territoire communal. L’enveloppe des 15 minutes s’étend jusqu’à Herve et Barchon à l’est et atteint le centre de Liège à l’ouest.

Comme mis en évidence lors de l’analyse de l’offre commerciale de la commune (cf. 2.3.2), Fléron est un pôle commercial historique de l’est de l’agglomération liégeoise avec une offre commerciale globalement diversifiée. En outre, une de ses spécificités est la part élevée de l’équipement semi-courant léger dans son offre commerciale qui lui confère une certaine attractivité, comme nous le détaillerons par la suite (3.2). Le centre de Fléron constitue donc un nodule commercial clairement individualisé et spécifique, notamment au regard de ses concurrents proches.

Soumagne et Blégny (Barchon) sont les deux polarités commerciales les plus proches de Fléron (< 15 minutes voiture) et disposant d’un poids commercial suffisant pour constituer des concurrents directs. Ces communes ont par ailleurs assisté au développement d’une offre commerciale en semi-courant léger relativement importante. Or ce domaine d’achat constitue l’une des spécificités fléronnaise et un facteur d’attractivité important des nodules commerciaux en général. Fléron peut faire valoir son offre commerciale plus conséquente (logique de polarité et de destination d’achat), mais le développement d’une offre attractive dans ses communes limitrophes a vraisemblablement conduit à une redistribution des flux de clients. Ce phénomène s’est d’autant plus marqué qu’une uniformisation des niveaux de gamme s’est opérée : on retrouve des niveaux de gamme moyen partout et le haut de gamme a disparu de Fléron alors qu’il y était encore présent il y a une quinzaine d’années (comme dans la plupart des polarités secondaires en Wallonie).

Figure 9. Contexte concurrentiel autour de Fléron



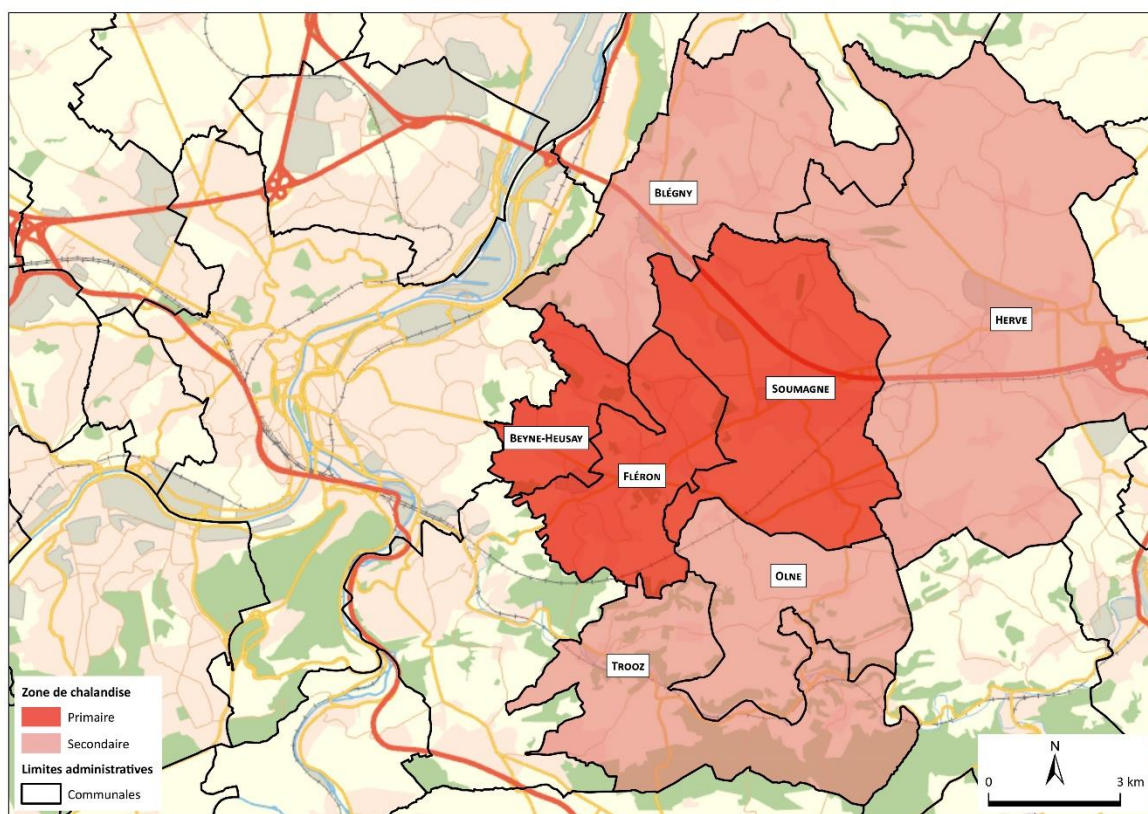
Au-delà des communes limitrophes, le centre de Liège est la plus grande polarité commerciale de l'agglomération et constitue certainement une destination commerciale de choix, disposant de niveaux de gamme diversifiés (tant vers le plus bas de gamme que vers le haut). Outre le centre-ville, Liège dispose également de plusieurs centres commerciaux planifiés (Belle-Île, Mediacité et Cora Rocourt) dont l'accessibilité voiture élevée et leurs mix commerciaux leur assurent une attractivité importante.

Ces nodules commerciaux définissent les principaux flux de clients à l'échelle de l'agglomération liégeoise et dressent les contours d'un contexte concurrentiel dont il convient de tenir compte. Toutefois, ils constituent clairement une offre commerciale d'un ordre supérieur à celui de Fléron qu'il apparaît difficile de concurrencer directement au niveau local.

3.2. Zone de chalandise

Pour rappel, la zone de chalandise constitue l'espace au sein duquel une forte relation de marché existe entre l'offre commerciale et la population résidente (cf. 2.1.3). En d'autres termes, la zone de chalandise est le territoire depuis lequel une polarité ou un pôle commercial capte l'essentiel de sa clientèle. La zone de chalandise primaire rassemble 60% de la clientèle tandis que la zone secondaire, lorsqu'elle est ajoutée à la primaire, rassemble 90% des clients.

Figure 10. Zone de chalandise de Fléron



Sur base de l'enquête MOVE sur le comportement spatial des consommateurs en Wallonie, la zone de chalandise de Fléron rassemble 3 communes en zone primaire et 4 communes en zone secondaire. La zone primaire s'étend sur une zone d'approximativement 10 minutes voiture le long de la N3. La zone de chalandise secondaire s'étend vers la vallée de la Vesdre et le pays de Herve, mais les taux de pénétration y sont plus faibles qu'en zone primaire, comme nous le détaillerons ci-dessous. De manière générale, la zone de chalandise s'étend davantage vers l'est car le rayonnement de Fléron vers l'ouest est limité par l'offre commerciale particulièrement importante à Liège (voir plus haut, 3.1). Fléron s'intègre d'ailleurs dans la zone de chalandise de Liège, et bénéficie d'une zone de chalandise sur l'est en tant que polarité commerciale secondaire de l'agglomération.

Tableau 12. Caractéristiques de la zone de chalandise

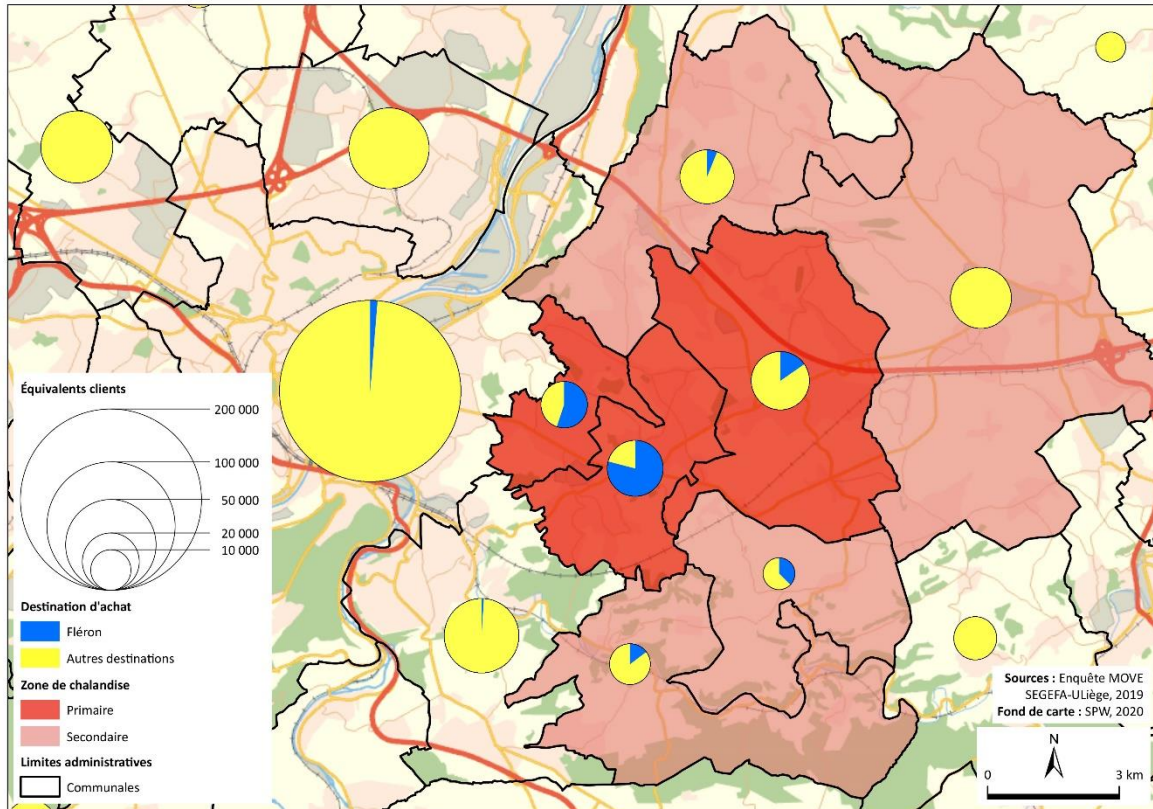
Indicateurs	Primaire	Secondaire
Population	45 301	43 340
Évolution population 2017-2020	-0,2%	+0,4%
Ménages	19 650	18 408
Revenu moyen par habitant	17 182 €	19 270 €
Taux de pénétration – Achats courants	48%	14%
Taux de pénétration – Achats semi-courants légers	26%	5%
Taux de pénétration – Achats semi-courants lourds	16%	7%

Source : Statbel et MOVE – SEGEFA-ULIège, 2019

La zone de chalandise de Fléron regroupe plus de 88 000 habitants pour 38 000 ménages. La population au sein de la zone est relativement stable au cours des dernières années et s'est même légèrement réduite au sein de la zone primaire, ce qui constitue une faiblesse. Ainsi, la finalisation de projets immobiliers et l'arrivée de nouveaux ménages sur le territoire communal permettront

d'augmenter directement le potentiel de la zone de chalandise. L'attractivité commerciale et l'attractivité résidentielle sont intrinsèquement liées. Le pouvoir d'achat est en outre plus important au sein de la zone secondaire que de la zone primaire, et la polarisation de la zone de chalandise diffère selon le type d'achats, comme nous le détaillerons ci-dessous.

Figure 11. Polarisation de la zone de chalandise pour les achats courants



Les habitudes d'achat en matière d'achats courants se caractérisent par une logique de proximité. En effet, la couverture de l'offre pour ce type d'achats fortement récurrents est particulièrement dense et les clients s'orientent généralement vers les points de vente les plus proches de leur lieu de résidence ou étant aisément accessibles (trajet domicile-travail, etc.). Ceci s'observe particulièrement au niveau des taux de pénétration au sein de la zone de chalandise primaire où plus de 75% des habitants de Fléron et plus de 50% des habitants de Beyne-Heusay effectuent leurs achats à Fléron. En corollaire, les taux de pénétration diminuent rapidement avec la distance et la présence d'une offre concurrente. Ainsi, en dehors d'Olné qui ne dispose pas d'une réelle offre pour ce type d'achat, les autres communes de la zone de chalandise présentent des taux de pénétration relativement faibles (particulièrement Herve et Blégny).

Les achats semi-courants légers correspondent par définition à des achats plus spécifiques et moins récurrents que les achats courants. Les consommateurs présentent dès lors des comportements plus « zappeurs » (multipliant les destinations d'achat), sont disposés à effectuer de plus grandes distances, et se dirigent généralement vers les polarités les plus attractives. Ce type d'achat présente une logique de destination plutôt que de proximité qui caractérisait les achats courants.

Figure 12. Polarisation de la zone de chalandise pour les achats semi-courants légers

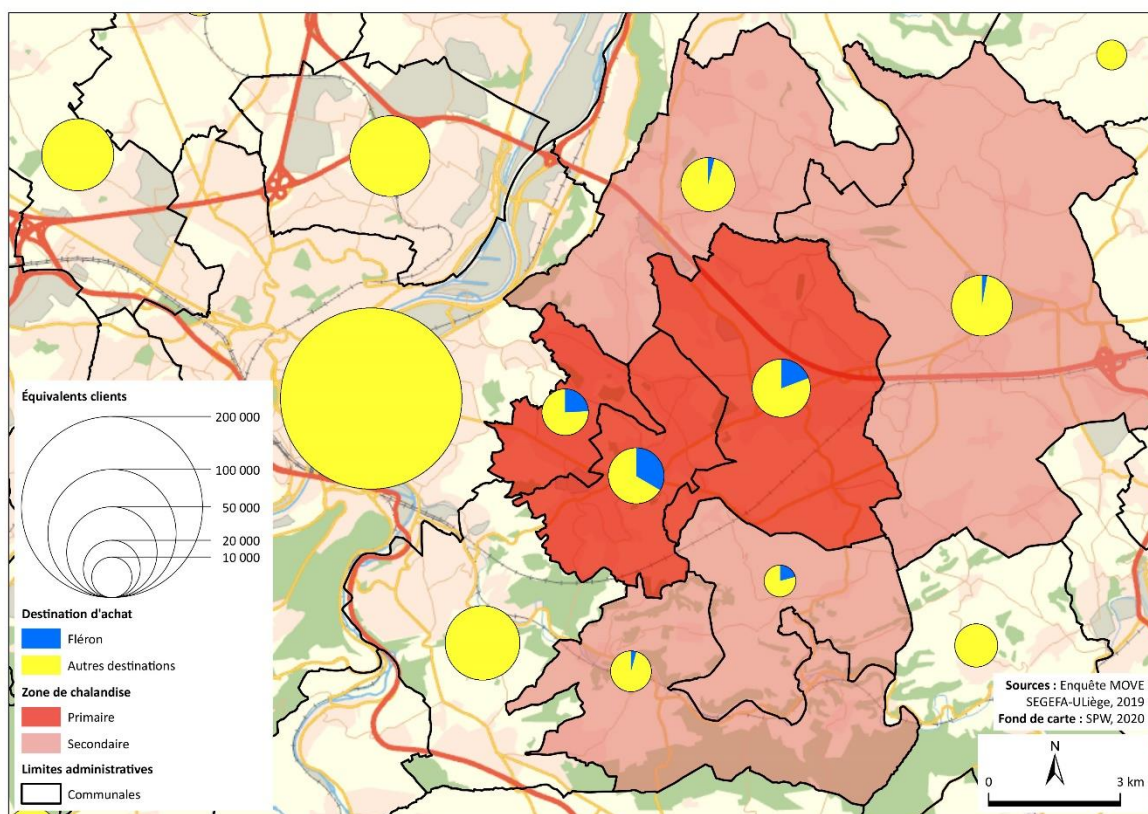
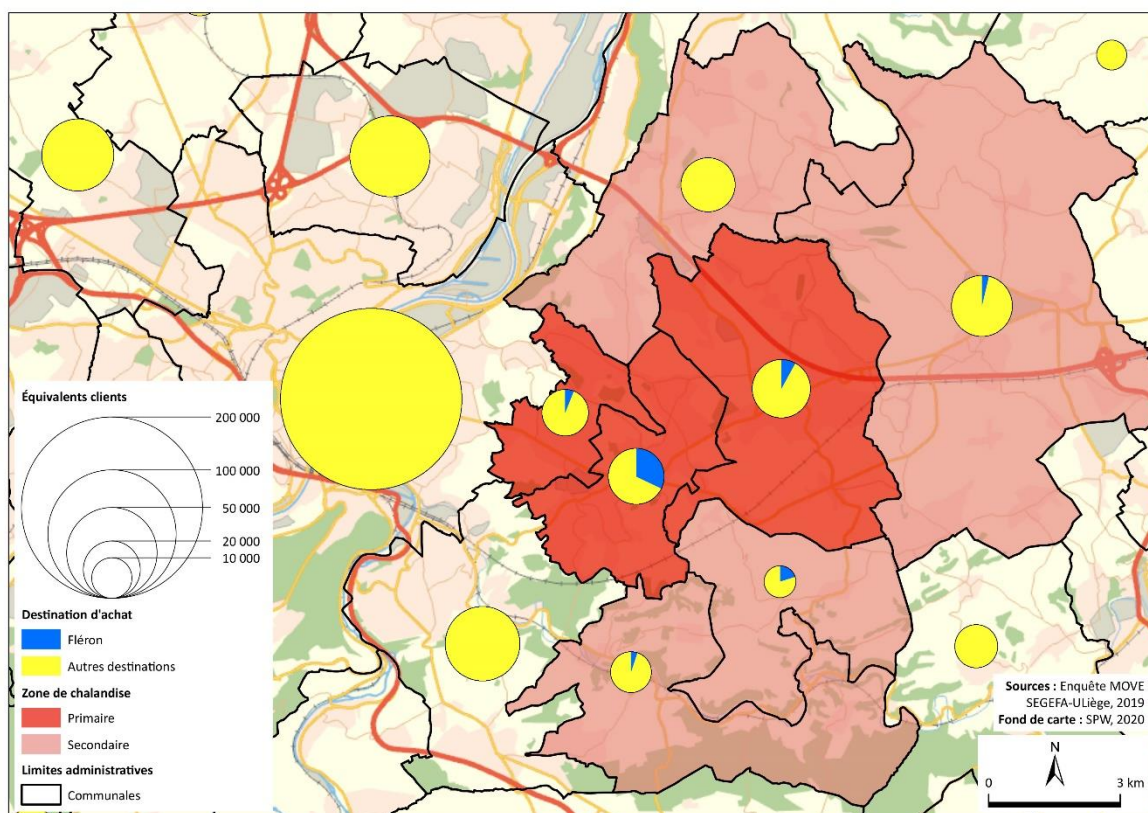


Figure 13. Polarisation de la zone de chalandise pour les achats semi-courants lourds



Les taux de pénétration sont en conséquence globalement plus faibles au sein de la zone de chalandise que pour les achats courants (tendance globale). La concurrence étant plus intense (cf. plus bas – 3.3), le taux de pénétration moyen au sein de la zone de chalandise primaire n’atteint qu’un peu plus de 25 %. La polarisation en zone secondaire se réduit davantage pour n’atteindre que 5 % en moyenne. Seule Olne présente un taux plus important, mais la commune étant relativement peu peuplée, celle-ci ne contribue que modestement à la clientèle globale de Fléron. Toutefois, la logique de destination et de polarité permet d’attirer les clients sur des distances importantes et des habitants de communes plus éloignées, comme Herve, sont ici disposés (bien qu’en nombre limité) à se rendre jusque Fléron, contrairement à ce qui est observable pour les achats courants.

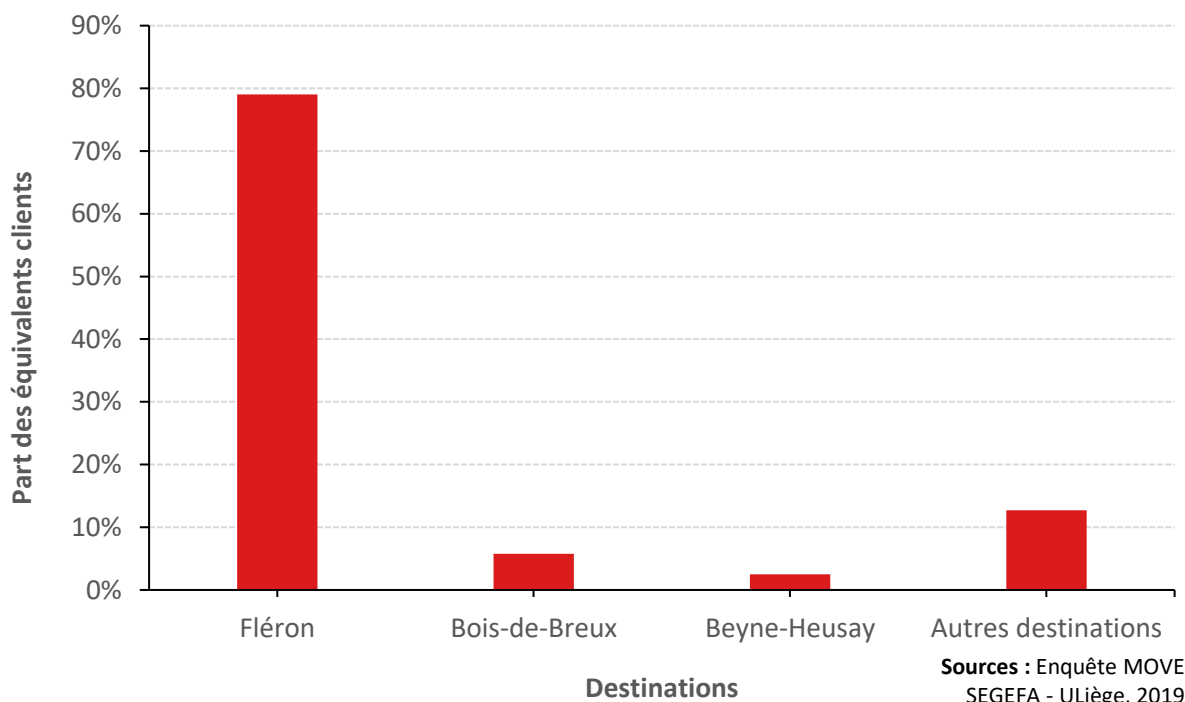
Les achats semi-courants lourds présentent une logique relativement proche des achats semi-courants légers. La distance a toutefois un effet plus important et les taux de pénétration diminuent rapidement dans les communes voisines, comme dans le cas des achats courants. L’offre à Fléron n’étant en outre pas particulièrement conséquente dans le domaine semi-courant lourd (contrairement au semi-courant léger qui constitue une spécificité commerciale, pour rappel), il apparaît logique que la polarisation pour ce type d’achats soit la moins intense parmi les trois.

3.3. Habitudes d’achat des Fléronnais

Les variations de polarisation observées ci-dessus sont dues à des comportements et des destinations d’achats radicalement différents selon le domaine d’achat. En effet, la spécificité et la récurrence de l’achat, le mix commercial existant, les enseignes présentes et la distance au consommateur sont autant de paramètres pouvant expliquer les décisions d’achat.

Comme mis en évidence précédemment, les achats courants se caractérisent par une logique de proximité. Fléron constitue dès lors logiquement la première destination d’achat des Fléronnais et l’évasion du pouvoir d’achat est particulièrement limitée (Figure 14).

Figure 14. Principales destinations d’achat des Fléronnais pour les achats courants

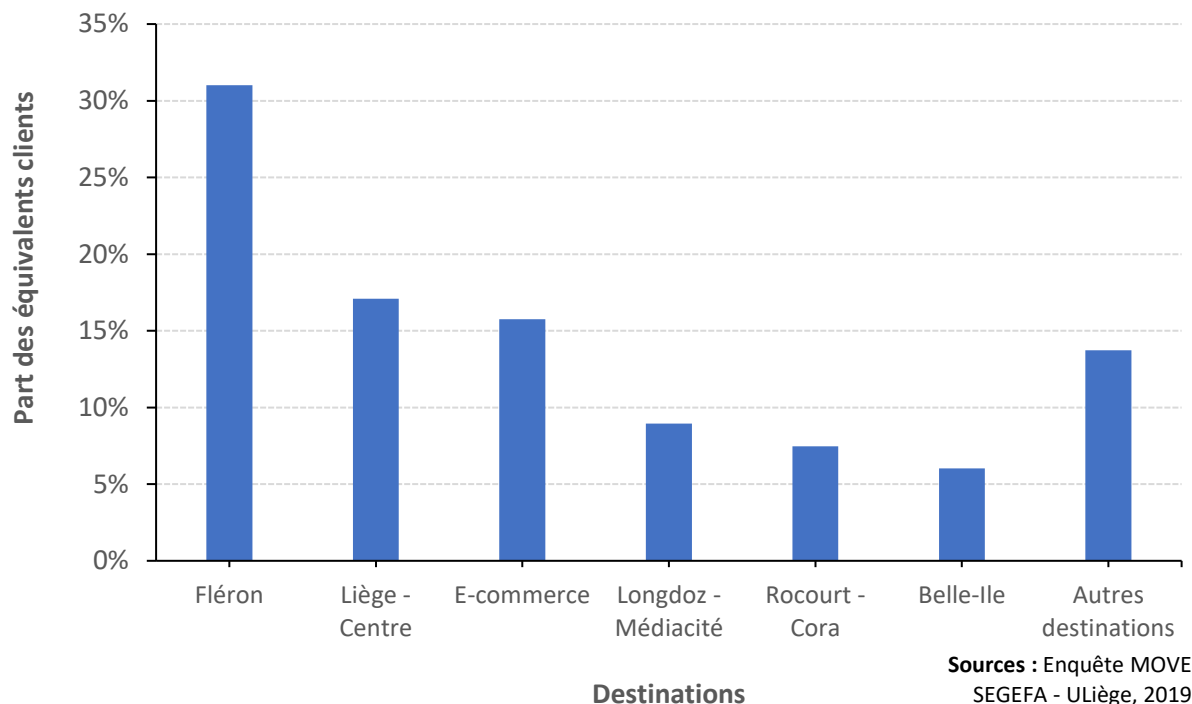


Fléron dispose d’une offre en supermarchés assez conséquente (cf. 2.3.1) et la plupart des grandes enseignes y sont représentées. En moyenne, 80% des habitants effectuent leurs achats sur le territoire

communal. Bois-de-Breux (6%), grâce à sa position d’interception en direction de Liège le long de la N3 et son offre en supermarchés (Carrefour Market, Delhaize, Aldi et Lidl), et Beyne-Heusay (3%), grâce à sa proximité (Intermarché Super), constituent les deux autres destinations assez régulièrement fréquentées par les habitants de Fléron.

Le nombre de destinations d’achat et l’évasion du pouvoir d’achat sont par contre bien plus élevés pour les achats semi-courants légers (Figure 15), illustrant le comportement plus « zappeur » des consommateurs pour ce type d’achat.

Figure 15. Principales destinations d’achat des Fléronnais pour les achats semi-courants légers



Bien que son attractivité soit moins importante que pour les achats courants, le centre de Fléron constitue toujours la première destination d’achat des Fléronnais. Ceci confirme la précédente analyse de l’offre commerciale identifiant le domaine semi-courant léger comme une spécificité commerciale de Fléron qu’il conviendra de renforcer.

Le classement des destinations activement fréquentées par les habitants de Fléron est complété par les principaux nodules commerciaux de Liège, qui constituent une offre particulièrement concurrentielle et attractive. Outre le centre-ville, qui accueille le plus grand nodule commercial de l’agglomération pour rappel (cf. 3.1), les centres commerciaux planifiés de la ville sont activement fréquentés par les Fléronnais. Soumagne et Barchon (agrégés, parmi d’autres, dans la catégorie « autres destinations ») ne possèdent que des parts de marché limitées à Fléron. Toutefois, le renforcement de l’offre dans ces nodules commerciaux a vraisemblablement réduit l’attractivité de Fléron dans les parties est et nord de sa zone de chalandise.

L'e-commerce occupe aujourd'hui 16% de parts de marché pour l'équipement semi-courant léger à Fléron. Ce canal de vente a connu une croissance très rapide au cours des dix dernières années et bénéficie d'un poids commercial comparable à celui du centre de Liège dans les habitudes d'achat des Fléronnais. Dans les faits, le marché de l'e-commerce est dominé par les grandes plateformes numériques (Zalando, Amazon, etc.) et cette croissance peut donc s'apparenter à une augmentation de l'évasion du pouvoir d'achat qui réduit le potentiel disponible pour les commerces locaux. Le positionnement sur le net, pas uniquement pour la vente mais aussi pour la visibilité, constitue un enjeu majeur pour le commerce physique qui doit aujourd'hui viser la débanalisation par rapport à cette offre omniprésente en ligne.

Les habitudes de Fléronnais en matière d'achats semi-courants lourds sont marquées par la prédominance d'une enseigne du secteur : Ikea (Figure 16). Celles-ci va en effet définir les principaux flux de clients dans les régions où elle est implantée.

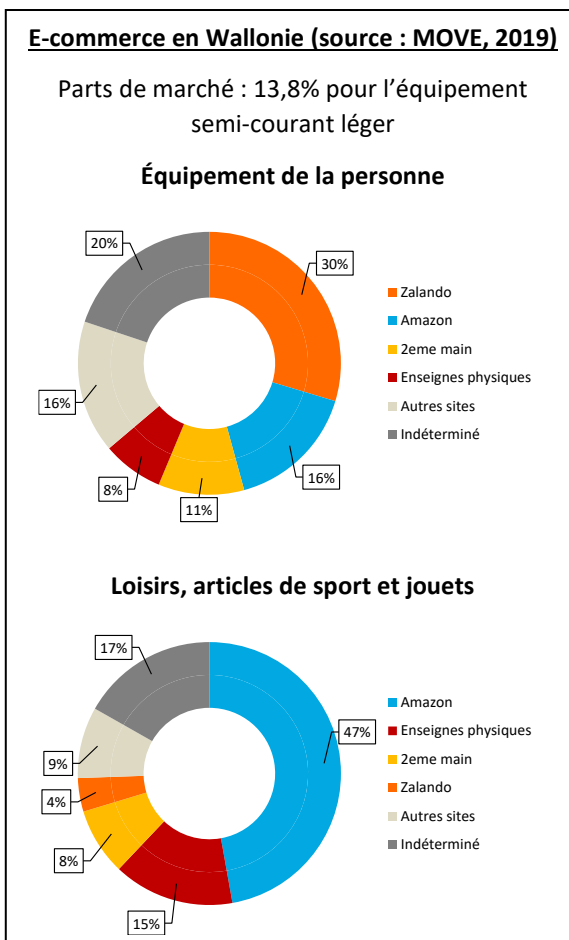
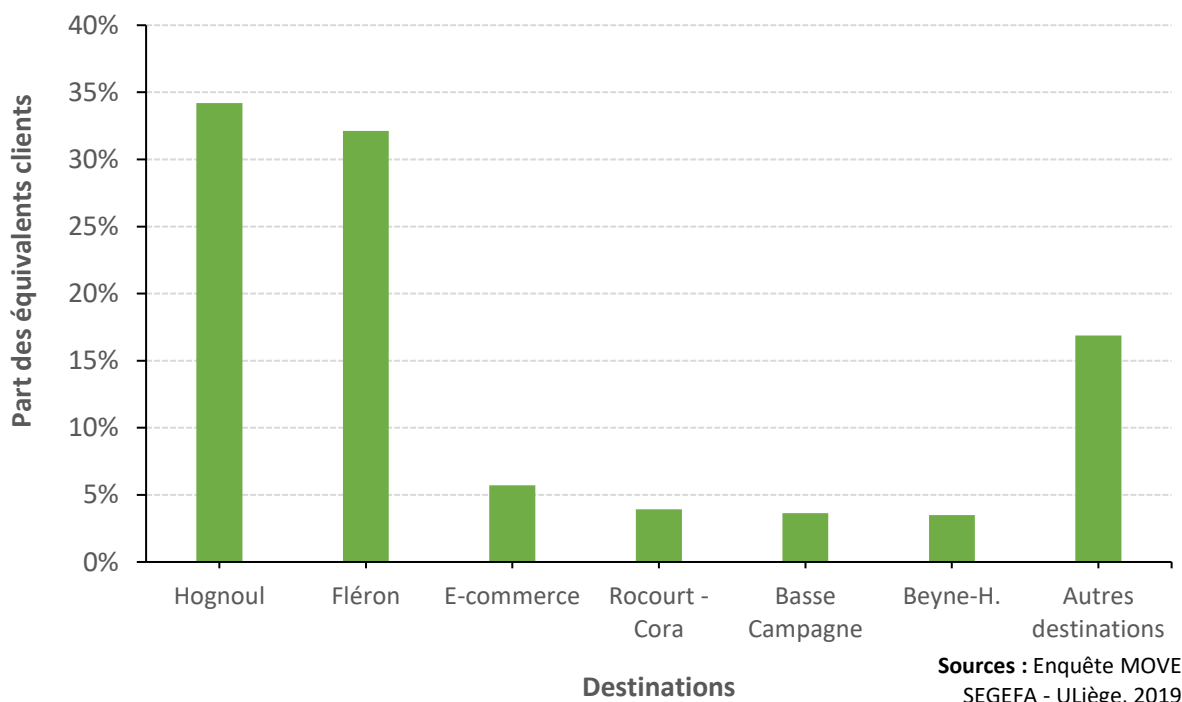


Figure 16. Principales destinations d'achat des Fléronnais pour les achats semi-courants lourds



Fléron est bien équipée dans le domaine du bricolage (Brico et Hubo), mais présente des faiblesses dans le domaine de l'ameublement, de la décoration et de l'électroménager. La commune doit donc

s’effacer derrière la polarité d’Hognoul, tirée par sa locomotive Ikea, qui constitue la première destination d’achat des Fléronnais.

Ces deux destinations attirent en moyenne 66% des habitants de Fléron pour les achats semi-courants lourds. Elles sont complétées par une série de nodules commerciaux dont l’attractivité est plus réduite à Fléron et est généralement liée à la présence d’une enseigne spécifique (Mediamarkt à Basse Campagne ou Selexion à Beyne-Heusay par exemple). Notons également l’émergence de l’e-commerce pour ce type d’achat, bien qu’elle soit plus modérée que dans le cas du semi-courant léger. Cette croissance est notamment poussée par le marché de la seconde main qui a véritablement réussi à s’ancrer dans les habitudes pour ce type d’achats au cours des cinq dernières années.

4. Mobilité

Selon le PICM, la voiture est « le moyen de déplacement le plus utilisé pour se rendre aux commerces » (Tritel et Pluris, 2009), tandis que l’utilisation des transports en commun et les déplacements à pied sont bien plus limités. Cette observation est confirmée par les données MOVE (2019), où 86 % des Fléronnais interrogés ont déclaré avoir recours en premier lieu à la voiture pour effectuer leurs achats. Le PICM insiste par ailleurs sur la pression en stationnement dans le centre traditionnel de Fléron causée par les activités commerciales et de services dans l’avenue des Martyrs.

Comme mis en évidence précédemment, le nodule commercial s’est développé grâce et autour de la N3. L’accessibilité et le stationnement jouent un rôle crucial dans la vie commerciale du nodule. Le maintien d’une accessibilité élevée et d’un transit au travers du nodule constituent des impératifs. Afin de garantir le bon fonctionnement du commerce, « son accessibilité et l’offre en stationnement doivent être assurées » (Tritel et Pluris, 2009).

Le plan de stationnement actuel apparaît bien adapté à la situation commerciale observée. L’extension de la zone à disque apparaît globalement bien adaptée par rapport à la taille et au fonctionnement du nodule commercial, et permet d’assurer une rotation du stationnement. Le passage en zone de stationnement payant, ou à l’inverse, la mise en stationnement libre de l’avenue des Martyrs ne constituent pas des solutions opportunes au regard de la taille et des caractéristiques du tissu commercial. Ceci rejoint d’ailleurs les conclusions du PICM qui préconisait la mise en place d’une zone à disque en raison des taux d’occupation observés dans le centre-ville.

La capacité globale du centre-ville de Fléron est par ailleurs relativement importante : 150 places dans l’Avenue des Martyrs et plus de 600 places dans les parkings annexes aux alentours du nodule commercial, notamment celui du Bay-Bonnet et du Cadran. En 2009, le PCIM recensait un volume comparable avec 457 places de stationnement dans le centre-ville.

Malgré ces éléments, la circulation et le stationnement à Fléron sont généralement perçus négativement par les habitants et chaland. Ceci s’explique par la congestion de l’axe aux heures de pointe et la saturation des espaces de stationnement dans la partie centrale de l’avenue des Martyrs (tandis que les parkings annexes apparaissent en comparaison sous-occupés). En conséquence, deux enjeux majeurs en matière de mobilité devront faire l’objet d’une attention particulière lors des phases suivantes de ce SCDC : la fluidité du trafic sur l’avenue des Martyrs (notamment en lien avec le réaménagement l’axe prévu pour l’accueil de la ligne BHNS dans le PUM), ainsi que la hiérarchisation et la signalisation des différents espaces de stationnement.

5. Synthèse communale et schématisation du fonctionnement

Le centre-ville de Fléron rassemble un peu moins de 80% de l’offre commerciale de la commune et constitue donc la principale zone d’enjeux en matière de planification commerciale. Le reste de l’offre

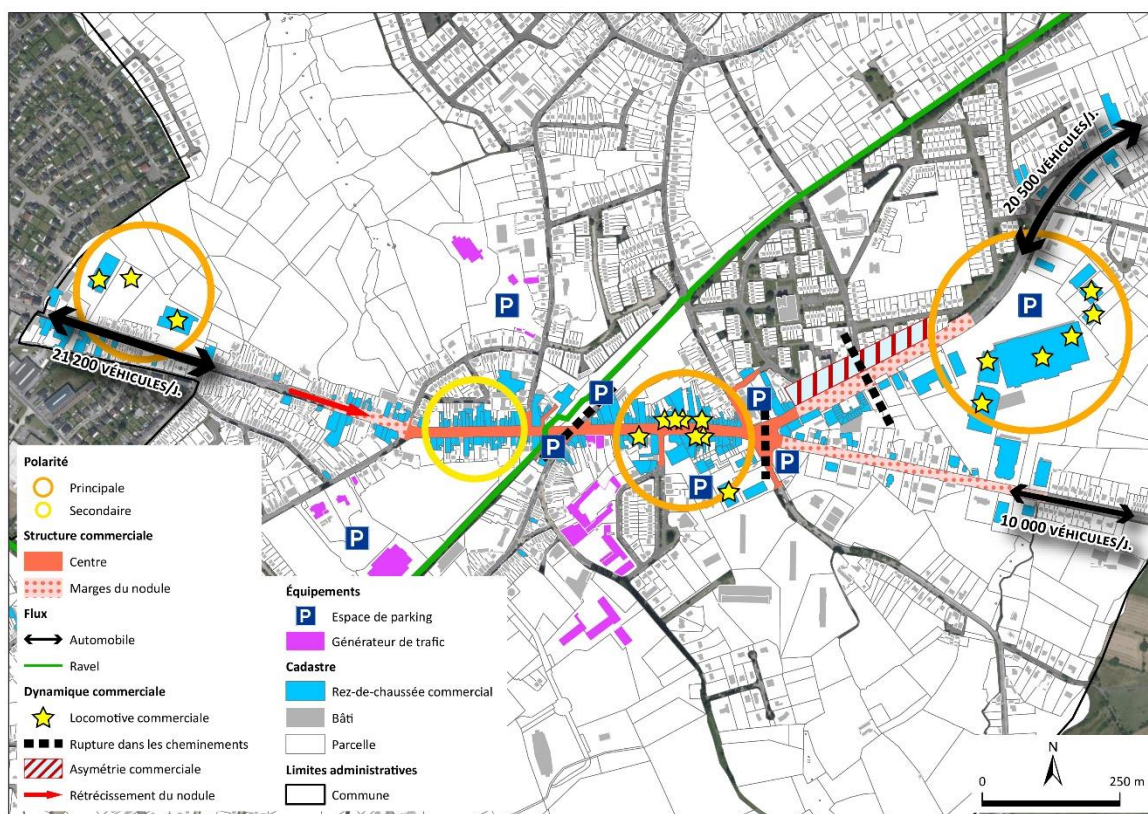
commerciale correspond à l'offre dispersée le long de la N3 (en direction de Soumagne), ou une offre de proximité située sur les principaux axes secondaires de la commune.

Le centre-ville joue un rôle double à deux échelles spatiales différentes. Premièrement, il constitue une offre de proximité pour les Fléronnais et la population active présente sur le territoire communal durant la journée (générateurs de trafics et pôle d'emplois). Deuxièmement, il forme une destination commerciale attractive, notamment pour les achats semi-courants légers, rayonnant sur 7 communes de l'est de l'agglomération liégeoise.

Cette attractivité est conférée par trois polarités distinctes au sein du nodule commercial (Figure 17) : l'hypercentre de la rue des Martyrs (achats semi-courants légers), le parc commercial Carrefour (achats courants, semi-courants légers et lourds) et la zone Colruyt-Aldi (achats courants et semi-courants lourds). Ces trois polarités rassemblent en effet les principales grandes enseignes du nodule qui jouent le rôle de locomotives commerciales et permette de drainer un volume important de chalands.

En parallèle, une polarité spécifique se situe en entrée de ville sur l'avenue des Martyrs. Celle-ci rassemble de nombreux commerçants indépendants et présente un profil plus mixte laissant davantage de place aux services à caractère commercial. Elle apparait de ce point de vue particulièrement complémentaire à la polarité de l'hypercentre, avec qui elle forme le tissu commercial traditionnel du nodule.

Figure 17. Schématisation du fonctionnement commercial du centre-ville de Fléron



Les quatre polarités sont liées par le flux automobile principal de la N3 qui traverse la commune et qui a permis le développement de l'offre commerciale à Fléron. Ce flux constitue un élément crucial qui conditionne le fonctionnement commercial à Fléron. Malgré cet axe routier structurant, le nodule commercial est affecté par plusieurs ruptures dans ses cheminements clients. Celles-ci apparaissent problématiques et détritantes à la constitution d'un effet de masse qui incite à venir flâner à Fléron.

Plutôt que de permettre au nodule de fonctionner comme une zone commerciale cohérente, ces ruptures engendrent des déplacements internes en voiture où les chalands reprennent leur véhicule pour se déplacer entre les polarités.

Les polarités fonctionnent donc relativement indépendamment les unes des autres, ce qui limite les synergies commerciales et peut engendrer certaines concurrences internes. Les offres commerciales des polarités doivent donc rester complémentaires afin de maintenir l'équilibre commercial, et éviter un phénomène de cannibalisme interne à la commune.

Bien que ces éléments jouent en sa défaveur, Fléron bénéficie clairement d'une densité commerciale élevée et d'une identité bien définie (particulièrement au regard des autres nodules commerciaux concurrents situés le long de la N3). Fléron peut en outre s'appuyer sur plusieurs projets majeurs à l'étude dans son centre-ville, qui seront notamment explorés lors de la constitution des scénarios dans la deuxième phase du SCDC, et qui doivent lui permettre de renforcer son rôle comme le principal centre secondaire de l'est de l'agglomération liégeoise.



Université de Liège
Faculté des sciences
Département de géographie
Service d'Études en Géographie Économique Fondamentale et Appliquée



SCHÉMA COMMUNAL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE FLÉRON

PHASE 2 – SCÉNARIOS ET OPTIONS DE DÉVELOPPEMENT

COMMUNE DE FLÉRON
CAHIER SPÉCIAL DES CHARGES 2020-113

AVRIL 2021

TABLE DES MATIÈRES

1. CADRAGE ET DOCUMENTS DE RÉFÉRENCES.....	5
1.1. SCHÉMA RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL	5
1.2. MASTER PLAN DE LA COMMUNE DE FLÉRON	6
2. OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL	7
3. IDENTIFICATION DES ZONES D’ENJEUX	7
4. SCÉNARIOS D’ÉVOLUTION	9
4.1. SCÉNARIO DE CONTINUITÉ.....	9
4.2. SCÉNARIO DE CENTRALITÉ	11
5. OPTIONS DE DÉVELOPPEMENT	14
5.1. VALIDATION DU SCÉNARIO DE RÉFÉRENCE	14
5.2. OPTIONS ET RECOMMANDATIONS DE DÉVELOPPEMENT	14
5.3. ADÉQUATION AU SCHÉMA RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL.....	15
5.4. ADÉQUATION AUX PLANS ET DOCUMENTS STRATÉGIQUES LOCAUX	15
5.5. ADÉQUATION AVEC LE PLAN URBAIN DE MOBILITÉ	17

TABLE DES FIGURES

FIGURE 1. ZONES D’ENJEUX À FLÉRON.....	8
FIGURE 2. SCÉNARIO DE CONTINUITÉ (ÉTAPE 1)	9
FIGURE 3. SCÉNARIO DE CONTINUITÉ (ÉTAPE 2)	10
FIGURE 4. SCÉNARIO DE CENTRALITÉ (ÉTAPE 1).....	12
FIGURE 5. SCÉNARIO DE CENTRALITÉ (ÉTAPE 2).....	13
FIGURE 6. ASPECTS COMMERCIAUX DE LA MISE EN ŒUVRE DU PROJET DE MASTER PLAN	16
FIGURE 7. ASPECTS COMMERCIAUX DE LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN URBAIN DE MOBILITÉ.....	18

TABLE DES TABLEAUX

TABLEAU 1. RECOMMANDATIONS DU SRDC POUR LES CENTRES SECONDAIRES D'AGGLOMÉRATION	6
TABLEAU 2. SITUATION DE L'OFFRE COMMERCIALE DANS LE BASSIN DE CONSOMMATION DE LIÈGE	6
TABLEAU 3. BILAN FORCES-FAIBLESSES DU SCÉNARIO DE CONTINUITÉ	11
TABLEAU 4. BILAN FORCES-FAIBLESSES DU SCÉNARIO DE CENTRALITÉ	13
TABLEAU 5. MIX COMMERCIAL INDICATIF POUR L'ENSEMBLE DU PROJET	17

1. Cadrage et documents de références

Selon le décret sur les implantations commerciales, la phase 2 du SCDC constitue « une opportunité pour les communes de réfléchir au futur souhaité pour la fonction commerciale sur le territoire communal ». L'objectif est d'établir une ambition prospective à moyen terme (5 à 10 ans) qui servira à baliser la phase 3 du SCDC qui comprendra les actions concrètes.

Pour rappel, le décret sur les implantations commerciales demande d'inclure les éléments suivants dans cette deuxième phase du schéma local :

- Des options et recommandations pour le développement de tout ou une partie du territoire communal (en favorisant notamment l'intégration dans l'environnement urbain, la mobilité durable, la création d'emplois de qualité, ainsi qu'en établissant les liens avec les autres plans et programmes de la commune)
- La programmation de la mise en œuvre de certaines zones et/ou mesures d'aménagement, la localisation des principaux équipements et infrastructures, et la gestion des déplacements locaux

Cette deuxième phase du SCDC sera construite par le challenge et la confrontation de plusieurs scénarios de développement élaborés au départ d'objectifs et de zones d'enjeux prédéterminés. Cette étape clé a pour objectif de valider une vision partagée du développement commercial de la Commune de Fléron qui intégrera par ailleurs les recommandations du schéma régional de développement commercial (SRDC) et des autres documents disponibles au niveau communal (SSC, PICM, Master Plan, etc.). Ainsi, deux documents stratégiques s'imposent naturellement afin de définir des scénarios d'évolution de Fléron.

1.1. Schéma Régional de Développement Commercial

Depuis 2014, le Gouvernement Wallon a adopté un Schéma Régional de Développement Commercial (SRDC). Celui-ci définit les grandes lignes du développement commercial en Wallonie et propose des recommandations générales par type de nodule, ainsi que des recommandations spécifiques pour les 10 agglomérations commerciales wallonnes (Fléron faisant partie de l'agglomération commerciale de Liège).

Selon le décret régional sur les implantations commerciale, les schémas locaux (SCDC) doivent préciser les recommandations et objectifs du schéma régional et de se coordonner avec ce dernier dans sa mise en œuvre. Un schéma local ne peut aller à l'encontre des prescriptions du SRDC, et doit s'inscrire dans une perspective de précision des recommandations régionales au niveau communal. En cas d'incompatibilité entre le Schéma Régional de Développement Commercial et un Schéma Communal de Développement Commercial, ce dernier fait l'objet d'une révision dans les quatre ans en vue de sa mise en conformité avec le Schéma Régional. À défaut, le Schéma Communal cesse de produire ses effets non conformes au Schéma Régional. Nous détaillerons donc ci-dessous les recommandations du SRDC concernant Fléron afin de vérifier l'adéquation entre le scénario proposé par la suite et les recommandations régionales.

Premièrement, le SRDC reconnaît le nodule commercial de Fléron comme un « centre secondaire d'agglomération » et prescrit des recommandations générales pour le développement de chaque type de nodule commercial sur le territoire wallon (Tableau 1).

Tableau 1. Recommandations du SRDC pour les centres secondaires d'agglomération

Type de nodule	Description	Recommandations générales
Centre secondaire d'agglomération (24 nodules en Wallonie dont le centre-ville de Fléron)	Centre commerçant traditionnel généraliste, localisé en milieu urbain très dense, doté d'une bonne accessibilité en transport en commun, caractérisé par une dynamique faible (taux de vacance élevé et part de grandes enseignes faible)	Pour conserver leur fonction structurante et assurer une mixité des fonctions au sein des centres urbains, une intervention publique ciblée est nécessaire : <ul style="list-style-type: none"> À l'externe – éviter la concurrence suite au développement d'un « nodule de soutien d'agglomération » ou d'un « nodule spécialisé équipement léger » À l'interne – Réaliser une investigation détaillée afin de dégager des pistes d'actions de relance de l'activité commerciale

Source : Schéma Régional de Développement Commercial, 2014

Deuxièmement, selon le SRDC, la commune de Fléron s'intègre au bassin de consommation de Liège pour les trois types d'achats. Le SRDC reconnaît donc des liens fonctionnels et commerciaux forts entre Fléron, Liège et les autres communes de l'agglomération, et le développement commercial dans une commune du bassin ne peut se faire sans envisager l'impact sur l'offre des autres.

Le SRDC propose une analyse globale du volume de l'offre commerciale au sein du bassin de consommation (Tableau 2) : le bassin de consommation de Liège n'est en situation de suroffre pour aucun des trois types d'achats. Le développement d'une offre commerciale non déstructurante à l'échelle du bassin de consommation (1 millions de m² au total), adaptée au potentiel communal et à la croissance démographique, est donc envisageable à Fléron.

Tableau 2. Situation de l'offre commerciale dans le bassin de consommation de Liège

Type d'achat	Bassin de consommation de Liège
Courant	Équilibre
Semi-courant léger	Équilibre
Semi-courant lourd	Forte sous-offre

Source : Schéma Régional de Développement Commercial, 2014

Troisièmement, le SRDC propose une série de recommandations spécifiques au bassin de consommation de Liège étant donné son rôle structurant à l'échelle de la Wallonie. De manière générale, ces recommandations ne s'appliquent pas directement à Fléron. Précisons néanmoins que la mise à jour du SRDC prévue pour 2021 recommandera de renforcer le rôle de Fléron au sein de l'agglomération commerciale de Liège (« Veiller à ce que les centres secondaires d'agglomération (Fléron, Seraing et Ans) conservent une fonction structurante tout en assurant une mixité des fonctions. »).

1.2. Master Plan de la Commune de Fléron

Comme mis en évidence en introduction de ce SCDC, le Master Plan constitue un document particulièrement stratégique pour la Commune de Fléron, qui dessine un projet d'avenir et présente de nombreux liens avec la fonction commerciale. Il est donc logique que son périmètre de mise en œuvre soit clairement identifié lors de l'analyse des zones d'enjeux de ce schéma (cf. point 3), et que sa concrétisation fasse l'objet d'un scénario d'évolution par la suite (cf. point 0).

Concrètement, le projet de Master Plan prévoit la création d’une nouvelle trame urbaine le long de l’actuelle ligne 38 du RAVeL. Cette réalisation s’opérera notamment par la reconversion des anciens abattoirs Marquet, des anciens établissements Courtois et l’ancienne gare de Fléron. Deux fronts bâtis seront créés de part et d’autre de l’axe du RAVeL, entre l’avenue des Martyrs et la rue du Tiège. Un élargissement est prévu au niveau de la connexion avec l’avenue des Martyrs avec la création d’un espace public.

En matière de commerce de détail, le Master Plan propose la création d’approximativement 8 000 m² de surfaces commerciales brutes dans le projet, en plein cœur de centre-ville de Fléron. Comme évoqué précédemment, le lien entre ce document de référence et le SCDC est donc important. Le SCDC devra être en concordance avec ce Master Plan, proposer des recommandations et actions complémentaires à celui-ci, et éventuellement le préciser si nécessaire.

Par ailleurs, le plan prévoit la création d’un nouveau parking P+R, de nouveaux espaces de stationnement, et de parkings privés en sous-sol au niveau de la partie résidentielle du projet.

Le projet est échelonné en 4 phases successives. Au moment de la réalisation de ce SCDC, un premier volet a été initié (enquête publique en vue de la délivrance du permis) et est porté par le groupe Matexi. Ce premier volet prévoit notamment la création de 173 appartements et de 2 cellules commerciales qui occuperont 2 780 m².

2. Objectifs de développement commercial

Afin de baliser les scénarios d’évolution (et d’en mesurer la pertinence par la suite), plusieurs objectifs de développement peuvent être établis en concordance avec les éléments de cadrage et les documents de référence existants présentés précédemment.

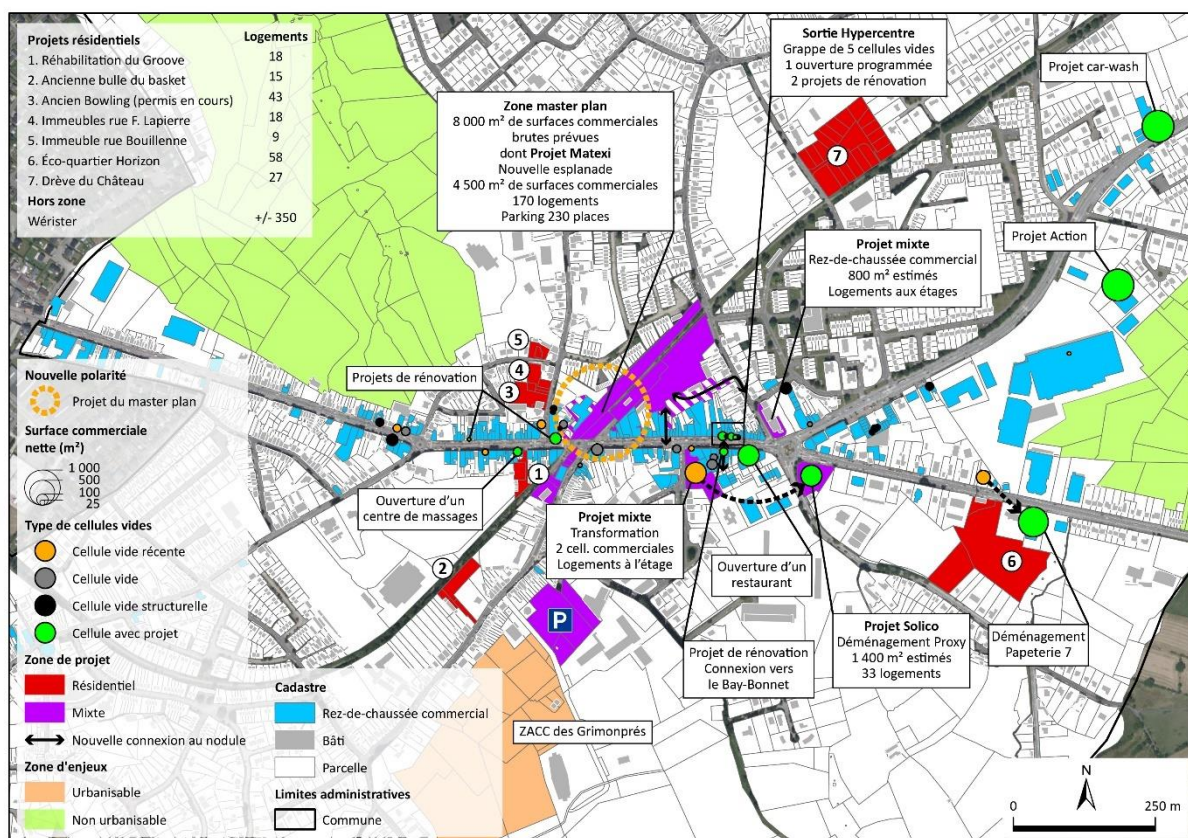
La Commune de Fléron fixe comme objectif principal du SCDC la dynamisation du centre-ville de Fléron. L’ambition est d’y former une nouvelle centralité, en accord avec le Master Plan (cf. 1.2), et de renforcer le rôle structurant de Fléron comme centre secondaire d’agglomération sur l’est de l’agglomération commerciale liégeoise, en accord avec les recommandations du SRDC (cf. 1.1), soit :

- Renforcer l’attractivité de Fléron et son rôle d’axe commerçant et historique ;
- Augmenter surface commerciale active de 5 000 à 8 000 m², en concordance avec la croissance démographique attendue (plus de 1 000 logements sont en cours de réalisation ou à l’étude à Fléron) ;
- Accueillir un projet urbain et commercial structurant dans le centre-ville ;
- Réduire la vacance commerciale à 10% (ou moins) ;
- Renforcer la spécialisation en équipement semi-courant léger du nodule (spécificité commerciale) et renforcer l’attractivité de Fléron pour ce type de biens ;
- Développer une filière horeca, particulièrement en restauration, en réponse au manque identifié lors du diagnostic.

3. Identification des zones d’enjeux

Fléron possède plusieurs plans et schémas, et fait également l’objet de l’intérêt de plusieurs promoteurs. Afin d’offrir une vision claire des potentialités qui guideront les scénarios par la suite, les zones d’enjeux et les projets à l’étude (commerciaux ou autres) dans le centre-ville de Fléron ont été cartographiés (Figure 1).

Figure 1. Zones d'enjeux à Fléron



Fléron constitue un centre urbain relativement dense, mais où il existe encore une certaine disponibilité foncière et plusieurs zones d'enjeux. Le projet du Master Plan est certainement le principal projet fédérateur ayant pour objectif de créer une véritable centralité urbaine dans le centre-ville. Il constituera le principal élément de référence qui servira pour l'élaboration des scénarios d'évolution.

Plusieurs projets, plus modestes, viennent compléter ce projet principal et s'organisent hiérarchiquement autour du nodule commercial :

- Les projets multifonctionnels, qui combinent des rez-de-chaussée commerciaux avec du logement aux étages, donnent sur l'axe de la N3.
- Les projets résidentiels se situent davantage aux marges du centre-ville et ne s'intègrent pas directement au nodule, tout en restant proches et facilement accessibles à pied.

Étant donné leur nombre, l'articulation entre les différents projets constitue un enjeu en soi pour le centre-ville. Notons d'ailleurs la cohérence entre les projets qui visent à la densification urbaine du centre de Fléron, et qui associent systématiquement des fonctions complémentaires à la fonction commerciale au sein de projets mixtes qualitatifs (inscription dans les tendances modernes en aménagement du territoire, et dépassement des simples projets commerciaux monofonctionnels).

Plusieurs projets de rénovation ou d'occupation des cellules vides de l'hypercentre sont également en cours ou à l'étude dans le centre-ville. Le phénomène de vacance commerciale apparaît donc relativement bénin à Fléron, le turnover naturel de la fonction commerciale étant toujours bien opérationnel.

Au niveau des potentialités, deux zones urbanisables à proximité du centre-ville constituent des enjeux importants : la ZACC des Grimonprés, dont l'éloignement au nodule commercial et à l'axe routier

principal n'incitent a priori pas à un développement structuré de la fonction commerciale, et la zone Randaxhe (pas de volonté à court terme des propriétaires d'urbaniser). Deux zones non urbanisables (espaces verts et agricoles) pourraient susciter des velléités d'extension pour les zones commerciales récentes proches (parc Carrefour et zone Colruyt-Aldi). Leur affectation au plan de secteur proscrit toutefois ce type de projet d'extension et la volonté des autorités communales est bien de conserver leur affectation en zone d'espace vert et en zone agricole respectivement, et d'orienter les investissements en matière de commerce de détail vers le centre-ville.

4. Scénarios d'évolution

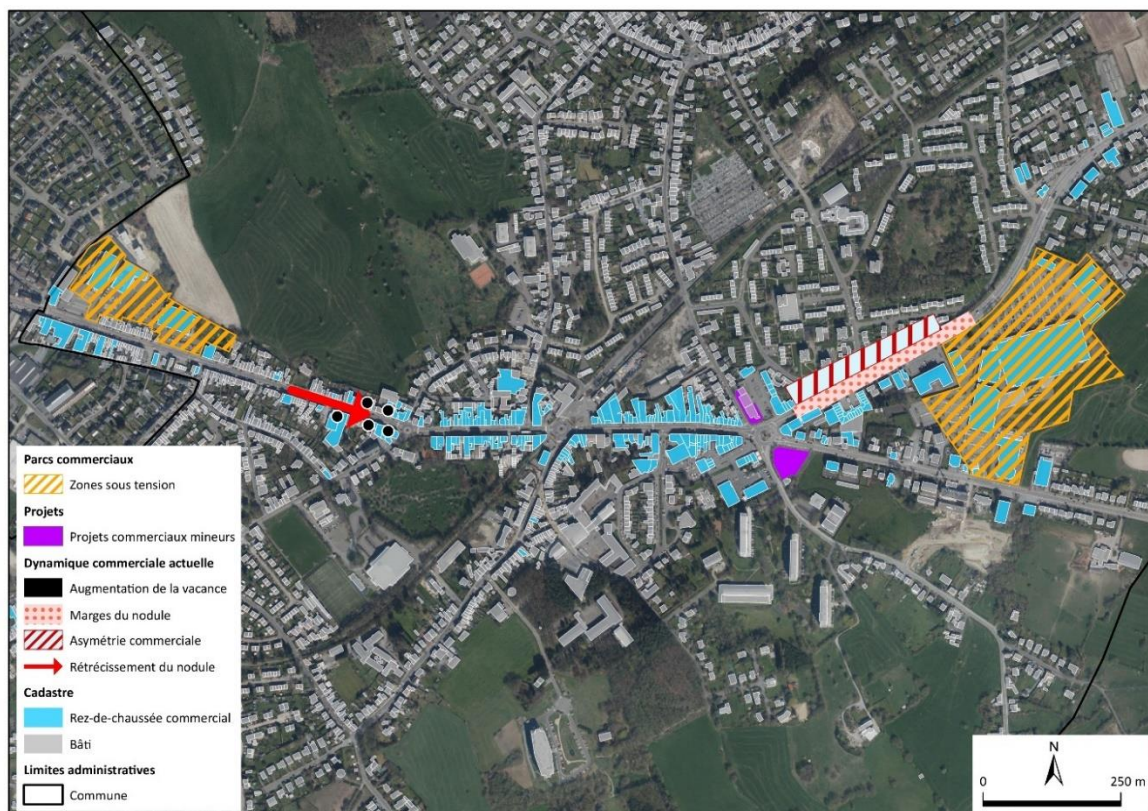
Le SCDC doit s'attacher au développement commercial de l'entièreté du territoire communal. Toutefois, dans une volonté de démarche pragmatique, les scénarios d'évolution mettront l'accent sur le centre de Fléron car il constitue la principale zone d'enjeux de la commune et une priorité de la Ville. Parallèlement, le SRDC insiste sur le renforcement des nodules commerciaux existants.

L'approche proposée est donc la réalisation de scénarios de développement possibles pour le centre-ville, qui feront l'objet d'une évaluation et d'un positionnement par la Ville en tenant compte des objectifs communaux et régionaux. Après validation du scénario de référence pour le centre-ville, la stratégie et les recommandations pour le reste du territoire communal seront formulées (en adéquation avec l'évolution attendue dans le centre-ville).

4.1. Scénario de continuité

Le scénario de continuité correspond à une poursuite de l'évolution tendancielle, sans intervention spécifique (publique ou privée) à Fléron et sans mise en œuvre du projet de Master Plan détaillé précédemment. Ce scénario prend donc comme point de départ les conclusions du diagnostic du SCDC (Figure 2).

Figure 2. Scénario de continuité (étape 1)



Pour rappel, l'offre dans l'hypercentre de Fléron présente une certaine stabilité, mais sa structure urbaine est peu favorable à la flânerie et sa dynamique commerciale est intimement liée au flux automobile. Cette stabilité commerciale du centre-ville dépend évidemment de l'évolution de l'offre commerciale aux alentours, et il existe d'ailleurs certaines tensions entre le centre traditionnel et les espaces récents plus dynamiques où les taux de vacance sont particulièrement faibles.

Outre ces caractéristiques commerciales, Fléron subit une pression générée par :

- Un potentiel commercial disponible et encore inexploité sur l'est de l'agglomération liégeoise ;
- L'offre commerciale globalement peu structurée dans l'ensemble de cette zone (Fléron et communes proches) avec une tendance à l'émiettement de commerces le long des routes nationales.

Cette pression ouvre la porte à deux évolutions probables poussées par les promoteurs : l'extension (peu qualitative) des zones commerciales récentes les plus dynamiques (à Fléron par exemple) ou un projet commercial important (comme la demande de permis pour un centre commercial à Soumagne ayant été refusée par exemple).

Figure 3. Scénario de continuité (étape 2)



Ce type de projet, à Fléron ou dans une commune voisine, se fera au détriment du centre-ville traditionnel de Fléron qui stagnera commercialement : les grandes enseignes viendront occuper les nouvelles cellules (avec transferts possibles depuis l'hypercentre de Fléron). Cette fuite des locomotives pour le commerce « de masse » vers la périphérie du centre ou des zones commerciales récentes entraînera une augmentation de la vacance dans le centre-ville de Fléron en contrepartie.

L'ensemble des éléments contribuera à encore augmenter la fragmentation de l'offre commerciale le long de l'axe de la N3 et avec des localisations idéalement placées en interception de flux. Fléron

perdra alors l'effet d'entraînement par concentration spatiale de commerces dont il dispose (formation de zones commerciales récentes attractives, mais indépendantes les unes des autres), ce qui conduira à une stagnation commerciale du nodule (et particulièrement de la partie traditionnelle de ce dernier).

Tableau 3. Bilan forces-faiblesses du scénario de continuité

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> Fléron maintient une position stratégique sur l'est de l'agglomération liégeoise, en position d'interception du flux automobile → Permet de maintenir un nodule commercial important Fléron reste une commune commercialement attractive (mais avec une offre plus éparpillée que précédemment) La disponibilité foncière en zone urbanisable est limitée, ce qui freinera l'urbanisation Ne nécessite pas d'intervention ou d'investissement majeur Évite une longue période de travaux (en plus de celle prévue pour la ligne BHNS) 	<ul style="list-style-type: none"> Scénario tributaire de la nature induite de la fonction commerciale → Logique de recherche d'accessibilité et ouvre la porte à des projets d'extension de zone(s) commerciale(s) monofonctionnelle(s) Potentiel commercial inexploité → Opportunité pour un projet important plutôt dans les communes limitrophes (en raison de la disponibilité foncière trop limitée à Fléron) Passivité vis-à-vis des tendances observées en matière de commerce de détail en Wallonie depuis 20 ans Perte d'attractivité pour la partie traditionnelle du centre-ville Maintien d'une friche industrielle dans le centre-ville Le scénario est orienté autour de l'accessibilité voiture, et n'a pas de réelle synergie avec le RAVeL

4.2. Scénario de centralité

Le scénario de centralité correspond à la concrétisation du projet de Master Plan et au renforcement de la centralité du centre-ville de Fléron, avec la mise en œuvre d'un projet urbain majeur à la jonction entre Fléron Bas et Fléron Haut (Figure 4). La partie commerciale du projet accueillerait 5 000 à 8 000 m², conformément aux objectifs communaux précités (cf. point 2), sous forme de rez commerciaux modernes, de moyenne à grande taille, qui font actuellement défaut au centre-ville de Fléron. Le projet prévoit en outre la création d'une place orientée flânerie et horeca, jouant sur les synergies entre l'équipement de la personne et l'horeca. Ce projet viendrait exploiter le potentiel commercial encore disponible dans la zone (fermant ainsi la porte à d'autres projets), et permettrait de cimenter Fléron comme le principal nodule commercial le long de la N3.

La création de cette nouvelle centralité en plein de cœur du nodule commercial devra permettre de lancer une nouvelle dynamique commerciale à Fléron qui sera activement accompagnée par un plan d'actions (Figure 5). L'objectif d'un tel plan serait de maintenir la spécialisation en équipement semi-courant léger et de combler les cellules vides de l'hypercentre, ainsi que de soutenir l'activité des commerçants (concrètement, par le démarchage d'enseignes, la mise en place d'aides au lancement de l'activité ou l'accompagnement actif des commerçants).

Figure 4. Scénario de centralité (étape 1)



À plus long terme, la modernisation des zones commerciales peu structurantes (comme le parc du Bay-Bonnet ou la galerie de la Clef par exemple) par la recherche de nouveaux projets multifonctionnels et qualitatifs (comme ceux étant actuellement à l'étude ou en projet dans le centre-ville) pourrait être envisagée afin de poursuivre la densification et la modernisation du centre-ville de Fléron.

Cette densification et reconstruction commerciales du centre-ville pourraient être soutenues par la mise en place de recommandations au sein du SCDC afin d'empêcher l'implantation de commerces au sein de zones d'enjeux non prioritaires. Ceci permettrait de fermer la porte à des projets peu structurants, de définir un cadre de planification clair, et de diriger les investissements en matière de commerce de détail vers le centre-ville (prioritaire) de Fléron.

Figure 5. Scénario de centralité (étape 2)

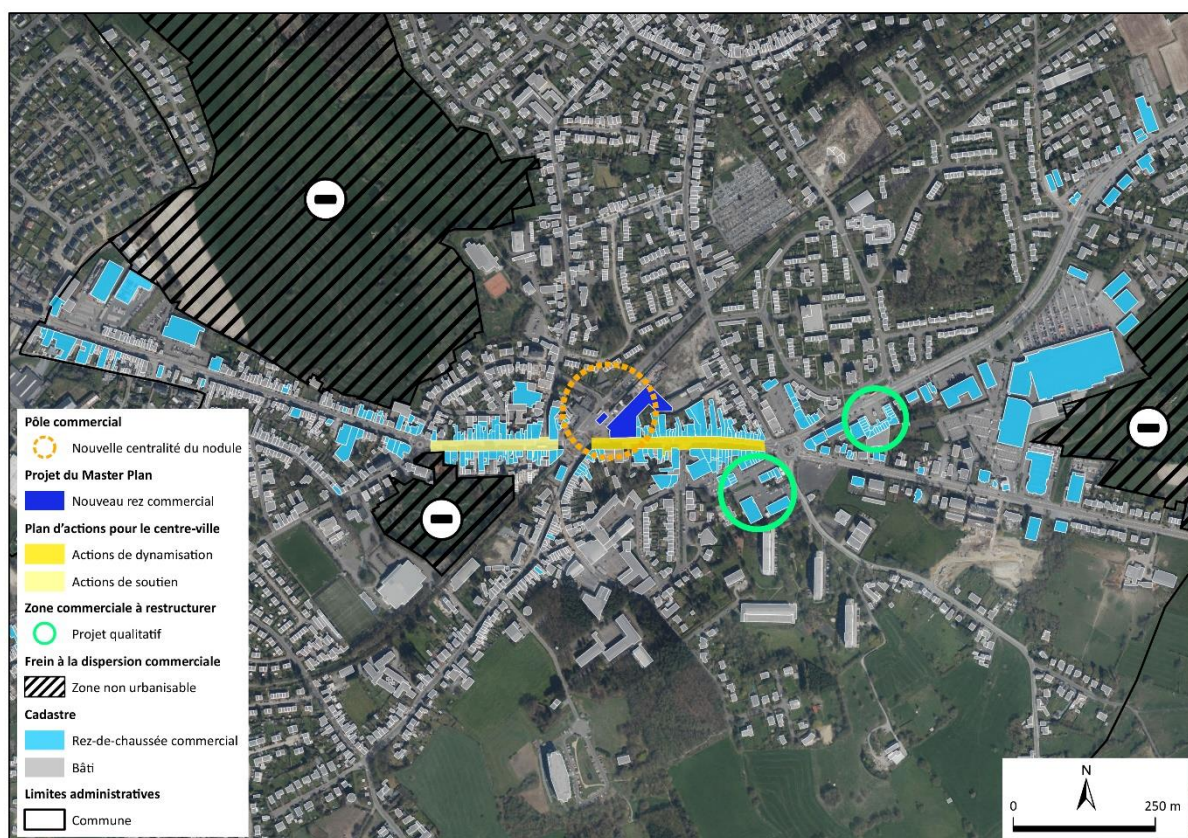


Tableau 4. Bilan forces-faiblesses du scénario de centralité

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> Réalisation d'un projet majeur ayant pour objectif de positionner Fléron comme la première destination commerciale de la zone et de fermer la porte à d'autres projets Renforcement de l'attractivité du centre traditionnel et lancement d'une nouvelle dynamique commerciale Le projet central s'inscrit en réponse aux faiblesses identifiées lors du diagnostic (horeca par exemple) Création de cellules commerciales de taille plus importante dans le centre traditionnel Le scénario s'appuie sur des projets multifonctionnels visant également à renforcer la densité urbaine du centre-ville Encouragement à la mobilité durable, basée sur la multimodalité 	<ul style="list-style-type: none"> L'enjeu principal est de créer une polarité urbaine et commerciale (alors que la structure actuelle est un axe routier) Pas de cheminement piéton des chalands prévu (problématique de faire fonctionner une voie sans issue) Le scénario nécessite un accompagnement rigoureux Longue période de travaux à prévoir Nécessite un appui sur l'investissement privé Transferts d'enseignes possibles entre l'avenue des Martyrs et la nouvelle place

5. Options de développement

5.1. Validation du scénario de référence

Après présentation des deux scénarios et appréciation de leurs forces et faiblesses, le scénario de centralisation a été sélectionné comme scénario de référence par la Commune de Fléron. L'évolution tendancielle ne constitue pas un futur souhaitable et les nombreux projets multifonctionnels et résidentiels dans le centre-ville permettent d'envisager un renforcement de l'attractivité commerciale de Fléron et de sa centralité. Globalement, le scénario de centralité répond donc davantage aux ambitions et objectifs locaux, et plus particulièrement :

- Renforcer l'attractivité de Fléron et son rôle d'axe commerçant et historique ;
- Augmenter surface commerciale active de 5 000 à 8 000 m², en concordance avec la croissance démographique attendue (plus de 1 000 logements sont en cours de réalisation ou à l'étude à Fléron) ;
- Accueillir un projet urbain et commercial structurant dans le centre-ville ;
- Développer une filière horeca, particulièrement en restauration, en réponse au manque identifié lors du diagnostic.

5.2. Options et recommandations de développement

Cette section vise à définir les orientations du développement commercial à Fléron, présente les recommandations et intentions pour les différents zones d'enjeux de la commune et définit les types d'offre et de structure commerciale recherchés. L'objectif est d'établir les priorités de développement de la Ville, et de proposer une stratégie adaptée et cohérente pour l'ensemble du territoire communal afin de concrétiser le scénario de référence validé ci-dessus.

L'ambition de ce schéma local est de créer un cadre clair permettant d'orienter les investissements en matière de commerce de détail vers le centre-ville de Fléron, éviter la périurbanisation commerciale, et inciter à une utilisation plus parcimonieuse du territoire. Les options et recommandations émises doivent donc trouver à s'appliquer à travers la gestion des autorisations administratives (PIC).

En accord avec l'objectif du Schéma Régional d'« assurer la fonction structurante et une mixité des fonctions au sein des centres urbains », les recommandations suivantes sont proposées :

1. Renforcer le rôle structurant du centre de Fléron sur l'est de l'agglomération commerciale de Liège
 - a. Fléron peut accroître sa surface et son attractivité commerciales, à condition de maintenir la structure urbaine du nodule commercial
2. Favoriser les projets multifonctionnels qui associent des fonctions complémentaires au commerce de détail, particulièrement au sein du nodule commercial
3. Rechercher la densification urbaine du centre-ville
 - a. Favoriser la centralité plutôt que l'étalement urbain
4. Favoriser l'implantation des commerces en équipement semi-courant léger dans le centre-ville
 - a. La capacité de polarisation de ce type de biens doit en priorité bénéficier au centre-ville de Fléron

En concordance avec ces recommandations générales, les options de développement suivantes sont adoptées :

1. Pas de création de nouvelles surfaces commerciales en semi-courant léger en dehors du nodule commercial avant 2030
2. Pas d'implantation commerciale de plus de 400 m² sur la ZACC des Grimonprés

- a. Quelques commerces et services de proximité sont à privilégier en lien avec le projet qui y prendra place
3. L'espace vert du parc Randaxhe doit être maintenu
4. Le commerce n'est pas accepté sur les zones non urbanisables (concordance avec le plan de secteur actuellement en vigueur), y compris :
 - a. Espace agricole derrière le parc Carrefour
 - b. Espace vert derrière la zone Colruyt-Aldi-Hubo

5.3. Adéquation au Schéma Régional de Développement Commercial

Le scénario de référence prévoit une densification commerciale de la partie centrale du nodule de Fléron et apparaît en concordance avec les recommandations du SRDC pour ce type de nodule présentées précédemment (cf. 1.1). Les options prises complètent d'ailleurs les recommandation d'« éviter la concurrence externe suite au développement d'un nodule de soutien d'agglomération ou d'un nodule spécialisé équipement léger », tandis que la réalisation de ce SCDC répond à l'objectif de « réaliser une investigation détaillée afin de dégager des pistes d'actions de relance de l'activité commerciale ».

Selon le SRDC, l'agglomération commerciale de Liège, dans laquelle s'inscrit Fléron, n'est en situation de suroffre pour aucun des trois types d'achat. Le principal projet au centre du scénario de développement est d'une taille relativement modeste par rapport à l'offre commerciale de l'agglomération, et est de plus adapté au potentiel lié à la croissance démographique attendue de la ville. Le scénario de référence veut renforcer un nodule commercial historique de l'agglomération liégeoise, et n'apparaît pas déstructurant à l'échelle de celle-ci.

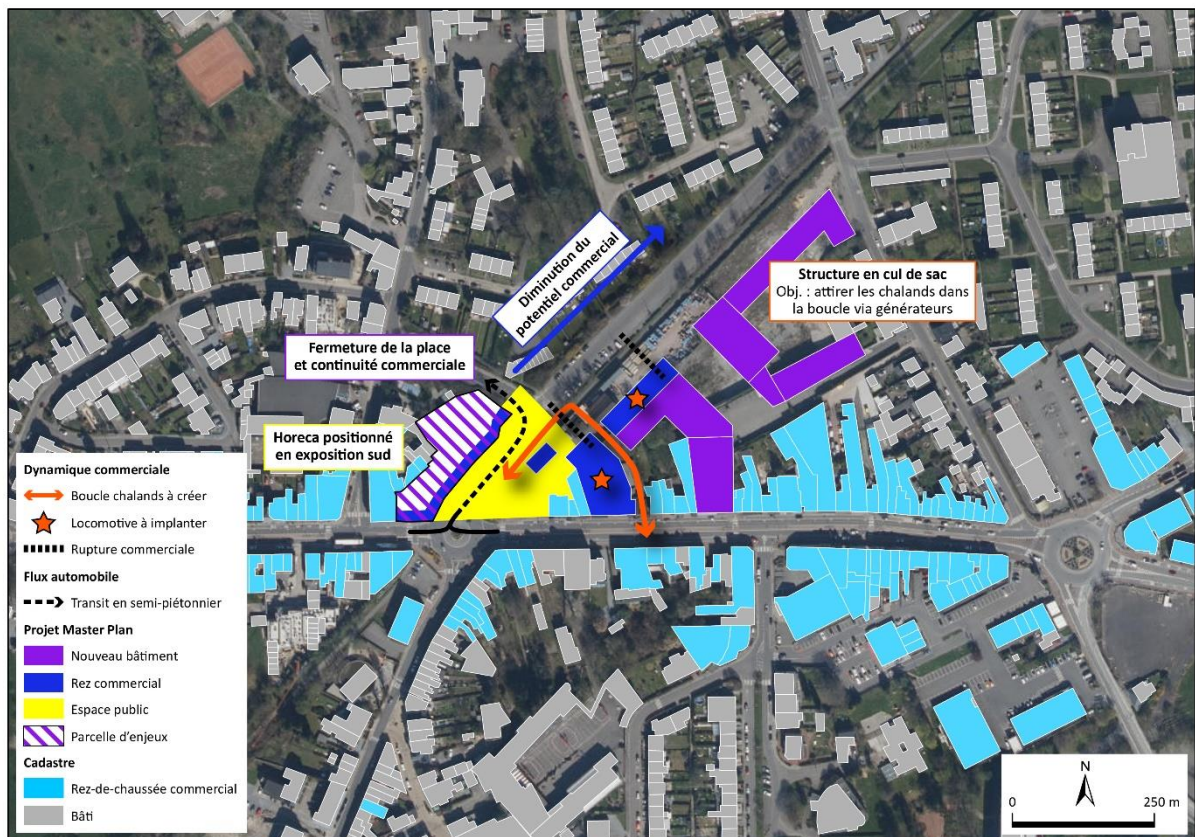
Le scénario de référence, les recommandations et les options adoptées s'inscrivent dans l'objectif de renforcement des centres urbains du SRDC et précisent ce dernier dans son application à Fléron. Aucune des recommandations formulées au sein du SRDC ne s'oppose à la stratégie proposée lors de cette deuxième phase du SCDC.

Avec ce nouvel outil, la Commune de Fléron souhaite renforcer la partie traditionnelle de son centre-ville, assurer son développement commercial à long terme en se basant sur la densification de son centre urbain et une mobilité durable, ainsi que limiter le développement commercial en dehors du nodule existant. De ce point de vue, les recommandations et options prises par ce SCDC précisent opérationnellement les mesures régionales, et s'inscrivent pleinement dans la philosophie de développement commercial du SRDC.

5.4. Adéquation aux plans et documents stratégiques locaux

Le scénario de référence étant basé sur la concrétisation du Master Plan, il est par définition en accord avec ce dernier et le SDC. Le Master Plan prévoit la formation d'une nouvelle centralité à Fléron au cœur du nodule commercial et présente des projets concrets pour le centre-ville de la commune. Il concerne une zone d'enjeux cruciale à la jonction entre Fléron bas et Fléron haut et le SCDC peut proposer une analyse fine du projet, et des recommandations sur les aspects commerciaux de la mise en œuvre de la zone (Figure 6).

Figure 6. Aspects commerciaux de la mise en œuvre du projet de Master Plan



La structure en cul de sac du projet constitue un enjeu majeur en terme de dynamique commerciale : le potentiel commercial de la zone diminue avec l'éloignement à l'axe commerçant principal (avenue des Martyrs). Il est donc impératif d'arriver à créer une boucle shopping pour les chalands. La nouvelle place, qui sera connectée directement à l'avenue des Martyrs va fonctionner naturellement (potentiel commercial élevé et structure urbaine favorable). Par contre, les chalands ont besoin d'une raison de pénétrer dans la boucle et plusieurs conditions doivent toutes être remplies pour animer un espace commercial de ce type :

- Des générateurs de trafic (services, bureaux, parkings, etc.) et locomotives commerciales doivent être placés en destination (vers le « fond » de la boucle) afin de générer du flux ;
- La taille et la structure des cellules commerciales, ainsi que les loyers demandés peuvent être adaptés à cet effet ;
- Une connexion avec l'avenue des Martyrs doit permettre de créer une boucle de flânerie et contribuer à faire vivre commercialement cet espace (atténuation de l'effet « cul de sac ») ;
- La terminaison du projet ne devrait pas accueillir de cellules à vocation commerciale (en raison du potentiel commercial trop faible).

D'un point de vue strictement commercial, le phasage du projet devrait s'étaler selon le potentiel commercial, c'est-à-dire débuter par les parties les plus proches de l'avenue des Martyrs et de la future place et s'échelonner ensuite vers la rue du Tiège.

La parcelle actuellement occupée par BPost apparaît cruciale en matière de structure commerciale pour le réaménagement de la zone. Elle est en effet située dans une zone au (futur) potentiel commercial particulièrement élevé, avec une connexion directe à l'avenue des Martyrs et une exposition sud. Sa transformation permettrait de refermer l'espace public, de structurer la future

place, plutôt que de conserver un mur aveugle, et permettrait d’assurer la continuité commerciale entre Fléron bas et Fléron haut (suppression de la rupture commerciale identifiée dans le diagnostic).

L’ambition est d’arriver à la formation d’une place, et d’une petite boucle shopping associée, orientée autour de la flânerie et de l’horeca (en profitant notamment de l’exposition sud de la zone), avec des synergies dans l’équipement de la personne. La zone rechercherait l’ambiance qui peut exister dans le piétonnier de Namur ou sur Aldestraat à Hasselt. À cet effet, un mix commercial indicatif peut être proposé (Tableau 5). Ce mix commercial attractif doit proposer une offre inédite à Fléron (notamment dans l’horeca qui constitue une faiblesse identifiée dans le diagnostic pour rappel), combinée à la capacité de polarisation de l’équipement de la personne.

Tableau 5. Mix commercial indicatif pour l’ensemble du projet

Secteur	Part
Horeca	40-50%
Équipement de la personne	30-40%
Alimentaire	10-20%
Autre	5-15%

Pour rappel, le projet doit disposer d’une taille commerciale suffisante pour être attractif (taille allant 5 000 à 8 000 m² selon les objectifs établis au point 2) et proposer des cellules commerciales modernes de moyenne (200 – 400 m²) à grande taille. Idéalement, le projet devrait intégrer les concepts suivants, notamment en position de locomotive au sein de la boucle :

- Une locomotive alimentaire
- Un indépendant multi-marques vestimentaire (Point Carré, Espace Mode ou Color Code par exemple)
- Restauration-Brasserie avec terrasses
- Des enseignes (Huggy’s bar, Ellis, etc.), concepts (coffee ride/bike en lien avec le RAVeL) et créateurs locaux (Blanche, Darcis, etc.)

5.5. Adéquation avec le Plan Urbain de Mobilité

Le diagnostic du SCDC a souligné l’importance de la mobilité et de l’accessibilité dans le fonctionnement de l’appareil commercial de Fléron. Fondamentalement, le SCDC ne prévoit pas de modifications de la mobilité à Fléron, et l’optique est donc ici de plutôt proposer des recommandations liées aux futurs travaux du BHNS et au réaménagement de l’axe principal du nodule prévus dans le PUM (Figure 7).

Les aménagements prévus pour le BHNS ne doivent pas modifier les fondamentaux permettant le fonctionnement du commerce dans l’avenue des Martyrs :

1. La zone bleue gratuite doit être maintenue (le diagnostic du SCDC a confirmé la pertinence de la zone à disque, en accord avec le PICM) ;
2. La capacité de stationnement en voirie doit rester similaire et ne pas être réduite :
 - Soit du stationnement le long des trottoirs des deux côtés (maintien de la situation actuelle).
 - Soit du stationnement en épis d’un seul côté si un gain d’espace est nécessaire pour la mise en place du BHNS. Un tel aménagement nécessite alors impérativement de conserver les ronds-points dans l’avenue des Martyrs pour permettre le demi-tour.

3. La problématique des voitures ventouses peut faire l'objet d'une action spécifique, mais ne nécessite a priori pas d'aménagements particuliers.

Figure 7. Aspects commerciaux de la mise en œuvre du Plan Urbain de Mobilité



La capacité de stationnement constitue un enjeu fondamental et une des fondations du fonctionnement de la partie traditionnelle du nodule commercial. Les futurs aménagements ou modifications du stationnement à Fléron doivent donc se faire sur un principe de compensation : toute réduction de places de stationnement doit être compensée par une alternative, soit en zone bleue soit dans un des parkings de dissuasion. Ainsi, la suppression des espaces de parking autour de l'ancienne gare avec le projet de Master Plan devrait être contrebalancée par du parking en sous-sol accessible aux chalands au sein du projet, ainsi que la création d'un parking P+R rue Charles Deliège. Fléron doit proposer une offre en stationnement suffisante et complète, ainsi que clairement hiérarchisée :

- Stationnement à disque au cœur du nodule commercial pour assurer une rotation
- Stationnement de dissuasion libre et attractif pour les chalands, soit proche du nodule commercial (maximum 250 mètres à pied), et avec des liaisons piétonnes de qualité vers le nodule commercial

La signalétique des parkings doit en concordance être clairement visible et hiérarchisée (une proposition sera formulée au sein du plan d'actions).

Par ailleurs, le réaménagement de l'axe constitue une opportunité pour améliorer les liaisons piétonnes au niveau des deux carrefours principaux (en réponse aux ruptures identifiées dans le diagnostic) en concertation avec les autorités régionales (la N3 est une voirie régionale, pour rappel). Le réaménagement de la zone du terminus BHNS constitue également une opportunité d'amélioration de cette partie du nodule commercial : celle-ci pourrait évoluer vers un boulevard urbain en sortie de ville. Une telle révision de l'axe ouvrirait les possibilités de :

- De réaménagement de la liaison entre le parc Carrefour et la partie traditionnelle du nodule afin d'améliorer la continuité commerciale et les liaisons (notamment pour les modes doux).
- De supprimer l'asymétrie commerciale à cet endroit (cf. diagnostic du SCDC) et d'affirmer le continuum du nodule commercial.

La largeur importante de la voirie à cet endroit permet d'envisager une amélioration de l'axe pour tous les modes de déplacement. Des contacts pourraient être pris avec le SPW afin d'aborder la problématique pour l'ensemble de la rue de la Clef, et ne pas s'arrêter simplement à l'aménagement du terminus de la ligne BHNS.



Université de Liège
Faculté des sciences
Département de géographie
Service d'Études en Géographie Économique Fondamentale et Appliquée



SCHÉMA COMMUNAL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE FLÉRON

PHASE 3 – PLAN D' ACTIONS

COMMUNE DE FLÉRON
CAHIER SPÉCIAL DES CHARGES 2020-113

AVRIL 2021

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	5
2. AUGMENTER L'ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE DE FLÉRON	7
2.1. CRÉER UNE FILIÈRE HORECA.....	7
2.2. DÉMARCHER DES GRANDES ENSEIGNES EN PARTENARIAT AVEC LE(S) PROMOTEUR(S)	7
2.3. GÉRER LES CELLULES COMMERCIALES VIDES	8
2.4. OFFRIR LA POSSIBILITÉ DE POP-UP STORES DANS CERTAINES CELLULES VIDES STRUCTURELLES	9
2.5. FORMER UNE AGENCE IMMOBILIÈRE COMMERCIALE	9
2.6. MONITORER LA CRÉATION D'UNE ZONE FRANCHE COMMERCIALE	10
3. RENFORCER LE PARTENARIAT AVEC LES COMMERÇANTS.....	10
3.1. FÉDÉRER LES COMMERÇANTS.....	10
3.2. NOMMER UN ANIMATEUR DU COMMERCE FLÉRONNAIS	11
3.3. ÉTABLIR UN PLAN DE COMMUNICATION COMMERCE	11
3.4. RENFORCER LA PRÉSENCE EN LIGNE DES COMMERÇANTS	12
3.5. AMÉLIORER LA COMMUNICATION VERS LES CLIENTS	13
3.6. CLARIFIER LE CALENDRIER D'ANIMATION	14
3.7. PROPOSER DES ACTIONS COMMERCIALES CONJOINTES	14
3.8. CRÉER UNE PRIME À LA CRÉATION ET À L'ADAPTATION DE COMMERCES	15
4. TRAVAILLER L'IDENTITÉ URBAINE ET COMMERCIALE	16
4.1. VERDURISER LE CENTRE-VILLE	16
4.2. RENFORCER L'APPLICATION DU RÈGLEMENT SUR LES ENSEIGNES DU GCU	16
4.3. HARMONISER LES ÉQUIPEMENTS ET AMÉNAGEMENTS PUBLICS	17
4.4. INTÉGRER LA DIMENSION COMMERCIALE DANS LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DE LA COMMUNE.....	18
5. AMÉLIORER LA MOBILITÉ DANS LE CENTRE-VILLE.....	18
5.1. OPTIMISER LE STATIONNEMENT	18
5.2. RENFORCER LA COMMUNICATION AUTOUR DES MODES DOUX	18
5.3. MENER UNE COMMUNICATION SUR LES PARKINGS ET LE DISQUE DE STATIONNEMENT	19
5.4. GÉRER LA PROBLÉMATIQUE DES VOITURES VENTOUSES	19
6. ANNEXE 1 : EXEMPLE DE FICHE DE CELLULE COMMERCIALE	20
7. ANNEXE 2 : CONCEPT D'IDENTITÉ DE QUARTIER COMMERÇANT	22
8. ANNEXE 3 : FICHES ACTIONS.....	24

TABLE DES FIGURES

FIGURE 1. PLAN D’ACTIONS POUR LE COMMERCE À FLÉRON	5
FIGURE 2. EXEMPLE DE MISE EN PLACE DE SOLUTIONS NUMÉRIQUES POUR LE GROUPES DE COMMERÇANTS	13
FIGURE 3. EXEMPLES D’ANIMATION COMMERCIALE À LIÈGE ET HASSELT	15
FIGURE 4. EXEMPLE DE VERDURISATION D’UN AXE DANS LE CADRE DE L’IMPLANTATION D’UN TRANSPORT STRUCTURANT	16
FIGURE 5. EXEMPLE D’APPLICATION D’UNE RÉGLEMENTATION SUR LES ENSEIGNE À MARCHE-EN-FAMENNE.....	17

TABLE DES TABLEAUX

TABLEAU 1. GRANDES ENSEIGNES POUVANT FAIRE L'OBJET D'UN TRAVAIL DE DÉMARCHAGE À FLÉRON.....	8
TABLEAU 2. NIVEAUX DE LOYER ESTIMÉS DANS LE CENTRE-VILLE DE FLÉRON.....	9

1. Introduction

Cette dernière phase du SCDC décrit le plan d’actions visant à opérationnaliser le SCDC, et activement accompagner le développement commercial à Fléron. Conformément aux conclusions du diagnostic et aux recommandations, l’objectif principal de cette phase d’opérationnalisation est de renforcer l’offre commerciale et l’attractivité qualitative du centre-ville de Fléron.

Dans une optique d’ouverture du schéma et de concertation avec les acteurs du commerce fléronnais, les principales conclusions du diagnostic ont été présentées aux commerçants du centre-ville au cours de groupes de travail. Cette démarche a permis une mise en perspective du diagnostic vis-à-vis de leur expérience quotidienne sur le terrain. La démarche avec les commerçants a amené à la formalisation d’un diagnostic partagé, et l’identification de priorités et thématiques de travail, ainsi que d’actions concrètes à mener. Cette démarche participative a été enrichie par un travail de benchmarking et de recherche de bonnes pratiques dans d’autres villes par le SEGEFA.

Au final, le plan, détaillé ci-dessous, propose 22 actions structurées en 4 thématiques.

Figure 1. Plan d’actions pour le commerce à Fléron

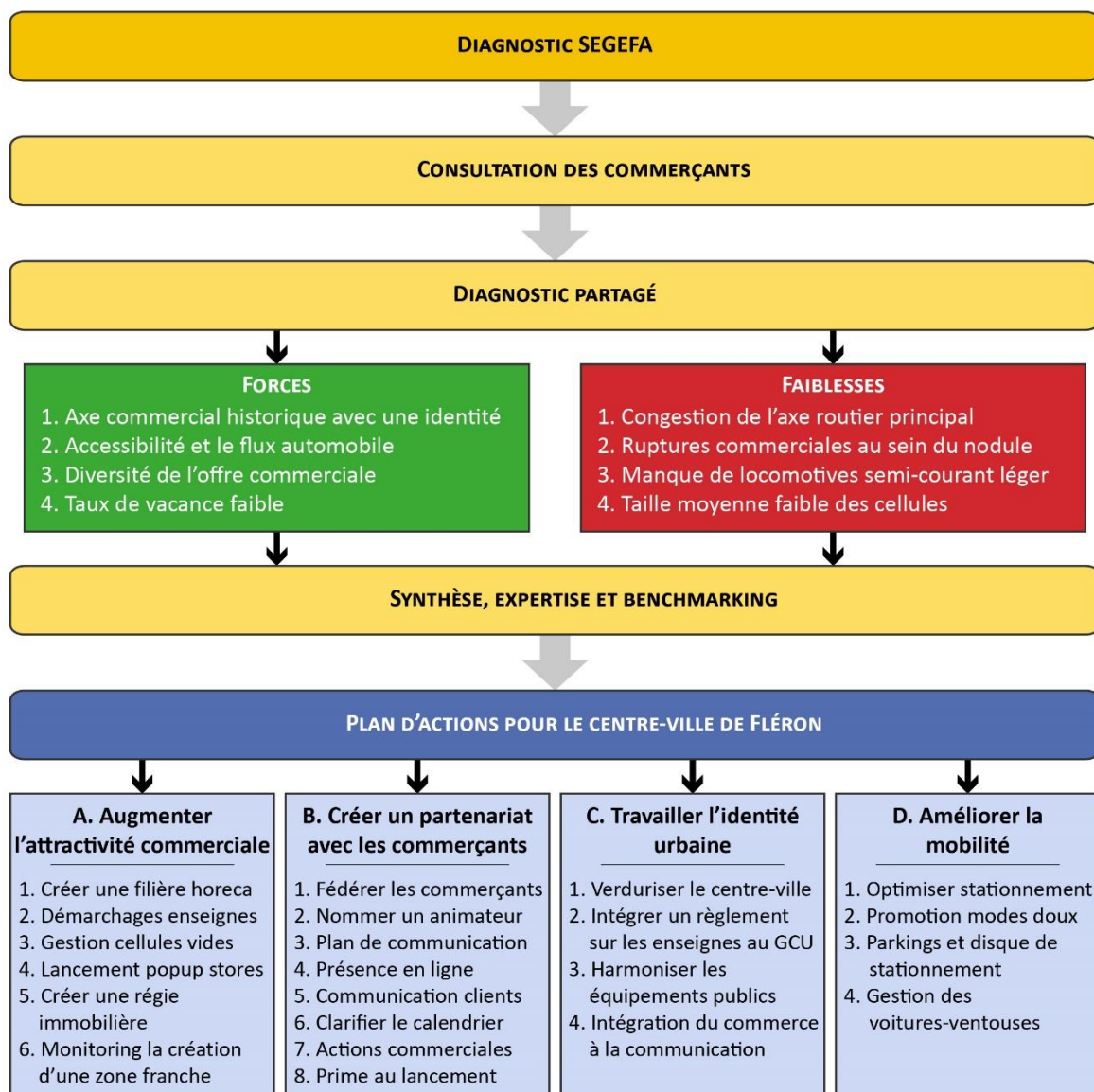


Figure 1b. Plan d'actions échelonné pour le commerce à Fléron

	T1 (1 à 3 ans)	T2 (3 à 6 ans)	T3 (6 à 9 ans)
Attractivité	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gérer cellules vides 2. Démarchage enseignes 3. Pop-up store 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Créer une filière horeca 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agence immobilière commerciale 2. Zone franche commerciale
Partenariat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Créer une prime 2. Nommer un animateur 3. Fédérer les commerçants 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de communication 2. Présence en ligne 3. Communication clients 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calendrier d'animations 2. Actions commerciales
Identité	<ol style="list-style-type: none"> 1. Application du GCU 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Verdurer le centre-ville 2. Communication et promotion de la commune 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harmoniser les équipements et aménagements publics
Mobilité	<ol style="list-style-type: none"> 1. Optimiser le stationnement 2. Communication parkings et disque 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promotion des modes doux 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestion des voitures ventouses

2. Augmenter l'attractivité commerciale de Fléron

2.1. Créer une filière horeca

Le nombre d'établissements horeca est clairement limité à Fléron en comparaison à d'autres nodules commerciaux wallons d'une taille similaire (cf. diagnostic). La création d'un nouvel espace public, exposé au sud et permettant notamment le déploiement de terrasses (ce qui est difficile dans l'avenue des Martyrs), en plein cœur du centre-ville dans le cadre du Master Plan constitue une opportunité d'accueil de nouveaux établissements horeca. Ceux-ci peuvent constituer une nouvelle offre, réellement complémentaire au tissu commercial existant de Fléron, qui permettrait de conférer au centre de Fléron l'image d'une ville où l'on peut prendre un verre et manger un bout aux chalands (ce qui n'est pas réellement le cas actuellement). La fréquentation du centre-ville sera aussi prolongée et garantira une animation après 18h30.

Une prise de contact avec certaines chaînes ou établissements locaux (type Huggy's Bar ou Curtius par exemple) pourrait être envisagée afin de susciter un intérêt pour une implantation éventuelle à Fléron. À plus long terme, une spécialisation vers un petit quartier horeca-gourmet et des artisans-créateurs pourrait être mise en place.

2.2. Démarcher des grandes enseignes en partenariat avec le(s) promoteur(s)

Comme mis en évidence lors du diagnostic et lors des groupes de travail avec les commerçants, le centre-ville de Fléron manque de la présence de quelques grandes enseignes qui pourraient rehausser qualitativement son offre commerciale et jouer le rôle de locomotives commerciales pour l'ensemble du centre-ville. L'accueil de quelques grandes enseignes supplémentaires ou concepts spécifiques serait donc bénéfique pour l'attractivité de Fléron (en réponse aux besoins identifiés dans le diagnostic), notamment au sein du projet du Master Plan et des autres projets mixtes dans le centre-ville.

Dans le domaine semi-courant léger, Fléron bénéficie d'une offre généraliste, ainsi que d'une offre spécialisée, et deux types de concurrence peuvent être identifiés :

- L'offre ubiquiste, notamment implantée à Soumagne (JBC, Zeeman, Trafic et Di) ;
- L'offre spécialisée (Point Carré, Philmode, Hangar 86, Thimister Men) qui est une offre attractive et est davantage en concurrence frontale avec le tissu d'indépendants du centre-ville de Fléron.

Dans une optique de renforcement de l'attractivité commerciale du centre-ville de Fléron, il convient de renforcer ces deux types d'éléments qui permettent de polariser les chalands sur des distances importantes et confèrent son caractère de destination à l'offre fléronnaise.

À cet effet, les autorités locales, dans une démarche proactive, pourraient « démarcher » plusieurs grands noms de la distribution actuellement absents du pôle. Une liste de grandes enseignes a ainsi été établie sur base d'un benchmark au niveau belge afin de guider ce travail (cf. Tableau 1). Ces enseignes constituent une offre débanalisée qui contribuerait à renforcer l'attractivité fléronnaise. En effet, l'offre existante est quantitativement suffisante pour assurer l'attractivité du nodule commercial. Les grandes enseignes identifiées ci-dessus correspondent donc à celles dont une présence à Fléron pourrait apporter un plus qualitatif au nodule commercial. Ce listing ne correspond pas à un inventaire exhaustif qu'il faudrait avoir la prétention d'accueillir au complet, mais doit plutôt permettre de cibler quelques grandes enseignes ou type de grandes enseignes qui pourraient faire l'objet d'un travail d'accueil à Fléron par exemple. Par ailleurs, des indépendants jouent actuellement le rôle de locomotive dans certains secteurs identifiés (par exemple celui de la parfumerie).

Tableau 1. Grandes enseignes pouvant faire l’objet d’un travail de démarchage à Fléron

Grande enseigne	Secteurs	Implantation(s) en centre-ville
Blanche	Boulangerie	Province de Liège
Delitrateur	Traiteur	Braine-l’Alleud
Bel&Bo	Confection générale	Ciney
Point Carré	Confection générale	Jambes
Color Code	Confection générale	Province de Liège
Espace Mode	Confection générale	-
JBC	Confection générale	Braine-l’Alleud
Tom Tailor	Confection générale	Province de Liège
Terre Neuve	Confection générale	Province de Liège
Lili Rose	Confection générale	Braine-l’Alleud
Vibs	Confection générale	Andenne
Ville Neuve	Confection générale	Province de Liège
Plume et coton	Linge de maison – Confection	Ciney
Planet Parfum	Parfumerie	Braine-l’Alleud et Ciney
Ici Paris XL	Parfumerie	-
Escapade – Collard	Chaussures – Maroquinerie	Province de Liège

Concrètement, cette action de démarchage et de prise de contact avec les enseignes peut être mise en place de plusieurs manières différentes :

- Prise de contact avec le(s) promoteur(s) de projet(s) ;
- Prise de contact directe avec les enseignes par la Commune, ou un autre organisme de promotion économique de Fléron ;
- Prise de contact avec des professionnels de l’immobilier commercial actifs sur Fléron (type Cushman & Wakefield, CBRE, etc.).

Cette action doit par ailleurs se faire en coordination avec l’action d’identification des cellules commercialisables détaillée ci-dessous (2.3) dans un but d’accompagnement de l’investisseur. La création d’un portfolio de promotion du centre-ville de Fléron à destination des investisseurs, avec par exemple une présentation des orientations du SCDC, une liste des autres grandes enseignes présentes avec leur localisation, une présentation des initiatives et actions de soutien en place, une cartographie didactique de l’extension de la zone de chalandise et de ses caractéristiques, et une présentation des principaux projets en cours dans la ville, pourrait s’avérer pertinente et être intégrée lors de la réalisation du plan de communication.

2.3. Gérer les cellules commerciales vides

Afin d’évaluer la nouvelle dynamique mise en place dans le centre-ville suite à la mise en œuvre du SCDC et du Master Plan, il est primordial d’observer régulièrement le territoire concerné. Dans le cadre du centre-ville de Fléron, il s’agirait de créer et de gérer une base de données complète de l’immobilier commercial. Le relevé commercial effectué par le SEGEFA-ULiège peut servir de base à sa constitution. Cette base de données doit servir d’outil de gestion de l’activité commerciale et d’interface de communication entre les acteurs du commerce. Elle pourrait, en effet, se présenter sous la forme d’une carte interactive montrant les disponibilités immobilières du centre-ville ainsi que leurs principales caractéristiques. Une fiche listant l’information qui devrait être collectée pour chacune des cellules commerciales de l’hypercentre est proposée à l’annexe 1.

Grâce à cet outil, les autorités locales doivent devenir un point d’accueil, via l’animateur du commerce (cf. 3.2), pour les candidats commerçants et de lien vers les propriétaires. Cet outil pourra compléter

le rôle d'accueil joué par les autorités communales. Un pack d'accueil pourrait d'ailleurs être créé avec des informations économiques, présentées notamment dans le diagnostic, et pouvant s'avérer utiles aux candidats. Une présentation de la zone de chalandise de Fléron, de son profil et sa population (ainsi que de ses caractéristiques socio-économiques) pourrait par exemple guider les études de marché.

Cette action de gestion de l'immobilier commercial doit en outre être coordonnée avec plusieurs initiatives développées dans ce plan d'actions comme le démarchage d'enseignes (cf. 2.2) ou la mise en place d'aides au démarrage de l'activité (cf. 3.8).

La formation de cellules vides est parfois liée à une inadéquation entre les loyers attendus et le potentiel commercial effectif de l'espace commerçant. En effet, les loyers pratiqués, notamment dans les centres traditionnels, ont parfois été établis à une période où la situation commerciale et la concurrence (en périphérie par exemple) étaient différentes. Ceci peut provoquer une situation de déséquilibre avec la capacité financière des nouveaux candidats commerçants voulant s'implanter dans un centre-ville. Une période de 10 ans est généralement nécessaire avant une adaptation spontanée des loyers.

En réponse à cette problématique, la Commune de Fléron pourrait lancer une démarche proactive auprès des propriétaires afin d'informer et d'encourager un ajustement des loyers demandés (quand ceux-ci sont jugés problématiques). Notons que certains promoteurs immobiliers professionnels perçoivent aujourd'hui le loyer selon un pourcentage du chiffre d'affaires (autour de 7% dans la grande distribution par exemple), plutôt qu'un loyer fixe. Le tableau ci-dessous reprend quelques valeurs de loyers indicatives afin de fournir une référence.

Tableau 2. Niveaux de loyer estimés dans le centre-ville de Fléron

Zone	Loyer (€/m ² /an)
Marge du nodule	150 – 175
Avenue des Martyrs – Fléron bas	175 – 215
Avenue des Martyrs – Fléron haut	200 – 250

2.4. Offrir la possibilité de pop-up stores dans certaines cellules vides structurelles

La présence de cellules vides dans le centre de Fléron a tendance à ternir l'image de la ville. Avec la volonté de combler ces vides et d'apporter une nouvelle offre commerciale. L'objectif est de permettre à de jeunes starters ou des indépendants de tester leurs propositions commerciales, leurs créations à certains moments de l'année et pendant un temps limité. Cela donne l'opportunité à ceux-ci de faire découvrir leur projet, leur offre et de tester l'engouement des clients avant d'envisager, idéalement, une implantation définitive dans le centre de Fléron.

Ce projet consisterait à mettre une surface vide (de minimum 60 m²) en location à un prix et avec un bail flexible pour les entrepreneurs (projets commerciaux) proposant des produits non encore représentés dans le centre-ville ou de niche. Pour ce faire, la Commune de Fléron pourrait se porter acquéreuse d'une cellule vide structurelle dans le but d'y créer ce pop-up store. D'autres solutions, en accord avec les propriétaires de cellules commerciales vides, pourraient aussi être initiées.

2.5. Former une agence immobilière commerciale

Plusieurs actions proposées précédemment nécessitent une certaine maîtrise immobilière. Étant donné la taille (et le budget) de la Commune, une acquisition directe apparaît peu réaliste. La Commune via la régie foncière pourrait donc mettre en place un système d'intermédiation entre les propriétaires bailleurs et les locataires (commerçants – artisans – artistes) en reprenant le concept des AIS (agence immobilière sociale). Cette agence immobilière commerciale permettrait un droit de

regard sur les niveaux de loyers demandés, et parfois jugés inadéquats au regard du potentiel (cf. 2.3). Les avantages pour les propriétaires sont (repris sur le site du Fonds du logement de Wallonie) :

- Gestion du bien par l’AIS (moyennant une participation modérée) : recherche d’un locataire, rédaction des baux et états des lieux, suivi des obligations du locataire, ... ;
- Garantie du paiement du loyer ;
- Suivi de l’entretien du bien par le locataire et remise en état en cas de dégradations (autre que l’usure normale) ;
- Exonération ou réduction du précompte immobilier ;
- Aides à la réhabilitation et à la mise en conformité.

Si la Commune dispose d’un droit de regard sur les niveaux de loyers, elle peut proposer plusieurs cellules commerciales dans le centre-ville avec des loyers parfaitement adaptés à la potentialité commerciale du nodule. On peut alors supposer que certains propriétaires ajusteront leurs loyers en conséquence, surtout si l’offre immobilière tend à se renforcer à Fléron dans les années à venir.

2.6. Monitorer la création d’une zone franche commerciale

Les centres urbains traditionnels sont aujourd’hui souvent confrontés à des niveaux de précomptes immobiliers inadéquats par rapport à leur potentiel commercial réel. Le niveau du revenu cadastral est fixé par le Fédéral, tandis que la perception du précompte est assurée par les pouvoirs locaux (Région, Province et Commune). Des mécanismes d’allègement de la perception dans certains périmètres spécifiques (qui seraient concrètement délimités par les Villes et Communes) pourraient prochainement voir le jour dans le cadre de la politique régionale de revitalisation des centres urbains. La Commune de Fléron pourrait rester attentive à la mise place de ce type de mécanisme et pourrait envisager la création d’une « zone franche » commerciale dans son centre-ville (voire même uniquement dans les rues prioritaires de l’hypercentre) afin d’y inciter à l’investissement et d’y pérenniser l’activité commerciale. L’opérationnalisation d’une telle action dépend toutefois d’un mécanisme fiscal qui doit encore être créé, et devra être évaluée en fonction de son impact sur le budget des pouvoirs locaux concernés.

3. Renforcer le partenariat avec les commerçants

3.1. Fédérer les commerçants

Les commerçants sont des acteurs incontournables pour assurer la dynamique et l’animation commerciales de la ville. La fédération des acteurs au sein d’une association forte et active permet d’envisager la mise en place d’actions communes, et peut servir d’interface avec les autorités locales pour la mise en œuvre de projets. La création d’une association mixte entre les commerçants et l’administration, apparait donc un prérequis à un certain nombre d’actions développées dans ce plan. Le renforcement de l’ASBL Fléron shopping doit être évalué.

Bien qu’il soit important d’attirer quelques grandes enseignes (cf. 2.2) pour bénéficier de leur effet de locomotive, le dynamisme commercial de Fléron passe par son tissu de commerçants indépendants, qui doivent notamment proposer une offre originale et débanalisée.

Ce redéploiement passera par ailleurs par une augmentation du nombre de membres et un renforcement de la cohésion entre ceux-ci. Les actions détaillées ci-dessus doivent permettre d’améliorer la visibilité de l’association afin de consolider son rôle dans l’animation commerciale. Elle doit en outre construire une véritable coopération avec la Commune.

Le redéploiement de l’association est une action transversale qui est directement liée aux actions spécifiques suivantes devant aboutir à :

- Définition du calendrier « sessions débat » de l'association
- Construction et mise à jour d'une mailing list des commerçants fléronnais
- Définition d'une identité forte (slogan, logo, plaquette) s'appuyant sur la plan de communication
- Construction et mise en ligne d'une page Facebook
- Réalisation et envoi d'une newsletter à destination des commerçants et/ou de leur clientèle
- Réalisation d'une brochure annuelle des activités de l'association (type « rapport d'activité »)
- Création d'une plate-forme intranet de collecte et d'échange d'informations entre les membres de l'association

3.2. Nommer un animateur du commerce fléronnais

Sur l'exemple concluant de la Ville d'Andenne qui a engagé un profil « management du commerce andennois », l'engagement d'un profil similaire pourrait être testé en 2022 (un mi-temps par exemple) et associé au services des affaires économiques, ou au sein de l'association mixte entre les commerçants et l'administration, à l'aide d'un subside octroyé par la Commune. Les missions de cet animateur seraient définies en fonction des objectifs fixés pour augmenter l'attractivité de Fléron, et comprendraient notamment :

- Création et définition de l'identité de la page facebook des commerçants fléronnais, relais vers les pages personnelles (facebook, twitter, instagram, sites webs, etc.) des commerçants ;
- Animation de la page facebook et du site internet du commerce fléronnais (publication d'événements, actions des commerçants, mise à l'honneur d'un commerçant, etc.) ;
- Activation des liens entre les entreprises et les commerçants (faciliter les échanges d'information et les échanges commerciaux entre les commerçants et les entreprises fléronnaises) ;
- Gestion des cellules commerciales vides (lien entre les propriétaires et les candidats commerçants) ;
- Accueil et démarchage des candidats commerçants ;
- Participation aux activités et sessions de l'association mixte entre les commerçants et l'administration ou de l'ASBL Fléron shopping (représentant de la Commune comme interlocuteur privilégié avec l'association dans une optique de dialogue permanent).

3.3. Établir un plan de communication commerce

Les projets urbains et la mise en œuvre du Master Plan et du SCDC doivent générer une dynamique de renouveau commercial au sein du centre-ville de Fléron. En parallèle, la Commune de Fléron a aujourd'hui besoin d'outils de communication coordonnés afin d'assurer la promotion d'une vision globale et attractive de la ville. Cette stratégie de communication globale doit notamment s'appuyer sur la définition d'une identité forte servant à communiquer vers les investisseurs et les visiteurs, et qui pourra être exploitée de manière thématique sur différents supports (slogan, logo, plaquette, etc.).

À cet effet, la Commune de Fléron peut s'appuyer sur les résultats de la démarche citoyenne effectuée dans le cadre du Master Plan. L'identité graphique peut par exemple s'appuyer sur les forces et éléments structurants dégagés en concertation avec les habitants, ainsi que sur les logos, le slogan et l'aspect historiquement commercial de la ville. Dans sa démarche, la Commune de Fléron peut en outre s'inspirer d'une initiative similaire menée à Liège sur les trois quartiers commerçants les plus proches du centre-ville, et détaillée à l'annexe 2.

Cette action doit faire l'objet d'un plan de communication élaboré avec un bureau professionnel notamment dans les choix et la manière de transmettre l'information. Les outils dont dispose la Commune sont multiples : du site internet au format « revue local », en passant par les médias

classiques (presse-radio-TV locale) et les réseaux sociaux. La communication en matière de commerce doit également contribuer à renforcer l’image de la Commune de Fléron : le caractère historiquement commercial du centre-ville doit devenir un élément attractif, s’intégrer à la vision promue par les autorités locales et compléter les projets urbains du programme de ville.

Le plan de communication doit porter la vision stratégique du commerce à Fléron et doit permettre de communiquer sur le travail effectué vers les acteurs du commerce, d’une part, et les habitants et visiteurs, d’autre part. Vis-à-vis des premiers, il s’agit de communiquer autour de cette étude afin d’apporter un message clair sur le développement commercial de la Commune, et de présenter un cadre fixé et clair pour inciter à l’investissement, principalement dans le centre-ville. Pour les seconds, il s’agit de montrer que la Commune s’attèle à dynamiser le centre-ville et qu’un véritable plan de développement urbain et commercial du centre-ville a été établi. La stratégie de communication doit notamment s’appuyer sur les principales forces du centre de Fléron :

- La diversité de l’offre commerciale ;
- L’accueil et la qualité des commerçants ;
- L’accessibilité en transport en commun et en modes doux (RAVeL) ;
- Le patrimoine et le renouveau urbain.

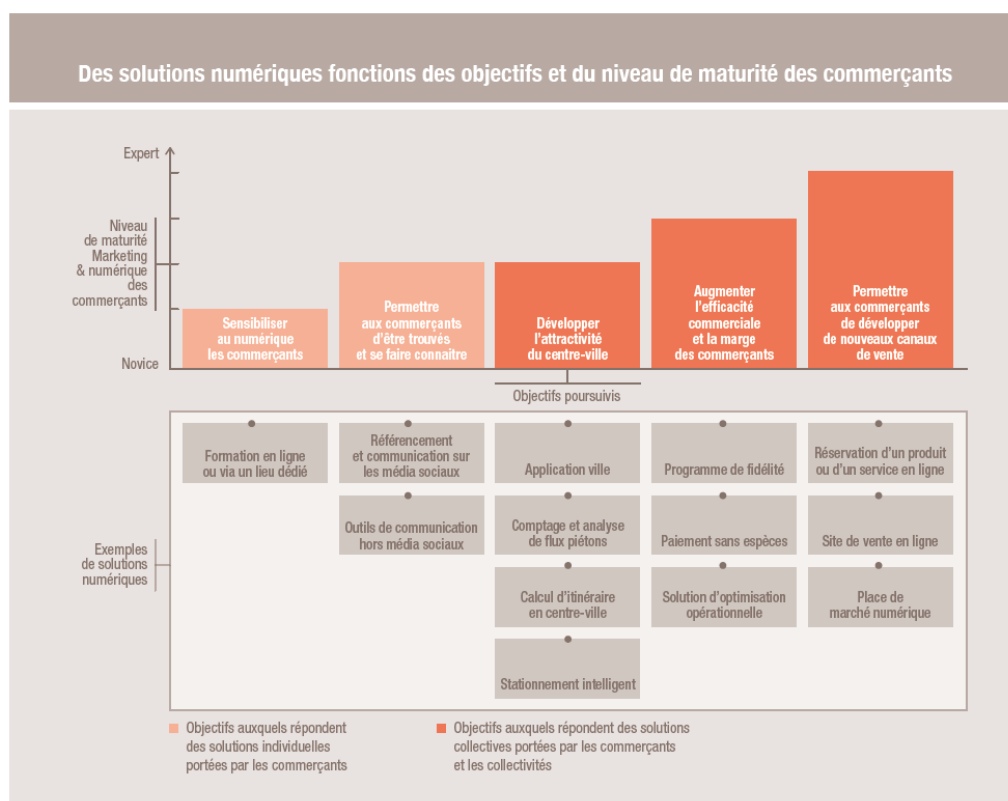
3.4. Renforcer la présence en ligne des commerçants

La révolution numérique et le développement de l’e-commerce constituent certainement la mutation la plus importante pour le commerce de détail au cours de la décennie actuelle. Or les commerçants, notamment indépendants, se retrouvent généralement assez dépourvus vis-à-vis de ces nouvelles formes de commerce, de communication et de promotion, particulièrement face aux grands noms du secteur (Amazon, E-bay, Zalando, Veepee, Coolblue, etc.) et aux grandes enseignes qui ont développé leur boutique en ligne. Ceci peut s’expliquer par le haut niveau de technicité nécessaire pour créer une plateforme dédiée, aux investissements financier (recours à un prestataire) et humain (mise à jour constante et alimentation du site internet) nécessaires, ainsi qu’à l’organisation et la logistique nécessaires si la présence sur le web va jusqu’à la vente de produits.

Fléron ne dispose actuellement pas d’une véritable plateforme en ligne faisant la promotion de son commerce. Une initiative ambitieuse pourrait être mise en place sous forme de co-construction entre la Commune et les commerçants.

La mise en place de ce type de solution numérique nécessite le recours à un prestataire technique. Il est de plus nécessaire de définir clairement la portée de la plateforme : celle-ci doit au minimum présenter les commerçants fléronnais, mais peut aller jusqu’à la présentation de produits et de leur disponibilité en magasin, voire même jusqu’à la vente/réservation (avec collecte en magasin – modèle « Click & Collect »). Ceci requiert néanmoins une logistique et un accès pour les commerçants à la plateforme pour mettre à jour les informations sur les produits par exemple. Le projet doit donc prévoir une concertation et un travail en profondeur avec les commerçants et le consultant afin d’effectivement définir le niveau de service attendu de la plateforme (Figure 2).

Figure 2. Exemple de mise en place de solutions numériques pour le groupes de commerçants



Source : Guide des solutions numériques – Banque des territoires, 2019, p.14

L'approche ne doit donc pas nécessairement aboutir à un site de vente en ligne, et peut tout à fait être axée sur la présence sur les réseaux sociaux et le « web to store » (soit capter le client en ligne pour le faire venir dans le magasin physique) par exemple. La réalisation de ce type de projet peut nécessiter du temps et un budget relativement important. Précisons que ce type de projet peut bénéficier d'un financement pour sa réalisation dans le cadre des appels à projets du Plan Commerce ou de Digital Wallonia au niveau régional.

Une fois mise en ligne, la plateforme peut devenir le canal de référence pour la communication sur le commerce à Fléron et toutes les activités annexes. Les actualités et événements pourront par exemple y être publiés, ainsi que la présentation de l'offre en stationnement de la ville et de ses règles. Les mécanismes de fidélisation et de réduction devront également être repris. La plateforme peut également proposer des chemins découvertes de la ville avec des itinéraires shopping, gourmands ou de balades (en lien avec le RAVeL).

3.5. Améliorer la communication vers les clients

La communication à destination des clients de Fléron est actuellement peu structurée et doit être renforcée. La création d'une liste de mailing d'information et la promotion sur les réseaux sociaux sont aujourd'hui des pratiques nécessaires afin de maintenir un contact avec les clients et de les informer sur les actualités. En complément, des communications plus ponctuelles et spécifiques peuvent également être effectuées via les mêmes canaux, comme la mise en avant d'un commerçant ou d'un produit, un « top 5 » à faire à Fléron, la présentation d'un parcours shopping, la publicité autour des actions et événements, etc.

3.6. Clarifier le calendrier d'animation

L'animation des centres-villes constitue un levier d'actions efficace pour l'activité commerciale. En effet, l'organisation d'activités événementielles permet, sur un laps de temps relativement court, d'attirer et de faire connaître la ville à des populations qui ne fréquentent pas nécessairement le pôle commercial de manière régulière. Les événements permettent donc d'attirer une clientèle potentielle dans le centre, conférer à Fléron l'image d'un « axe commercial qui bouge » et d'ancrer le centre-ville dans les habitudes des visiteurs. Fléron accueille plusieurs événements au cours de l'année et il conviendrait de sélectionner 2 ou 3 événements majeurs sur l'année, comme :

- Braderie en été
- Marché de Noël en hiver

L'objectif est donc de clarifier ce calendrier et d'en assurer la pérennisation. Ensuite, un travail autour de la renommée et de la publicité de ce calendrier peut être effectué, et coordonné avec des ouvertures et actions commerciales généralisées dans le centre-ville (cf. 3.7) lors de ces événements, afin d'inciter les visiteurs à faire un peu de shopping en venant aux événements. Ce calendrier doit en outre être intégré à l'action de communication proposée précédemment.

Le réalisation du Master Plan offre par ailleurs l'opportunité de renforcer les liens entre le commerce permanent et le marché hebdomadaire. En effet, le marché hebdomadaire du vendredi devrait, si possible, être maintenu sur le nouvel espace public prévu au sein du projet. Le marché constitue un générateur de trafic spécifique et devrait être conservé en plein centre du nodule commercial afin d'y générer du flux. Les marchés ambulants présentent en outre l'avantage de proposer des synergies importantes avec l'horeca qui, comme évoqué précédemment, devrait trouver une place au sein du projet de Master Plan.

3.7. Proposer des actions commerciales conjointes

En parallèle au calendrier d'animations, des événements purement commerciaux pourraient être organisés de manière ponctuelle, récurrente ou continue, comme :

- Création d'un système de fidélisation (en continuité des « chèque-cadeau covid » étant donné que l'initiative avait bien fonctionné) ;
- Chèques cadeaux ;
- Partenariat avec certains gros employeurs ou générateurs de trafic (ex : partenariat entre l'Université à Liège et une centaine de commerçants liégeois) ;
- Ouverture en nocturne ou ouverture le premier dimanche des soldes (exemple : Liège) ;
- Ouverture certains dimanches de l'année (exemples : premiers dimanches du mois à Bruxelles ou shopping Sundays à Hasselt), ou en lien avec le calendrier d'animation ;
- Organisation d'une action « promo » par l'ensemble des commerçants lors d'une période plus creuse en matière de consommation (mois d'octobre par exemple).

Précisons que le succès de ce type d'événements dépend de deux facteurs importants : atteindre une masse critique de commerces participants afin que le chaland ne se retrouve pas devant des portes closes, et organiser une communication spécifique (via radio, journaux et réseaux sociaux) pour promouvoir l'action auprès de la population. La récurrence de ce type d'événements permet par ailleurs de les ancrer dans les habitudes des clients.

Figure 3. Exemples d'animation commerciale à Liège et Hasselt



Les systèmes de fidélisation correspondent simplement à des mécanismes offrant un avantage après un certain nombre d'achats effectués ou montant dépensé dans les commerces participants. Plusieurs modalités de mise en place sont possibles comme la remise d'un chèque cadeau après qu'un certain montant ait été dépensé ou la distribution d'un cadeau en fonction de leurs achats (un marque-page pour 5 achats, un sac réutilisable pour 10 achats et une place de cinéma pour 15 achats par exemple). Des applications mobiles, comme « Joyn », commencent également à se multiplier et fonctionnent par scannage d'un QR code pour accumuler des points de fidélité. Ce type d'application peut constituer une alternative « clé sur porte » et permet de s'intégrer à un large réseau de commerçants (mais peut entraîner une perte de spécificité de l'initiative vis-à-vis de la concurrence).

L'autre type correspond aux systèmes de bons cadeaux pouvant être offerts à la clientèle. L'initiative peut permettre de créer un partenariat avec les entreprises en vue d'exploiter le potentiel lié aux autres activités économiques de la ville. Andenne a par exemple mis en place un partenariat avec les entreprises des parcs d'activités où les employeurs offrent la carte à leurs employés comme bonus de fin d'année. Ce type de démarche permet d'attirer des personnes se rendant quotidiennement sur le territoire de la commune, sans nécessairement fréquenter le centre-ville, en offrant un incitant concret à se rendre dans les commerces du centre.

3.8. Créer une prime à la création et à l'adaptation de commerces

La période de lancement et les deux premières années d'existence constituent des périodes de vulnérabilité dans la vie d'un commerce, et le taux de faillite au cours de cette période est important en Belgique. Afin de réduire ce risque, de moderniser l'immobilier commercial existant, et dans une volonté d'accompagnement des candidats, la Commune de Fléron pourrait proposer plusieurs primes à la création de commerces et à l'adaptation de locaux commerciaux. La mise en place de ce type d'aides au lancement de l'activité pourrait s'effectuer selon différentes modalités :

- Créashop est évidemment le principal programme de ce type et pourrait s'appliquer dans l'avenue des Martyrs. La Commune de Fléron pourrait initier une démarche proactive vers les autorités régionales pour une inscription dans la programmation suivante, ou créer une prime communale fonctionnant sur le même modèle (rénovation d'une cellule commerciale vide avec évaluation des projets par un jury).
- Une aide pour les nouveaux porteurs de projets à la location de cellule commerciale vide pendant 1 an grâce à une prise en charge d'une partie du loyer. L'aide pourrait être

conditionnée à un suivi dans l’accompagnement du porteur de projet et une évaluation de ce projet en cours d’année (exemple : Marche-en-Famenne¹).

- Une aide à la modernisation d’un commerce existant où la commune pourrait prendre en charge un pourcentage fixe de l’investissement avec un plafond éventuel pour les commerces implantés à Fléron depuis une durée prédéterminée (exemple : Rochefort²).

4. Travailler l’identité urbaine et commerciale

4.1. Verdurer le centre-ville

Le diagnostic du SCDC a mis en évidence le manque d’aménagements urbains incitant à la flânerie dans le centre-ville de Fléron. La verdurisation du centre-ville permettrait justement d’améliorer la cadre urbain et d’inciter à la flânerie dans le centre. Cette verdurisation peut s’effectuer par différentes méthodes comme la pose de mobilier urbain (peu contraignant), le lancement d’une campagne de plantation ou la fleuraison de façade en coopération avec les occupants.

Le projet du Master Plan et le réaménagement de la N3 constituent des opportunités pour des opérations plus importantes, comme cela a été le cas dans d’autres villes (Figure 4). Dans la même optique, une réflexion sur la présence de l’eau dans le centre-ville pourrait être envisagée par la Commune (bien que les contraintes techniques soient plus importantes). De manière générale, ce type d’action doit viser à renforcer le caractère « à la campagne » de la commune de Fléron (en lien avec son slogan) et permettre de proposer un cadre agréable aux chalands et visiteurs.

Figure 4. Exemple de verdurisation d’un axe dans le cadre de l’implantation d’un transport structurant



4.2. Renforcer l’application du règlement sur les enseignes du GCU

L’aspect historiquement commercial de Fléron constitue une de ses spécificités et le caractère commerçant de l’axe devra être souligné par plusieurs actions. L’appareil commercial et l’image de la

¹ <https://www.marche.be/administration/subventions-et-primas-communales/aide-a-la-location-de-cellules-commerciales-vides-pour-des-porteurs-de-projets-encadres-1052/>

² <https://www.rochefort.be/economie/developpement-du-territoire/adl/comment-lancer-son-projet/AIDES%20COMMUNALES%20CELLULES%20VIDES%20ET%20MODERNISATION.doc>

Commune doivent devenir de réelles synergies : les aménagements et règlements publics doivent contribuer à une identité visuelle forte qui font ressortir Fléron comme pôle commercial.

La Commune de Fléron dispose d'un règlement sur les enseignes au sein du GCU. Ce règlement doit servir à encadrer le placement d'enseignes sur les façade afin d'apporter une certaine uniformité le long de l'avenue des Martyrs. La commune de Marche-en-Famenne a par exemple entrepris une démarche de ce type en interdisant les enseignes perpendiculaires aux façades, et en imposant des enseignes en lettrage individuel et placé en relief sur les façades.

Figure 5. Exemple d'application d'une réglementation sur les enseignes à Marche-en-Famenne



L'application de ce règlement serait progressive en s'appliquant d'abord aux nouvelles enseignes, avant d'être progressivement généralisée à l'ensemble des commerces existants. Une prise de contact avec le service de l'urbanisme de Marche-en-Famenne pourrait être effectuée afin de savoir comment ce règlement a été mis en œuvre et appliqué (aides de la commune, taxation, etc.).

4.3. Harmoniser les équipements et aménagements publics

La qualité des aménagements urbains, le cadre urbain et architectural constituent des éléments attractifs des centres-villes qui doivent contribuer à l'effet de flânerie et à rendre le circuit du chaland agréable. Au contraire, des aménagements et installations vieillissantes ou défectueuses peuvent contribuer à une image négative de la ville pour le visiteur. Le mobilier urbain (bancs, bacs à fleurs, arceaux pour vélos, etc.) contribue à la convivialité de l'espace public. Le cadre urbain de Fléron est une de ses forces, lui conférant l'image d'un axe commerçant.

Dans la même optique de renforcement de l'identité urbaine de Fléron, une harmonisation de l'ensemble des aménagements et équipements publics (éclairage, trottoirs, signalétique, bancs, etc.) dans le centre-ville pourrait être progressivement mise en place. Le centre-ville de Fléron présente actuellement un aspect particulièrement éclectique de ce point de vue, notamment en raison des différents niveaux de responsabilités intervenant dans l'aménagement de l'axe de N3.

Une charte directrice pourrait être adoptée afin de servir de référence pour ce travail d'harmonisation, en concertation avec le SPW disposant de la compétence sur la N3. Ces aspects devront notamment être intégrés dans le réaménagement de l'avenue des Martyrs et la mise en œuvre du Master Plan.

4.4. Intégrer la dimension commerciale dans la communication et la promotion de la Commune

Fléron bénéficie de l'image d'axe routier important et d'axe commercial historique, accueillant une offre de qualité assurée notamment par plusieurs indépendants spécialisés. La Commune doit davantage jouer sur cette image : il faut générer l'envie de faire du shopping à Fléron et mettre en avant les spécificités du commerce fléronnais.

Ainsi, la dimension commerciale doit systématiquement être intégrée dans la communication et la promotion de la Commune, notamment en lien avec son offre de tourisme et de loisirs qui présente des complémentarités certaines avec la fonction commerciale. L'objectif est ici d'associer le caractère commerçant du centre-ville à l'image même de la ville. Cette démarche a pour but de cimenter Fléron comme destination commerciale dans l'esprit des habitants, afin que celle-ci constitue toujours une destination d'achat potentielle dans les habitudes d'achats des clients, et d'ancrer Fléron comme une ville « qui bouge ».

Enfin, des actions thématiques ciblées et originales, comme la création de circuits gourmands (en lien avec le RAVeL par exemple), ou d'un parcours shopping pourraient être créées en coopération avec l'office du tourisme de Fléron (en lien avec un site de type « Visit Fléron » par exemple).

5. Améliorer la mobilité dans le centre-ville

5.1. Optimiser le stationnement

Comme discuté lors des orientations et recommandations, la capacité en stationnement au centre de Fléron va être renforcée dans les années à venir par la réalisation d'un nouveau parking P+R et de parkings souterrains au sein du Master Plan. En complément à ces projets d'envergure, plusieurs actions ponctuelles peuvent être menées :

- Vérification de l'encodage des différents parkings du centre-ville dans les GPS et applications mobiles ;
- Dans une approche plus ambitieuse, ces deux derniers types d'initiatives peuvent être intégrés au sein d'un système de transports intelligents (STI) globalisé sur l'agglomération liégeoise. Les STI se caractérisent par une collecte de l'information (trafic, stationnement, qualité de l'air, transports publics, vélos, ...) et une rediffusion en temps réel de celle-ci vers les usagers, afin d'encourager une meilleure répartition modale et d'optimiser l'accessibilité de la ville.
- Mise en place d'une nouvelle signalétique uniforme et hiérarchisée à deux niveaux vers les parkings stratégiques à proximité du nodule commercial (< 250 m à pied).

5.2. Renforcer la communication autour des modes doux

Le projet du Master Plan est axé autour de la mobilité douce, et va s'articuler autour de la ligne 38 du RAVeL. En développant une offre horeca complémentaire à cet axe, le projet va renforcer les flux dans le centre-ville. Il constitue donc une opportunité de réfléchir à la problématique de la mobilité douce dans le centre de Fléron.

Le RAVeL doit devenir une réelle synergie à l'offre commerciale, comme ce qui peut être observé à Tilff par exemple. Fléron doit pouvoir proposer des infrastructures adaptées (sites propres, arceaux de stationnement, borne de recharge et de réparation, etc.), une offre commerciale spécifique (ex : coffee ride à Stavelot, MUR - coffee & cycling à Huy, un vélociste), et communiquer autour de celles-ci. En effet, certains chalands fréquentant Fléron à vélo ne sont pas toujours au courant des infrastructures existantes (pour stationner son vélo par exemple), et la réalisation du projet pourrait permettre davantage de visibilité à la mobilité vélo à Fléron.

5.3. Mener une communication sur les parkings et le disque de stationnement

Le stationnement et la mobilité constituent des problématiques centrales en matière de commerce de détail. De ce point de vue, Fléron est affligé par un déficit d'image : l'axe commerçant est perçu comme particulièrement encombré et un endroit où il est difficile de stationner. L'action de d'optimisation du stationnement (cf. 5.1) doit permettre d'améliorer les quelques points problématiques restants, et en parallèle un travail de fond d'amélioration de l'image doit être effectué. À cet effet, une communication et un plan de présentation des parkings (« où se garer pour faire son shopping à Fléron ? ») pourraient être édités pour le centre-ville, et présentés sur le site web des commerçants et de la Commune, ainsi que sur des flyers dans les commerces.

Par ailleurs, la mise en place de la zone bleue (bien qu'elle date maintenant de plusieurs années) n'est toujours pas ancrée dans les habitudes de certains clients, qui reçoivent encore des amendes par oubli, distraction ou méconnaissance. Les actions de sensibilisation et de distribution de disques de stationnement vers les clients doivent être prolongées, et celles-ci peuvent être complétées par le nouveau plan en intégrant cet élément (« retirez votre disque chez votre commerçant favori »).

5.4. Gérer la problématique des voitures ventouses

Comme mis en évidence lors du diagnostic et par le PICM, la zone de stationnement à disque apparaît comme la solution la plus adaptée au fonctionnement du nodule commercial et au volume de commerces présents à Fléron. Cette zone bleue doit permettre une rotation des voitures en stationnement, sans le caractère contraignant d'une zone payante. Néanmoins, cette rotation est parfois entravée par la présence de voitures ventouses qui restent présentes tout au cours de la journée, et limitent les places de stationnement disponibles pour les clients.

En réponse à ce constat, une action ciblée pourrait être menée selon deux modalités : la sensibilisation auprès des générateurs de trafic responsables de la présence de ces voitures ventouses (bureaux, écoles, commerçants, etc.) avec une proposition d'alternatives de stationnement, ou la répression via un système de contrôle des plaques.

6. Annexe 1 : exemple de fiche de cellule commerciale

	Description	Source(s)
Identifiant	Un numéro défini par la commune permettant d'identifier de manière unique chaque bien	
N° Parcellaire	Le n° cadastral de la parcelle	Administration du cadastre
Valeur du bien	Estimation de la valeur de l'ensemble du bien (terrain + bâtiment(s))	Bureau d'expertise immobilière
Revenu cadastral	Revenu cadastral du bien immobilier	Administration du cadastre
Coordonnées XY	Enregistrement spatial de la parcelle	Administration du cadastre
<u>Parcelle</u>		
Superficie	Superficie totale de la parcelle	Administration du cadastre
Occupation	Bâtie / non bâtie	Administration du cadastre et enquête de terrain
Équipement(s)	Raccordements à l'égout et autres réseaux de distribution	Service urbanisme
Longueur à rue	Longueur de la limite parcellaire bordant la route d'accès	Relevé sur plan (administration du cadastre)
Indice de forme	Petit axe de la parcelle / grand axe de la parcelle	Relevé sur plan (administration du cadastre)
Distance à la route	Distance de la parcelle à la route d'accès la plus proche	Relevé sur plan (administration du cadastre)
Distance au TEC	Distance de la parcelle à l'arrêt de bus le plus proche	Enquête de terrain
Plan de secteur	Situation au plan de secteur	Service urbanisme - Portail cartographique de la région wallonne
PCA	Orientation précisée par un éventuel PCA	Service Urbanisme
<u>Bâtiment(s)</u>		
Composition	Nombre de bâtiments construits sur la parcelle	Relevé sur plan (administration du cadastre)
Nature(s) du (des) bien (s)	Nature de l'occupation des bâtiments selon une nomenclature prédéfinie	Enquête de terrain
Nombre de niveaux	Nombre d'étages du bâtiment principal	Enquête de terrain
Nombre de façades	Nombre de façade du bâtiment principal	Relevé sur plan (administration du cadastre)
Longueur façade à rue	Longueur de la façade (m) du bâtiment principal	Relevé sur plan (administration du cadastre)
Surface totale utile	Surface totale utile (de vente, habitable ...) du bien (m²)	Enquête de terrain
Surface intérieure utile	Surface intérieure utile du bâtiment principal (m²)	Enquête de terrain
Surface extérieure utile	Surface extérieure utile à l'activité principale (m²)	Enquête de terrain
Année de construction	Année de construction du bâtiment principal	Administration du cadastre
Année de rénovation	Année de la dernière rénovation du bien	Administration du cadastre
Capacité parking	Capacité de l'éventuel parking associé à l'activité (nombre de places)	Enquête de terrain
Salubrité	État de salubrité du bâtiment principal selon une nomenclature prédéfinie	Enquête de terrain
Qualité architecturale	Qualité architecturale du bâtiment principal selon une nomenclature prédéfinie	Enquête de terrain

Propriétaire		
Nom(s)	Nom du ou des propriétaire(s) du bien	Administration du cadastre
Age(s)	Age du ou des propriétaire(s) du bien	Enquête de terrain
Profession(s)	Profession principale du ou des propriétaire(s) du bien	Enquête de terrain
Adresse(s)	Adresse du ou des propriétaire(s) du bien	Enquête de terrain
Téléphone(s)	N° de contact du ou des propriétaire(s) du bien	Enquête de terrain
E-mail(s)	E-mail du ou des propriétaire(s) du bien	Enquête de terrain
Autres biens	N° parcellaire du ou des autres biens situés sur le territoire de la commune du ou des propriétaire(s) du bien	Administration du cadastre
Occupant		
Nom(s)	Nom de l'occupant (particulier ou société)	Enquête de terrain
Téléphone(s)	N° contact de l'occupant du bâtiment principal	Enquête de terrain
E-mail(s)	E-mail de l'occupant du bâtiment principal	Enquête de terrain
Site Internet	Site internet de la société occupante	Enquête de terrain
Santé de l'activité	Bilan chiffrée de la société occupante	Banque carrefour
Nature de l'activité	Nature de l'activité de la société occupante selon une nomenclature prédéfinie	Banque carrefour et enquête de terrain
Année d'entrée	Année du début de l'activité sur site de la société occupante	Banque carrefour et enquête de terrain
Bail	Année de fin de bail entre l'occupant et le propriétaire	Enquête de terrain
Loyer	Montant du loyer à charge de l'occupant	Enquête de terrain

7. Annexe 2 : concept d'identité de quartier commerçant

Le Bureau du Commerce de la Ville de Liège a travaillé sur les 3 quartiers les plus proches du centre (annexes-faubourgs du centre) et les plus importants en termes de nombre de commerces : Outremeuse, Saint-Gilles et Guillemins.

Les outils créés dans un premier temps consistent en **un symbole accompagné d'une courte phrase** ainsi que d'**une plaquette de présentation** (voir ci-dessous), l'objectif étant de pouvoir décliner cette image sur d'autres supports (animations spécifiques, entrées de quartier, autocollants, habillage vitrines des cellules vides, sacs,...) mais aussi que les acteurs du quartier puissent l'utiliser.

La participation des acteurs du quartier est donc primordiale dans ce projet.

La conception des identités graphiques est réalisée en collaboration avec la société de communication liégeoise, Synthèse, suite à un appel d'offre lancé fin septembre 2013. Différentes phases ont ainsi composé le travail :

- travail préalable d'analyse des quartiers par le Bureau du Commerce (situation/localisation, historique, lieux d'intérêt, études, nombre et type de commerces, recommandations du schéma de développement commercial, interview de personnes ressources du quartier, statistiques socio-démographiques)
- prise de connaissance des spécificités et visites physiques de chaque quartier
- rencontres avec les acteurs des quartiers commerçants dans le cadre d'ateliers de réflexions et d'échanges
- création du concept identitaire de chaque quartier
- réalisation d'une plaquette de présentation pour chaque quartier commerçant étudié

Cette mission a été suivie par un comité d'accompagnement chargé de valider les différentes étapes. Celui-ci est composé de représentants de la Ville de Liège (Échevinat du Développement économique et territorial, Bureau du Commerce, service communication, service relation avec les quartiers) et aussi de représentants des quartiers concernés (commerçants, comité de quartier).

Les plaquettes ainsi réalisées seront diffusées, outre dans les quartiers, dans des salons professionnels, aux investisseurs potentiels, aux propriétaires de cellule(s) commerciale(s) vide(s), dans les agences immobilières, dans les sociétés d'aide à la création...



Les identités quant à elles pourront être dupliquées sur différents supports (vinyes dans les commerces vides, panneaux de présentation, publication des acteurs des quartiers, autocollants, ...).

Il suffit de passer le(s) pont(s)

Le visiteur débarque en Outremeuse via la Mouze ou le Ravel. C'est à chaque fois l'occasion de découvrir le quartier avec un regard nouveau. Outremeuse a su préserver son âme insulaire. Les pentes amènent aux quais aménagés pour la promenade constituant aussi une localité attrayante de ce coin atypique.



Une ambiance, un style, une âme

Outremeuse, c'est une autre façon de vivre la ville. Ce quartier de caractère, paisible et dépayssant, déroule ses jolies ruelles à un jet de pierre de l'hypercentricité de Liège.

Entre endroits mythiques et bons plans locaux, Outremeuse se révèle attachante et riche en points de rencontres. Lieux culturels, salles de concerts et galeries d'art ont d'ailleurs élu un peu partout dans ce quartier en perpétuelle ébullition.



Paradis des épicuriens

La curiosité et les parfums de bonne cuisine invitent le visiteur à entrer dans « la Cage aux Lions », élément à part entière du patrimoine historique et festif du quartier. Un chapelet de restaurants, petits cafés, et terrasses conviviales ont élu domicile autour de la « rue Roture », ruelle piétonne et centre névralgique de la vie nocturne en Outremeuse.



Atouts

- Premier pôle commercial après l'hypercentricité
- Brocante de Saint-Pholien chaque vendredi (clientèle eurégionale)
- Diversité architecturale digne d'intérêt (du 17 au 20^{ème} siècle)
- Quais aménagés pour la promenade et le RAVeL
- Liaison avec le centre par une passerelle piétonne
- Potentiel de 5 hectares de revitalisation : place de l'Yser et site de Bavière
- Tissu associatif dense

Folklore et tourisme en héritage

Qui visite Outremeuse y est accueilli par la statue de Tcharichis, l'ambassadeur du quartier. On y rencontrera aussi son épouse Nanette, Siméon, Girey et bien d'autres personnages emblématiques. Et pourquoi ne pas apprendre quelques mots de wallon au théâtre, au musée ou en faisant causer avec les sympathiques habitants de « Djad la Mouze » (« au-delà de la Mouze ») ?

La profusion de maisons typiques arborant parfois une « potale » dédiée à la Vierge Marie, la patronne du quartier, achèvera de conquérir les amateurs d'histoire et de traditions.



Parlons boutiques

Profiter de la douceur d'Outremeuse, c'est aussi prendre le temps de flâner dans la « rue Puits-en-Sock », épine dorsale du quartier, pour une séance de shopping ou encore pour s'attarder à une terrasse de café. Son offre commerciale très riche et diversifiée fait d'Outremeuse le premier pôle commercial liégeois après l'hypercentricité. Maisons spécialisées renommées, boutiques cosmopolites et produits locaux, on y a tout à portée de main. Les dénicheurs de bonnes affaires, fans de vintage et d'objets rétro pourront aussi exercer leur passion, en se rendant le vendredi matin à la brocante de St Pholien.



Chiffres-clés

10.000 habitants	5 minutes à pied de l'hypercentricité
14 lignes de bus	350 commerces en activité
18 écoles	1 académie de musique
3 musées	1 piscine
8 lieux de spectacles	
flux hebdomadaire de piétons : 37.000	loyer commercial moyen : 260 €/m ² /an
15.000 passages annuels au départ des Croisières sur Mouze	31.000 nuitées par an à l'Auberge de Jeunesse
95.000 visiteurs annuels à l'Aquarium	200.000 participants aux fêtes du 15 Août



Envie d'implanter une nouvelle activité à Liège ?
Besoin de conseils pour développer votre commerce ?
Vous lancez en tant qu'indépendant ?
Le Bureau du Commerce et des PME peut vous y aider.

Bureau du Commerce et des PME
Sur les Foulons, 11 - 4000 Liège
+32 (0)4 221 92 20 - commerce@liege.be
www.pla.ce2shop.liege.be

Liège SHOP
Le commerce local, avec l'appui de la Région wallonne et du Conseil de la Région wallonne.

Outremeuse

La ville, autrement

8. Annexe 3 : fiches actions

Fiche	Augmenter l'attractivité commerciale de Fléron	Page
1	Créer une filière HoReCa	25
2	Démarcher des grandes enseignes en partenariat avec le(s) promoteur(s)	26
3	Gérer les cellules commerciales vides	27
4	Offrir la possibilité de pop-up stores dans certaines cellules vides structurelles	28
5	Former une agence immobilière commerciale	29
6	Monitorer la création d'une zone franche commerciale	30

Fiche	Renforcer le partenariat avec les commerçants	Page
7	Fédérer les commerçants	31
8	Nommer un animateur du commerce fléronnais	32
9	Établir un plan de communication commerce	33
10	Renforcer la présence en ligne des commerçants	34
11	Améliorer la communication vers les clients	35
12	Clarifier le calendrier d'animation	36
13	Proposer des actions commerciales conjointes	37
14	Créer une prime à la création et à l'adaptation de commerces	38

Fiche	Travailler l'identité commerciale et urbaine	Page
15	Verduriser le centre-ville	39
16	Renforcer l'application du règlement sur les enseignes du GCU	40
17	Harmoniser les équipements et aménagements publics	41
18	Intégrer la dimension commerciale dans la communication et la promotion de la commune	42

Fiche	Améliorer la mobilité dans le centre-ville	Page
19	Optimiser le stationnement	43
20	Renforcer la communication autour des modes doux	44
21	Mener une communication sur les parkings et le disque de stationnement	45
22	Gérer la problématique des voitures ventouses	46

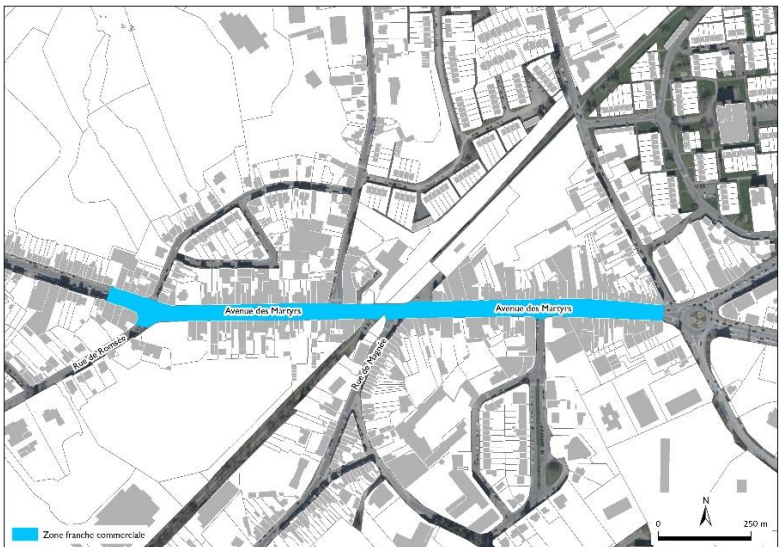
Action n°1	Créer une filière HoReCa
Objectifs	Générer une place HoReCa au sein du projet de Master Plan
Calendrier	2025
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>La création d'un nouvel espace public, exposé au sud et permettant notamment le déploiement de terrasses, en plein cœur du centre-ville dans le cadre du Master Plan constitue une opportunité d'accueil de nouveaux établissements HoReCa.</p> <p>Le développement d'une offre de ce type permettrait de directement répondre à une faiblesse de l'offre commerciale du nodule identifiée dans le diagnostic. Cette offre serait de plus particulièrement complémentaire au tissu commercial existant de Fléron.</p> <p>Une prise de contact avec certaines chaînes ou établissements locaux (type Huggy's Bar, brasserie locale, ou Curtius par exemple) pourrait être envisagée afin de susciter un intérêt pour une implantation à Fléron. Une micro-brasserie pourrait aussi être aidée pour une implantation unique à Fléron-centre.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	<p>L'action nécessite un avancement du projet de Master Plan : aménagement de l'espace public et la mise sur le marché de nouvelles cellules commerciales aux abords de celle-ci. Le kiosque prévu est déjà une première étape pour cette action.</p> <p>L'emplacement actuel de la poste est un des éléments clés pour lancer ce déploiement</p>
Porteur	Promoteur du projet (recherche de locataires)
Partenaires potentiels	Commune de Fléron
Budget	En fonction des opportunités immobilières
Mode de financement	Privé et/ou Commune de Fléron

Action n°2	Démarcher des grandes enseignes
Objectifs	Accueillir plusieurs grandes enseignes qui pourraient hausser qualitativement l'offre commerciale de Fléron et jouer le rôle de locomotives commerciales pour l'ensemble du centre-ville
Calendrier	2022
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Fléron va renforcer son offre en immobilier commercial suite au projet du Master Plan et aux autres projets mixtes dans le centre-ville. De nouveaux occupants devront venir occuper ces cellules (ainsi que les quelques cellules vides d'une taille suffisante dans le centre-ville)</p> <p>L'accueil de quelques grandes enseignes supplémentaires ou concepts spécifiques au sein de ces cellules commerciales serait bénéfique pour l'attractivité de Fléron. Une liste complète des enseignes à cibler est disponible dans la troisième partie du SCDC. Ces grandes enseignes ciblent l'offre ubiquiste et l'offre spécialisée du centre-ville : il convient de renforcer ces deux types d'éléments qui permettent de polariser les chalands sur des distances importantes et renforceront le caractère de destination de l'offre fléronnaise. La recherche porteurs de projets locaux et également des concepts de produits locaux (supermarché bio/local de type BioFagnes, boulangerie à base de blé belge, etc.) constitue un axe de travail complémentaire de cette action.</p> <p>Ce démarchage d'enseigne peut s'effectuer directement via des prises de contact en partenariat avec le(s) promoteur(s) des projets, ou via un professionnel de l'immobilier commercial (intermédiaire).</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	L'action nécessite un avancement du projet de Master Plan : aménagement de l'espace public et la mise sur le marché de nouvelles cellules commerciales aux abords de celle-ci
Porteur	Promoteur du projet (recherche de locataires)
Partenaires potentiels	Commune de Fléron et/ou professionnels de l'immobilier commercial
Budget	-
Mode de financement	-

Action n°3	Gérer les cellules commerciales vides
Objectifs	Créer et entretenir une base de données de l'immobilier commercial à Fléron
Calendrier	Q1 2022
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Afin d'évaluer la nouvelle dynamique mise en place dans le centre-ville suite à la mise en œuvre du SCDC et du Master Plan, une base de données complète de l'immobilier commercial pourrait être constituée et constamment mise à jour. Le relevé commercial effectué par le SEGEFA-ULiège peut servir de base à son élaboration. Cette base de données doit servir d'outil de gestion de l'activité commerciale et d'interface de communication entre les acteurs du commerce. Elle pourrait se présenter sous la forme d'une carte interactive montrant les disponibilités immobilières du centre-ville ainsi que leurs principales caractéristiques.</p> <p>Cet outil pourra compléter le rôle d'accueil joué par les autorités communales. Un pack d'accueil pourrait d'ailleurs être créé avec des informations économiques, présentées notamment dans le diagnostic, et pouvant s'avérer utiles aux candidats. Une présentation de la zone de chalandise de Fléron, de son profil et sa population (ainsi que de ses caractéristiques socio-économiques) pourrait par exemple guider les études de marché.</p> <p>Cette base de données devra permettre à terme un monitoring de l'état du commerce à Fléron.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
Budget	Temps partiel de l'animateur du commerce
Mode de financement	Commune de Fléron et/ou privé

Action n°4	Offrir la possibilité de pop-up stores dans certaines cellules vides structurelles
Objectifs	Reconvertir une cellule vide structurelle en pop-up store / incubateur commercial
Calendrier	Q2 2023
Illustration de l'action	<p>Exemple de popup store à Esch-sur-Alzette</p> 
Descriptif	<p>La présence de cellules vides dans le centre de Fléron a tendance à ternir l'image de la ville. Avec la volonté de combler ces vides et d'apporter une nouvelle offre commerciale. L'objectif est de permettre à de jeunes starters ou des indépendants de tester leurs propositions commerciales, leurs créations à certains moments de l'année et pendant un temps limité. Cela donne l'opportunité à ceux-ci de faire découvrir leur projet, leur offre et de tester l'engouement des clients avant d'envisager, idéalement, une implantation définitive dans le centre de Fléron.</p> <p>Ce projet consisterait à mettre une surface vide (de minimum 60 m²) en location à un prix et avec un bail flexible pour les entrepreneurs (projets commerciaux) proposant des produits non encore représentés dans le centre-ville ou de niche. Pour ce faire, la Commune de Fléron pourrait se porter acquéreuse d'une cellule vide structurelle dans le but d'y créer ce pop-up store. D'autres solutions, en accord avec les propriétaires de cellules commerciales vides, pourraient aussi être initiées.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	Action n°3
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Propriétaire(s) de cellule vide
Budget	8 000 € / an / cellule
Mode de financement	Commune de Fléron

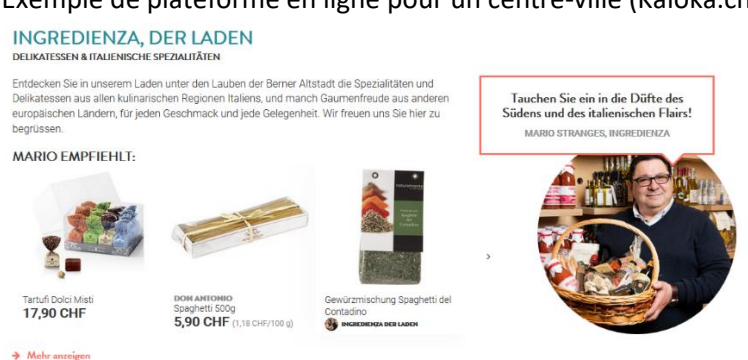
Action n°5	Former une agence immobilière commerciale
Objectifs	Créer une entité permettant une relative maîtrise immobilière sur quelques cellules commerciales du centre-ville
Calendrier	2025
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Plusieurs actions proposées nécessitent une certaine maîtrise immobilière qui pourrait s'organiser sous forme d'une structure indépendante comme une « agence publique de l'immobilier commercial ». Cette structure pourrait mettre en place un système d'intermédiation entre les propriétaires bailleurs et les locataires (commerçants – artisans – artistes) en reprenant le concept des AIS (agence immobilière sociale) connue dans le domaine du logement social. Un loyer permanent serait garanti au propriétaire et l'agence pourrait disposer de la cellule commerciale pour y placer des enseignes adéquates pour le centre-ville.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	Actions n°3 et 4
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Propriétaire(s) de cellule commerciale
Budget	15 000 € / an
Mode de financement	Commune de Fléron

Action n°6	Monitorer la création d'une zone franche commerciale
Objectifs	Suivre la mise en place de nouveaux mécanismes régionaux d'allègement fiscal et/ou s'inscrire dans un projet pilote régional
Calendrier	Permanent
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Les centres urbains traditionnels sont aujourd'hui souvent confrontés à des niveaux de précomptes immobiliers inadéquats par rapport à leur potentiel commercial réel. Le niveau du revenu cadastral est fixé par le Fédéral, tandis que la perception du précompte est assurée par les pouvoirs locaux (Région, Province et Commune). Des mécanismes d'allègement de la perception dans certains périmètres spécifiques (qui seraient concrètement délimités par les Villes et Communes) pourraient prochainement voir le jour dans le cadre de la politique régionale de revitalisation des centres urbains.</p> <p>La Commune de Fléron pourrait rester attentive à la mise place de ce type de mécanisme et pourrait envisager la création d'une « zone franche » commerciale dans son centre-ville (voire même uniquement dans les rues prioritaires de l'hypercentre) afin d'y inciter à l'investissement et d'y pérenniser l'activité commerciale. L'opérationnalisation d'une telle action dépend toutefois d'un mécanisme fiscal qui doit encore être créé, et devra être évaluée en fonction de son impact sur le budget des pouvoirs locaux concernés.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Région wallonne
Partenaires potentiels	Commune de Fléron
Budget	-
Mode de financement	Région wallonne

Action n°7	Fédérer les commerçants
Objectifs	Renforcer la coopération et l'implication des commerçants dans la vie communale
Calendrier	Q1 2022
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Les commerçants sont des acteurs incontournables pour assurer la dynamique et l'animation commerciales de la ville. La fédération des acteurs au sein d'une association forte et active permet d'envisager la mise en place d'actions communes, et peut servir d'interface avec les autorités locales pour la mise en œuvre de projets. En outre, le dynamisme commercial de Fléron passe par son tissu de commerçants indépendants, qui doivent proposer une offre originale et débanalisée.</p> <p>Ce redéploiement passera par une augmentation du nombre de membres et un renforcement de la cohésion entre ceux-ci. Cette fédération des commerçants peut s'effectuer par la création d'une association mixte entre les commerçants et l'administration ou le renforcement de l'ASBL Fléron shopping.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
Partenaires potentiels	Commune de Fléron
Budget	-
Mode de financement	La Commune de Fléron pourrait par exemple doubler les cotisations, à l'image de ce qui se fait lors de la création d'une coopérative où W.alter (Sowecson – SRIW) intervient à concurrence d'un montant maximum égal à l'apport des coopérateurs.

Action n°8	Nommer un animateur du commerce fléronnais
Objectifs	Lancer une nouvelle dynamique commerciale en coopération avec les commerçants fléronnais
Calendrier	Q3 2022
Illustration de l'action	Exemple d'accompagnement par Shop in Andenne (PromAndenne) <div data-bbox="818 383 1145 707" data-label="Image">  </div>
Descriptif	<p>Sur l'exemple concluant de la Ville d'Andenne qui a engagé un profil « management du commerce andennois », l'engagement d'un profil similaire pourrait être testé en 2022 (un mi-temps par exemple) et associé au services des affaires économiques, ou au sein de l'association mixte entre les commerçants et l'administration, à l'aide d'un subside octroyé par la Commune.</p> <p>Les missions de cet animateur seraient définies en fonction des objectifs fixés pour augmenter l'attractivité de Fléron, et comprendraient notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création et définition de l'identité de la page facebook (et autres réseaux) des commerçants fléronnais, relais vers les pages personnelles (facebook, twitter, instagram, sites webs, etc.) des commerçants ; • Animation de la page facebook et du site internet du commerce fléronnais (publication d'événements, actions des commerçants, mise à l'honneur d'un commerçant, etc.) ; • Activation des liens entre les entreprises et les commerçants (faciliter les échanges d'information et les échanges commerciaux entre les commerçants et les entreprises fléronnaises) ; • Gestion des cellules commerciales vides (lien entre les propriétaires et les candidats commerçants) ; • Accueil et démarchage des candidats commerçants ; • Participation aux activités et sessions de l'association mixte entre les commerçants et l'administration ou de l'ASBL Fléron shopping (représentant de la Ville comme interlocuteur privilégié avec l'association dans une optique de dialogue permanent).
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
Budget	25 000 € / an
Mode de financement	Commune de Fléron

Action n°9	Établir un plan de communication commerce
Objectifs	Doter Fléron d'une image marketing et d'outils de communication vers les acteurs du commerce et les chaland
Calendrier	2023
Illustration de l'action	<p>Exemple d'Outremeuse par la Ville de Liège</p> 
Descriptif	<p>La Commune de Fléron a aujourd'hui besoin d'outils de communication coordonnés afin d'assurer la promotion d'une vision globale et attractive de la ville. Cette stratégie de communication globale doit notamment s'appuyer sur la définition d'une identité forte servant à communiquer vers les investisseurs et les visiteurs, et qui pourra être exploitée de manière thématique sur différents supports (slogan, logo, plaquette, etc.).</p> <p>Cette action doit faire l'objet d'un plan de communication élaboré avec un bureau professionnel notamment dans les choix et la manière de transmettre l'information. Les outils dont dispose la Commune sont multiples : du site internet au format « revue local », en passant par les médias classiques (presse-radio-TV locale) et les réseaux sociaux. La communication en matière de commerce doit également contribuer à renforcer l'image de la Commune de Fléron : le caractère historiquement commercial du centre-ville doit devenir un élément attractif, s'intégrer à la vision promue par les autorités locales et compléter les projets urbains du programme de ville. Le plan de communication doit porter la vision stratégique du commerce à Fléron et doit permettre de communiquer sur le travail effectué vers les acteurs du commerce, les habitants et les chaland.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
Budget	15 000 €
Mode de financement	Commune de Fléron

Action n°10	Renforcer la présence en ligne des commerçants
Objectifs	Assurer une présence en ligne plus structurée et plus importante des commerçants fléronnais
Calendrier	2023
Illustration de l'action	<p>Exemple de plateforme en ligne pour un centre-ville (Kaloka.ch)</p> 
Descriptif	<p>La révolution numérique et le développement de l'e-commerce constituent certainement la mutation la plus importante pour le commerce de détail au cours de la décennie actuelle. Or les commerçants, notamment indépendants, se retrouvent généralement assez dépourvus vis-à-vis de ces nouvelles formes de commerce, de communication et de promotion. Ceci peut s'expliquer par le haut niveau de technicité nécessaire pour créer une plateforme dédiée, aux investissements financier (recours à un prestataire) et humain (mise à jour constante et alimentation du site internet) nécessaires, ainsi qu'à l'organisation et la logistique nécessaires si la présence sur le web va jusqu'à la vente de produits.</p> <p>Fléron ne dispose actuellement pas d'une véritable plateforme en ligne faisant la promotion de son commerce. Une initiative ambitieuse pourrait être mise en place sous forme de co-construction entre la Commune et les commerçants.</p> <p>La mise en place de ce type de solution numérique nécessite le recours à un prestataire technique. Il est de plus nécessaire de définir clairement la portée de la plateforme : celle-ci doit au minimum présenter les commerçants fléronnais, mais peut aller jusqu'à la présentation de produits et de leur disponibilité en magasin, voire même jusqu'à la vente/réservation. L'approche ne doit donc pas nécessairement aboutir à un site de vente en ligne, et peut tout à fait être axée sur la présence sur les réseaux sociaux et le « web to store » (soit capter le client en ligne pour le faire venir dans le magasin physique) par exemple.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	Action n°7 et 8
Porteur	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
Partenaires potentiels	Commune de Fléron
Budget	50 000 €
Mode de financement	Subvention régionale / Commune de Fléron

Action n°11	Améliorer la communication vers les clients
Objectifs	Renforcer les liens entre clients et augmenter la visibilité des commerçants fléronnais
Calendrier	Q3 2022
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>La communication à destination des clients de Fléron est actuellement peu structurée et doit être renforcée. La création d'une liste de mailing d'information et la promotion sur les réseaux sociaux sont aujourd'hui des pratiques nécessaires afin de maintenir un contact avec les clients et de les informer sur les actualités. En complément, des communications plus ponctuelles et spécifiques peuvent également être effectuées via les mêmes canaux, comme la mise en avant d'un commerçant ou d'un produit, un « top 5 » à faire à Fléron, la présentation d'un parcours shopping, la publicité autour des actions et événements, etc.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	Action n°7 et 8
Porteur	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
Partenaires potentiels	Commune de Fléron
Budget	-
Mode de financement	-

Action n°12	Clarifier le calendrier d'animation
Objectifs	Proposer des événements clairement structurés pouvant attirer de nouveaux clients et visiteurs à Fléron
Calendrier	2022
Illustration de l'action	<p>Exemple de festival urbain à Nantes</p> 
Descriptif	<p>L'animation des centres-villes constitue un levier d'actions efficace pour l'activité commerciale. En effet, l'organisation d'activités événementielles permet, sur un laps de temps relativement court, d'attirer et de faire connaître la ville à des populations qui ne fréquentent pas nécessairement le pôle commercial de manière régulière. Les événements permettent donc d'attirer une clientèle potentielle dans le centre, conférer à Fléron l'image d'un « axe commercial qui bouge » et d'ancrer le centre-ville dans les habitudes des visiteurs. Fléron accueille plusieurs événements au cours de l'année et il conviendrait de sélectionner 2 ou 3 événements majeurs sur l'année, comme :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Braderie en été • Marché de Noël en hiver • Festival (art de rue, musique, concerts, etc.) <p>L'objectif est donc de clarifier ce calendrier et d'en assurer la pérennisation. Ensuite, un travail autour de la renommée et de la publicité de ce calendrier peut être effectué, et coordonné avec des ouvertures et actions commerciales généralisées dans le centre-ville (action n°13) lors de ces événements, afin d'inciter les visiteurs à faire un peu de shopping en venant aux événements. Ce calendrier doit en outre être intégré à l'action de communication proposée précédemment.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
Budget	-
Mode de financement	-

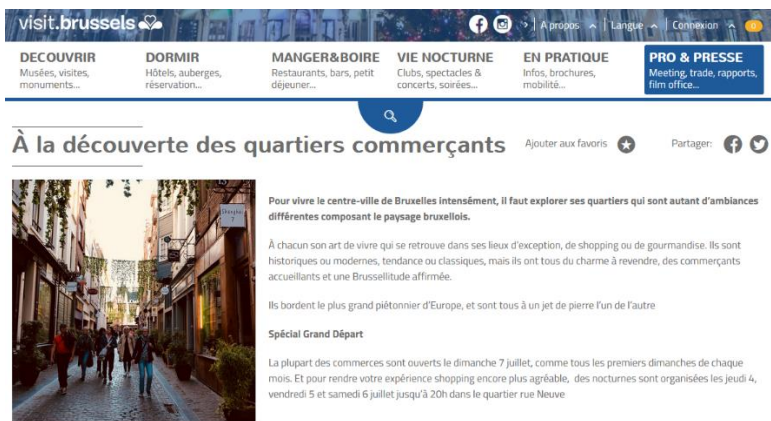
Action n°13	Proposer des actions commerciales conjointes
Objectifs	Renforcer l'animation commerciale et augmenter l'engagement des chaland
Calendrier	Q4 2022
Illustration de l'action	<p>Exemples d'actions commerciales à Liège et Hasselt</p>  <p>When? Dates Shopping Sundays 2018</p> <ul style="list-style-type: none"> > Sunday 7 January 2018: Sales > Sunday 25 March 2018: Spring shopping > Sunday 1 July 2018: Sales > Sunday 7 October: Autumn shopping > Sunday 16 & 23 December: Christmas shopping
Descriptif	<p>En parallèle au calendrier d'animations, des événements purement commerciaux pourraient être organisés de manière ponctuelle, récurrente ou continue, comme :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création d'un système de fidélisation (en continuité des « chèque-cadeau covid » étant donné que l'initiative avait bien fonctionné) ; • Chèques cadeaux ; • Partenariat avec certains gros employeurs ou générateurs de trafic (ex : partenariat entre l'Université à Liège et une centaine de commerçants liégeois) ; • Ouverture en nocturne (ponctuelle ou récurrente) ; • Ouverture le premier dimanche des soldes (exemple : Liège) ; • Ouverture certains dimanches de l'année (exemples : premiers dimanches du mois à Bruxelles ou shopping Sundays à Hasselt), ou en lien avec le calendrier d'animation ; • Organisation d'une action « promo » par l'ensemble des commerçants lors d'une période plus creuse en matière de consommation (mois d'octobre par exemple). <p>Précisons que le succès de ce type d'événements dépend de deux facteurs importants : atteindre une masse critique de commerces participants afin que le chaland ne se retrouve pas devant des portes closes, et organiser une communication spécifique (via radio, journaux et réseaux sociaux) pour promouvoir l'action auprès de la population. La récurrence de ce type d'événements permet par ailleurs de les ancrer dans les habitudes des clients.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	Actions n°8, 11 et 12
Porteur	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
Partenaires potentiels	Commune de Fléron
Budget	15 000.€ / an
Mode de financement	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping / Commune de Fléron

Action n°14	Créer une prime à la création et à l'adaptation de commerces
Objectifs	Attirer de nouveaux candidats commerçants
Calendrier	2024
Illustration de l'action	<p>Exemple de Créashop à Liège</p> 
Descriptif	<p>La période de lancement et les deux premières années d'existence constituent des périodes de vulnérabilité dans la vie d'un commerce, et le taux de faillite au cours de cette période est important en Belgique. Afin de réduire ce risque, de moderniser l'immobilier commercial existant, et dans une volonté d'accompagnement des candidats, la Commune de Fléron pourrait proposer plusieurs primes à la création de commerces et à l'adaptation de locaux commerciaux. La mise en place de ce type d'aides au lancement de l'activité pourrait s'effectuer selon différentes modalités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créashop est évidemment le principal programme de ce type et pourrait s'appliquer dans l'avenue des Martyrs. La Commune de Fléron pourrait initier une démarche proactive vers les autorités régionales pour une inscription dans la programmation suivante, ou créer une prime communale fonctionnant sur le même modèle (rénovation d'une cellule commerciale vide avec évaluation des projets par un jury). • Une aide pour les nouveaux porteurs de projets à la location de cellule commerciale vide pendant 1 an grâce à une prise en charge d'une partie du loyer. L'aide pourrait être conditionnée à un suivi dans l'accompagnement du porteur de projet et une évaluation de ce projet en cours d'année (exemple : Marche-en-Famenne). • Une aide à la modernisation d'un commerce existant où la commune pourrait prendre en charge un pourcentage fixe de l'investissement avec un plafond éventuel pour les commerces implantés à Fléron depuis une durée prédéterminée (exemple : Rochefort).
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	-
Budget	4 000 € à 6 000 € / projet (objectif : 3 projets retenus par an)
Mode de financement	Commune de Fléron / Région wallonne

Action n°15	Verduriser le centre-ville
Objectifs	Améliorer le cadre urbain et inciter à la flânerie dans le centre-ville de Fléron
Calendrier	Permanent
Illustration de l'action	<p>Exemple de verdurisation dans le cadre d'un réaménagement d'axe</p> 
Descriptif	<p>Une verdurisation du centre-ville permet d'améliorer le cadre urbain et d'inciter à la flânerie dans le centre. Cette verdurisation peut s'effectuer par différentes méthodes comme la pose de mobilier urbain (peu contraignant), le lancement d'une campagne de plantation ou la fleuraison de façade en coopération avec les occupants.</p> <p>Le projet du Master Plan et le réaménagement de la N3 constituent des opportunités pour des opérations plus importantes, comme cela a été le cas dans d'autres villes. Dans la même optique, une réflexion sur la présence de l'eau dans le centre-ville pourrait être envisagée par la Ville (bien que les contraintes techniques soient plus importantes). De manière générale, ce type d'action doit viser à renforcer le caractère « à la campagne » de la commune de Fléron (en lien avec son slogan) et permettre de proposer un cadre agréable aux chalandes et visiteurs.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Promoteur(s) immobiliers et Région wallonne
Budget	Indéterminé
Mode de financement	Commune de Fléron / Promoteur(s) immobiliers / Région wallonne

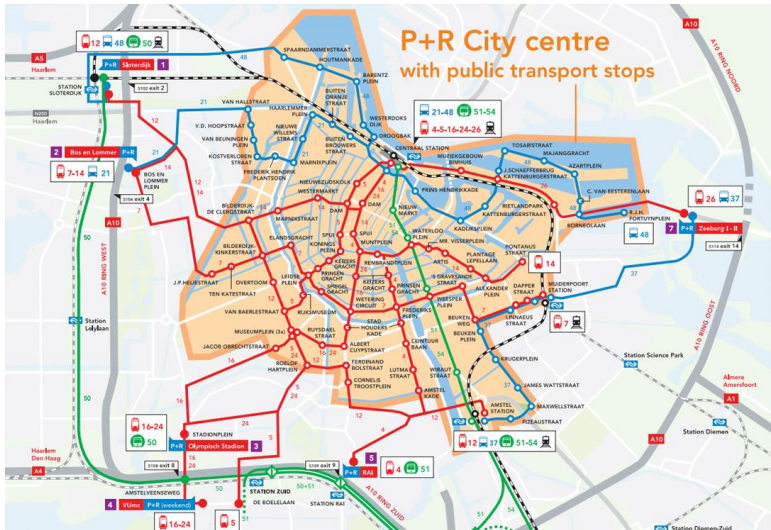
Action n°16	Renforcer l'application du règlement sur les enseignes du GCU
Objectifs	Harmoniser les enseignes le long de l'avenue des Martyrs et renforcer l'identité commerciale de cet axe
Calendrier	2022
Illustration de l'action	<p>Exemple d'application d'un règlement sur les enseignes à Marche</p> 
Descriptif	<p>L'aspect historiquement commercial de Fléron constitue une de ses spécificités et le caractère commerçant de l'axe devra être souligné par plusieurs actions. L'appareil commercial et l'image de la Ville doivent devenir de réelles synergies : les aménagements et règlements publics doivent contribuer à une identité visuelle forte qui font ressortir Fléron comme pôle commercial.</p> <p>La Commune de Fléron dispose d'un règlement sur les enseignes au sein du GCU. Ce règlement doit servir à encadrer le placement d'enseignes sur les façades afin d'apporter une certaine uniformité le long de l'avenue des Martyrs. L'application de ce règlement serait progressive en s'appliquant d'abord aux nouvelles enseignes, avant d'être progressivement généralisée à l'ensemble des commerces existants.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	-
Budget	-
Mode de financement	-

Action n°17	Harmoniser les équipements et aménagements publics
Objectifs	Améliorer le cadre urbain et inciter à la flânerie dans le centre-ville de Fléron
Calendrier	Permanent
Illustration de l'action	<p>Exemple de charte d'harmonisation à Angers</p> 
Descriptif	<p>La qualité des aménagements urbains, le cadre urbain et architectural constituent des éléments attractifs des centres-villes qui doivent contribuer à l'effet de flânerie et à rendre le circuit du chaland agréable. Au contraire, des aménagements et installations vieillissantes ou défaillantes peuvent contribuer à une image négative de la ville pour le visiteur. Le mobilier urbain (bancs, bacs à fleurs, arceaux pour vélos, etc.) contribue à la convivialité de l'espace public. Le cadre urbain de Fléron est une de ses forces, lui conférant l'image d'un axe commerçant.</p> <p>Une harmonisation de l'ensemble des aménagements et équipements publics (éclairage, trottoirs, signalétique, bancs, etc.) dans le centre-ville pourrait être progressivement mise en place. Le centre-ville de Fléron présente actuellement un aspect particulièrement éclectique de ce point de vue, notamment en raison des différents niveaux de responsabilités intervenant dans l'aménagement de l'axe de N3. Une charte directrice pourrait être adoptée afin de servir de référence pour ce travail d'harmonisation, en concertation avec le SPW disposant de la compétence sur la N3.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Région wallonne
Budget	-
Mode de financement	-

Action n°18	Intégrer la dimension commerciale dans la communication et la promotion de la Commune
Objectifs	Renforcer la promotion du commerce dans la communication communale
Calendrier	Permanent
Illustration de l'action	<p>Intégration du caractère commercial dans la promotion de la ville de Bruxelles</p> 
Descriptif	<p>Fléron bénéficie de l'image d'axe routier important et d'axe commercial historique, accueillant une offre de qualité assurée notamment par plusieurs indépendants spécialisés. La Commune doit davantage jouer sur cette image : il faut générer l'envie de faire du shopping à Fléron et mettre en avant les spécificités du commerce fléronnais.</p> <p>Ainsi, la dimension commerciale doit systématiquement être intégrée dans la communication et la promotion de la Commune, notamment en lien avec son offre de tourisme et de loisirs qui présente des complémentarités certaines avec la fonction commerciale. L'objectif est ici d'associer le caractère commerçant du centre-ville à l'image même de la ville. Cette démarche a pour but de cimenter Fléron comme destination commerciale dans l'esprit des habitants, afin que celle-ci constitue toujours une destination d'achat potentielle dans les habitudes d'achats des clients, et d'ancrer Fléron comme une ville « qui bouge ».</p> <p>Enfin, des actions thématiques ciblées et originales, comme la création de circuits gourmands (en lien avec le RAVeL par exemple), ou d'un parcours shopping pourraient être créées en coopération avec l'office du tourisme de Fléron (en lien avec un site de type « Visit Fléron » par exemple).</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	-
Budget	5 000 €
Mode de financement	Commune de Fléron

Action n°19	Optimiser le stationnement
Objectifs	Clarifier l'offre de stationnement à Fléron
Calendrier	2023-2025
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Comme discuté lors des orientations et recommandations, la capacité en stationnement au centre de Fléron va être renforcée dans les années à venir par la réalisation d'un nouveau parking P+R et de parkings souterrains au sein du Master Plan. En complément à ces projets d'envergure, plusieurs actions ponctuelles peuvent être menées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vérification de l'encodage des différents parkings du centre-ville dans les GPS et applications mobiles ; • Dans une approche plus ambitieuse, ces deux derniers types d'initiatives peuvent être intégrés au sein d'un système de transports intelligents (STI) globalisé sur l'agglomération liégeoise. Les STI se caractérisent par une collecte de l'information (trafic, stationnement, qualité de l'air, transports publics, vélos, ...) et une rediffusion en temps réel de celle-ci vers les usagers, afin d'encourager une meilleure répartition modale et d'optimiser l'accessibilité de la ville. • Mise en place d'une nouvelle signalétique uniforme et hiérarchisée à deux niveaux vers les parkings stratégiques à proximité du nodule commercial (< 250 m à pied).
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	Réaménagement de la N3
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Région wallonne
Budget	30 000 €
Mode de financement	Commune de Fléron / Région wallonne

Action n°20	Renforcer la communication autour des modes doux
Objectifs	Promouvoir les alternatives à la voiture et inciter à une mobilité durable
Calendrier	Permanent
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Le projet du Master Plan est axé autour de la mobilité douce, et va s'articuler autour de la ligne 38 du RAVeL. En développant une offre horeca complémentaire à cet axe, le projet va renforcer les flux dans le centre-ville. Il constitue donc une opportunité de réfléchir à la problématique de la mobilité douce dans le centre de Fléron.</p> <p>Le RAVeL doit devenir une réelle synergie à l'offre commerciale, comme ce qui peut être observé à Tilff par exemple. Fléron doit pouvoir proposer des infrastructures adaptées (sites propres, arceaux de stationnement, borne de recharge et de réparation, etc.), une offre commerciale spécifique (ex : coffee ride à Stavelot, MUR - coffee & cycling à Huy, un vélociste), et communiquer autour de celles-ci. En effet, certains chalands fréquentant Fléron à vélo ne sont pas toujours au courant des infrastructures existantes (pour stationner son vélo par exemple), et la réalisation du projet pourrait permettre davantage de visibilité à la mobilité vélo à Fléron.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	-
Budget	3 000 €
Mode de financement	-

Action n°21	Mener une communication sur les parkings et le disque de stationnement
Objectifs	Empêcher que la zone de stationnement à disque constitue un frein pour les chaland
Calendrier	Permanent
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Le stationnement et la mobilité constituent des problématiques centrales en matière de commerce de détail. De ce point de vue, Fléron est affligé par un déficit d'image : l'axe commerçant est perçu comme particulièrement encombré et un endroit où il est difficile de stationner. En parallèle à l'action d'optimisation du stationnement (n°19), un travail de fond d'amélioration de l'image doit être effectué. À cet effet, une communication et un plan de présentation des parkings (« où se garer pour faire son shopping à Fléron ? ») pourraient être édités pour le centre-ville, et présentés sur le site web des commerçants et de la Ville, ainsi que sur des flyers dans les commerces.</p> <p>Par ailleurs, la mise en place de la zone bleue (bien qu'elle date maintenant de plusieurs années) n'est toujours pas ancrée dans les habitudes de certains clients, qui reçoivent encore des amendes par oubli, distraction ou méconnaissance. Les actions de sensibilisation et de distribution de disques de stationnement vers les clients doivent être prolongées, et celles-ci peuvent être complétées par le nouveau plan en intégrant cet élément (« retirez votre disque chez votre commerçant favori »).</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
Budget	1 000 €
Mode de financement	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping / Commune de Fléron

Action n°22	Gérer la problématique des voitures ventouses
Objectifs	Optimiser la capacité de stationnement dans l'avenue des Martyrs qui sature lors des heures de pointe
Calendrier	2022
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Comme mis en évidence lors du diagnostic et par le PICM, la zone de stationnement à disque apparaît comme la solution la plus adaptée au fonctionnement du nodule commercial et au volume de commerces présents à Fléron. Cette zone bleue doit permettre une rotation des voitures en stationnement, sans le caractère contraignant d'une zone payante. Néanmoins, cette rotation est parfois entravée par la présence de voitures ventouses qui restent présentes tout au cours de la journée, et limitent les places de stationnement disponibles pour les clients.</p> <p>En réponse à ce constat, une action ciblée pourrait être menée selon deux modalités : la sensibilisation auprès des générateurs de trafic responsables de la présence de ces voitures ventouses (bureaux, écoles, commerçants, etc.) avec une proposition d'alternatives de stationnement, ou la répression via un système de contrôle des plaques.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Police locale
Budget	-
Mode de financement	-



Université de Liège
Faculté des sciences
Département de géographie
Service d'Études en Géographie Économique Fondamentale et Appliquée



SCHÉMA COMMUNAL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE FLÉRON

RAPPORT SUR LES INCIDENCES ENVIRONNEMENTALES

COMMUNE DE FLÉRON
CAHIER SPÉCIAL DES CHARGES 2020-113

FÉVRIER 2023

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	4
1.1. PRÉAMBULE.....	4
1.2. CONTENU MINIMUM	5
2. SYNTHÈSE DU PROJET DE SCDC.....	6
2.1. DIAGNOSTIC.....	6
2.2. SCENARIOS D'ÉVOLUTION ET ORIENTATIONS	6
2.3. PLAN D' ACTIONS	7
3. SITUATION DE DROIT.....	9
3.1. DOCUMENT À PORTÉE RÉGIONALE	9
3.2. DOCUMENT À PORTÉE INTERCOMMUNALE	11
3.3. DOCUMENT À PORTÉE COMMUNALE	12
3.4. DOCUMENT À PORTÉE INFRACOMMUNALE	13
4. SITUATION DE FAIT ET ENJEUX	18
4.1. CADRE PHYSIQUE	18
4.1.1. <i>Situation de fait</i>	18
4.1.2. <i>Enjeux</i>	20
4.2. MILIEU NATUREL.....	21
4.2.1. <i>Situation de fait</i>	21
4.2.2. <i>Enjeux</i>	22
4.3. CADRE BÂTI ET PATRIMOINE	23
4.3.1. <i>Situation de fait</i>	23
4.3.2. <i>Enjeux</i>	25
4.4. PAYSAGE	25
4.4.1. <i>Situation de fait</i>	25
4.4.2. <i>Enjeux</i>	26
4.5. MOBILITÉ	26
4.5.1. <i>Situation de fait</i>	26
4.5.2. <i>Enjeux</i>	27
4.6. ENVIRONNEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE.....	28
4.6.1. <i>Situation de fait</i>	28
4.6.2. <i>Enjeux</i>	29
5. ÉVOLUTION SANS MISE EN ŒUVRE DU SCDC	30
6. ÉVOLUTION AVEC MISE EN ŒUVRE DU SCDC	31
6.1. CADRE PHYSIQUE	31
6.2. MILIEU NATUREL.....	31
6.3. CADRE BÂTI ET PATRIMOINE	31
6.4. PAYSAGE	32
6.5. MOBILITÉ	32
6.6. ENVIRONNEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE.....	33
7. RECOMMANDATIONS.....	34
8. LIMITES MÉTHODOLOGIQUES	36
9. RÉSUMÉ NON TECHNIQUE.....	37

TABLE DES FIGURES

FIGURE 1. PROCÉDURE POUR UN RIE DANS LE CADRE D'UN SCDC.....	4
FIGURE 2. PLAN D' ACTIONS POUR LE COMMERCE À FLÉRON	8
FIGURE 3. ALÉA D' INONDATION À FLÉRON	18
FIGURE 4. ÉTAT DES SOLS DANS LE CENTRE DE FLÉRON	19
FIGURE 5. SEUILS ET QUALITÉ DE L' AIR DANS LES STATIONS DE MESURE DE L' AGGLOMÉRATION LIÉGEOISE	20
FIGURE 6. UTILISATION DES SOLS À FLÉRON.....	21
FIGURE 7. ARBRES ET HAIES REMARQUABLES DANS LE CENTRE DE FLÉRON	22
FIGURE 8. TYPOLOGIE ET GABARITS DU BÂTI DANS LE CENTRE DE FLÉRON	23
FIGURE 9. INTÉRÊT PATRIMONIAL DU BÂTI DANS LE CENTRE DE FLÉRON.....	24
FIGURE 10. PÉRIMÈTRES D' INTÉRÊT PAYSAGER À FLÉRON.....	26
FIGURE 11. PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DÉMOGRAPHIQUES DE FLÉRON	28
FIGURE 12. PRINCIPAUX INDICATEURS ÉCONOMIQUES DE FLÉRON	29

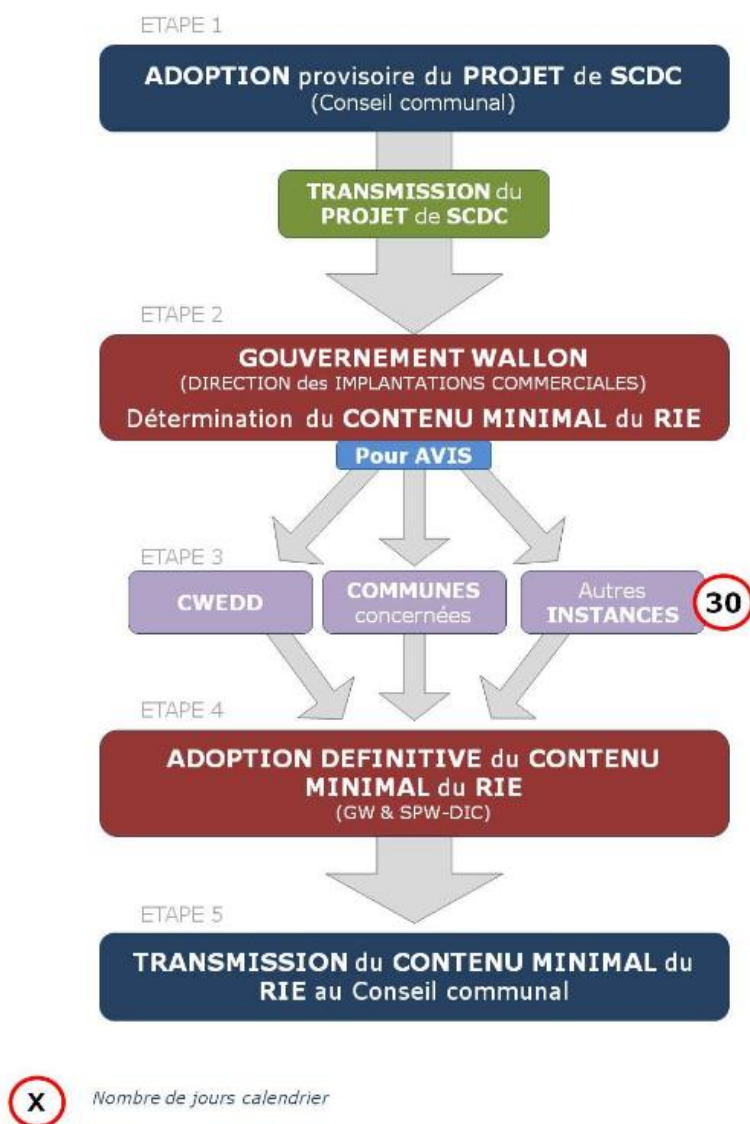
1. Introduction

1.1. Préambule

Ce Rapport sur les Incidences Environnementales (RIE) s'inscrit dans le cadre de la procédure d'adoption du Schéma Communal de Développement Commercial (SCDC) de la Commune de Fléron. Le SCDC est répertorié dans la catégorie des plans ou programmes A.2 du Livre 1^{er} du Code de l'Environnement et est soumis à évaluation des incidences sur l'environnement. Il doit donc être accompagné d'un RIE.

L'objectif de ce RIE est de compléter la documentation relative au schéma communal et d'évaluer les effets de ses options sur l'environnement physique et humain de la commune. Le RIE doit ainsi fournir aux autorités publiques, locales et régionales, ainsi qu'aux citoyens, un aperçu de l'impact attendu de la mise en œuvre du SCDC sur le territoire communal.

Figure 1. Procédure pour un RIE dans le cadre d'un SCDC



Source : DIC, 2022

La réalisation de ce RIE s'inscrit dans une procédure réglementée (Figure 1) où le contenu du RIE, ainsi que le projet de schéma communal, sont soumis à diverses instances telles que : le CWEDD, les communes concernées et les personnes et instances que l'administration juge nécessaire de consulter. Les avis portent sur l'ampleur et la précision des informations que le rapport sur les incidences environnementales doit contenir. Cette démarche a pour but d'assurer que le RIE évalue l'ensemble des effets du SCDC et qu'aucun point d'attention n'est omis.

1.2. Contenu minimum

Selon le décret sur les implantations commerciales, le RIE doit au minimum comprendre les éléments suivants :

1. un résumé du contenu, une description des objectifs principaux du projet de schéma communal et les liens avec d'autres plans et programmes pertinents ;
2. les aspects pertinents de la situation environnementale ainsi que son évolution probable si le schéma communal n'est pas mis en œuvre ;
3. les caractéristiques environnementales des zones susceptibles d'être touchées de manière notable ;
4. les problèmes environnementaux liés au schéma communal, en particulier ceux qui concernent les zones revêtant une importance particulière pour l'environnement telles que celles désignées conformément aux directives 79/409/C.E.E. et 92/43/C.E.E. ;
5. les objectifs de la protection de l'environnement pertinents et la manière dont ces objectifs et les considérations environnementales ont été pris en considération au cours de l'élaboration du projet de schéma communal ;
6. les incidences non négligeables probables, à savoir les effets secondaires, cumulatifs, synergiques, à court, à moyen et à long terme, permanents et temporaires, tant positifs que négatifs, sur l'environnement, y compris la diversité biologique, la population, la santé humaine, la faune, la flore, les sols, les eaux, l'air, les facteurs climatiques, les biens matériels, le patrimoine culturel, y compris le patrimoine architectural et archéologique, les paysages et les interactions entre ces facteurs ;
7. les mesures envisagées pour éviter, réduire et, dans la mesure du possible, compenser toute incidence négative non négligeable de la mise en œuvre du projet de schéma communal ;
8. une déclaration résumant les raisons pour lesquelles les solutions envisagées ont été sélectionnées et une description de la manière dont l'évaluation a été effectuée, y compris toutes difficultés rencontrées, telles que les déficiences techniques ou le manque de savoir-faire, lors de la collecte des informations requises ;
9. une description des mesures de suivi envisagée ;
10. un résumé non technique des informations visées ci-dessus.

2. Synthèse du projet de SCDC

2.1. Diagnostic

Le diagnostic du SCDC a mis en évidence que le centre-ville de Fléron rassemble près de 80% de l'offre commerciale de la commune et qu'il constitue donc la principale zone d'enjeux en matière de planification commerciale. Le centre-ville joue un rôle double à deux échelles spatiales différentes. Premièrement, il constitue une offre de proximité pour les Fléronnais et la population active présente sur le territoire communal durant la journée (générateurs de trafics et pôles d'emplois). Deuxièmement, il forme une destination commerciale attractive, notamment pour les achats semi-courants légers, rayonnant sur 7 communes de l'est de l'agglomération liégeoise.

Le flux de la N3 constitue un élément crucial qui conditionne le fonctionnement commercial à Fléron. Malgré cet axe routier structurant, le nodule commercial est affecté par plusieurs ruptures dans ses cheminements clients. Plutôt que de permettre au nodule de fonctionner comme une zone commerciale cohérente, ces ruptures engendrent des déplacements internes en voiture où les chalands reprennent leur véhicule pour se déplacer entre les différentes zones commerciales. Bien que ces éléments jouent en sa défaveur, Fléron bénéficie clairement d'une densité commerciale élevée et d'une identité bien définie (particulièrement au regard des autres nodules commerciaux concurrents situés le long de la N3).

2.2. Scenarios d'évolution et orientations

Le scénario de référence pour le développement commercial de Fléron s'appuie sur la concrétisation d'un autre document de référence de la commune de Fléron, le Master Plan, et de plusieurs projets urbains et multifonctionnels en cours de réalisation. Le scénario propose un renforcement de la centralité du centre-ville de Fléron, avec la mise en œuvre d'un projet urbain majeur à la jonction entre Fléron Bas et Fléron Haut. La partie commerciale du projet accueillerait 5 000 à 8 000 m² de surfaces commerciales nettes, sous forme de rez commerciaux modernes, de moyenne à grande taille qui font actuellement défaut au centre-ville de Fléron. Le projet prévoit en outre la création d'une place orientée flânerie et horeca, jouant sur les synergies entre l'équipement de la personne et l'horeca, avec un kiosque dans sa partie centrale.

Globalement, ce scénario de développement vise à :

- Renforcer l'attractivité de Fléron et son rôle d'axe commerçant et historique ;
- Augmenter surface commerciale active de 5 000 à 8 000 m², en concordance avec la croissance démographique attendue (plus de 1 000 logements sont en cours de réalisation ou à l'étude à Fléron) ;
- Accueillir un projet urbain et commercial structurant dans le centre-ville ;
- Développer une filière horeca, particulièrement en restauration, en réponse au manque identifié lors du diagnostic.

L'ambition du SCDC est de créer un cadre clair permettant d'orienter les investissements en matière de commerce de détail vers le centre-ville de Fléron, éviter la périurbanisation commerciale, et inciter à une utilisation plus parcimonieuse du territoire. Les options et recommandations émises doivent trouver à s'appliquer à travers la gestion des autorisations administratives (PIC).

En accord avec l'objectif du Schéma Régional d'« assurer la fonction structurante et une mixité des fonctions au sein des centres urbains », les recommandations suivantes sont proposées :

1. Renforcer le rôle structurant du centre de Fléron sur l'est de l'agglomération commerciale de Liège
2. Favoriser les projets multifonctionnels qui associent des fonctions complémentaires au commerce de détail, particulièrement au sein du nodule commercial
3. Rechercher la densification urbaine du centre-ville
4. Favoriser l'implantation des commerces en équipement semi-courant léger dans le centre-ville

En concordance avec ces recommandations générales, les options de développement suivantes sont adoptées :

1. Pas de création de nouvelles surfaces commerciales en semi-courant léger en dehors du nodule commercial avant 2030
2. Pas d'implantation commerciale de plus de 400 m² sur la ZACC des Grimonprés
 - a. Quelques commerces et services de proximité sont à privilégier en lien avec le projet qui y prendra place
3. L'espace vert du parc Randaxhe doit être maintenu
4. Le commerce n'est pas accepté sur les zones non urbanisables (concordance avec le plan de secteur actuellement en vigueur), y compris :
 - a. Espace agricole derrière le parc Carrefour
 - b. Espace vert derrière la zone Colruyt-Aldi-Hubo

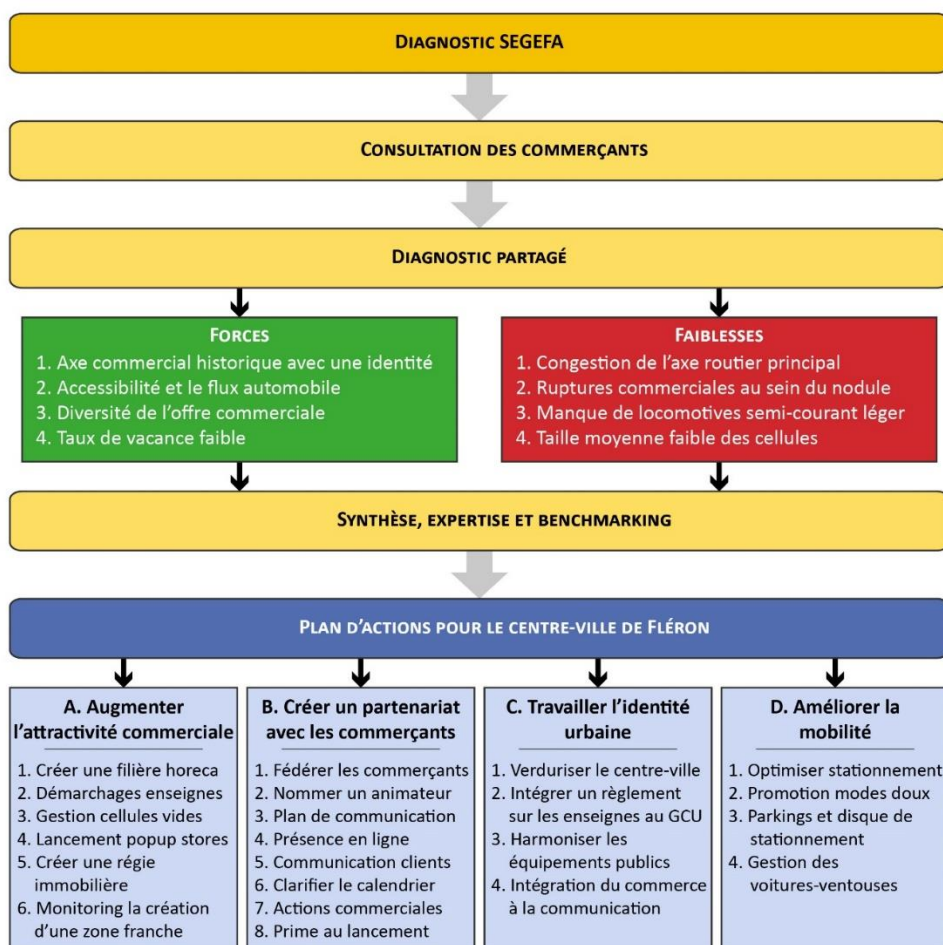
2.3. Plan d'actions

Le troisième volet du SCDC propose un plan d'actions afin d'accompagner activement le développement commercial à Fléron. L'objectif principal de cette phase d'opérationnalisation est de renforcer l'offre commerciale et l'attractivité qualitative du centre-ville de Fléron.

Dans une optique d'ouverture du schéma et de concertation avec les acteurs du commerce fléronnais, les principales conclusions du diagnostic ont été présentées aux commerçants du centre-ville au cours de groupes de travail. Cette démarche a permis une mise en perspective du diagnostic vis-à-vis de leur expérience quotidienne sur le terrain. La démarche avec les commerçants a amené à la formalisation d'un diagnostic partagé, et l'identification de priorités et thématiques de travail, ainsi que d'actions concrètes à mener.

Le plan, représenté synthétiquement ci-dessous, propose 23 actions structurées en 4 thématiques.

Figure 2. Plan d'actions pour le commerce à Fléron



3. Situation de droit

3.1. Document à portée régionale

Document	Application	Lien avec le SCDC
Schéma de Développement de l'Espace Régional (SDER)	<p>Le SDER est un le principal instrument en matière d'aménagement du territoire à l'échelle wallonne. Il s'agit d'un document d'orientation pour l'ensemble du territoire de la Wallonie qui doit constituer une référence et une aide à la décision en matière d'aménagement du territoire et les thématiques associées (habitat, cadre de vie, mobilité, implantation des activités économiques, urbanisme, conservation des milieux naturels, etc.). Le SDER a été adopté en 1999 et devait être actualisé par le Schéma de Développement Territorial (SDT). Toutefois, la date d'entrée en vigueur de ce dernier n'a pas encore été fixée par le Gouvernement Wallon et le SDER fait toujours office de référence.</p> <p>Les principaux objectifs du SDER sont de :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Structurer l'espace wallon – Intégrer la dimension suprarégionale dans le développement spatial de la Wallonie – Mettre en place des collaborations transversales – Répondre aux besoins primordiaux – Contribuer à la création d'emplois et de richesses – Améliorer l'accessibilité du territoire wallon et gérer la mobilité – Valoriser le patrimoine et protéger les ressources – Sensibiliser et responsabiliser l'ensemble des acteurs <p>Le SDER définit plusieurs lignes directrices en matière d'aménagement du territoire régional, visant à un usage efficace et parcimonieux :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Renforcer la centralité – Densifier l'urbanisation – Articuler le centre et les quartiers tout en structurant ceux-ci – Encourager la mixité raisonnée des activités – Rendre la structure spatiale plus lisible <p>En matière de commerce de détail et de services, le SDER encourage à répondre aux besoins en commerces, équipements et services. Il recommande en outre de « localiser les commerces, les équipements et les services de façon à ce qu'ils soient aisément accessibles, et de les programmer dans le temps pour répondre aux besoins de la population. »</p> <p>Fléron n'est pas spécifiquement identifié au sein du SDER, mais s'intègre au pôle (agglomération) de Liège qui est un des pôles majeurs au sein du document. Le SDER fixe comme objectif pour Liège de concrétiser sa vocation métropolitaine et trans-frontalière.</p>	Moyen

Plan de Secteur (PS)	<p>Le centre de Fléron est principalement affecté en zone d'habitat au plan de secteur. On retrouve, également, des zones en activité économique mixte, de services publics et équipements communautaires, et deux zones d'aménagement communal concerté.</p> <p>Pour les zones qui se trouvent concernées par le SCDC :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Le centre-ville de Fléron est affecté en zone d'habitat ; – L'ensemble du bâti, et du continuum commercial, le long de la N3 est affecté en zone d'habitat ; – Le parc commercial Carrefour est en zone d'activité économique mixte. <p>En l'absence d'un SCDC, le Plan de Secteur constitue un des documents réglementaires et contraignants qui conditionne l'implantation de nouveaux commerces : la fonction commerciale doit être compatible avec l'affectation de la zone d'implantation.</p>	Élevé
Guide Régional d'Urbanisme (GRU)	<p>Le GRU comprend des règlements sur les enseignes commerciales et diverses prescriptions urbanistiques, ainsi que des normes en matière de rez commerciaux dans certaines zones protégées, mais n'a pas de liens direct avec le processus d'implantation commerciale.</p> <p>Fléron n'est pas identifié comme zone protégée au sein du GRU.</p>	Faible
Schéma Régional de Développement Commercial (SRDC)	<p>Le SRDC se base sur une analyse quantitative et qualitative de l'offre commerciale en Wallonie, ainsi que d'une mesure du potentiel de développement existant, et définit, sur cette base, des critères objectifs d'évaluation des projets commerciaux. Le SRDC a été adopté par le Gouvernement wallon en 2014 et fait l'objet d'une actualisation en cours.</p> <p>Le SCDC doit préciser les recommandations et les objectifs du schéma régional et se coordonner avec ce dernier dans sa mise en œuvre. Le SRDC dispose de recommandations générales par type de nodule commercial, ainsi que de recommandations détaillées pour les agglomérations commerciales wallonnes. Le schéma communal ne peut aller à l'encontre des prescriptions du SRDC, et doit s'inscrire dans une perspective de précision des recommandations régionales au niveau communal. En cas d'incompatibilité, le schéma communal doit être mis en conformité avec le schéma régional dans une période de quatre ans après son entrée en vigueur. Dans le cas contraire, les parties du schéma jugées non conformes seront invalidées et cesseront de produire leurs effets.</p> <p>Premièrement, le SRDC inscrit le nodule commercial de Fléron comme un « centre secondaire d'agglomération » et prescrit des recommandations générales pour le développement de ce type de nodule commercial sur le territoire wallon (page suivante).</p>	Élevé

Schéma Régional de Développement Commercial (SRDC)	<p>Afin de conserver leur fonction structurante et assurer une mixité des fonctions au sein des centres urbains, une intervention publique ciblée est nécessaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> – À l'externe – éviter la concurrence suite au développement d'un « nodule de soutien d'agglomération » ou d'un « nodule spécialisé équipement léger » – À l'interne – Réaliser une investigation détaillée afin de dégager des pistes d'actions de relance de l'activité commerciale <p>Le SRDC propose de plus une analyse globale du volume de l'offre commerciale au sein du bassin de consommation de Liège (dans lequel Fléron est intégré) :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Achats courants : équilibre – Achats semi-courants légers : équilibre <p>Achats semi-courants lourds : forte sous-offre</p>	Élevé
Schéma Directeur Cyclable Wallon	<p>En 2008, la région a défini un réseau cyclable permettant de relier les différents pôles wallons et de relever les zones qui nécessitent une réelle prise en compte des besoins des cyclistes.</p> <p>Le schéma identifie la L38 (RAVeL) comme une liaison cyclable entre pôles (axe Liège-Herve-Aix), tandis que la N3, les rues de Romsée, Emile Vandervelde et Bureau sont identifiées comme des voiries régionales à haut potentiel cyclable.</p>	Moyen

3.2. Document à portée intercommunale

Document	Application	Lien avec le SCDC
Plan Inter-Communal de Mobilité (PICM)	<p>Un PICM a été réalisé pour les communes de Fléron, Beyne-Heusay et Soumagne, qui sont reliées par l'axe de la N3 (voirie régionale). Le PICM est un outil de planification pour l'organisation et la gestion de la mobilité sur ce territoire intercommunal : il propose une vision globale, concertée, stratégique et pragmatique pour la mobilité à court, moyen et long termes. Le PICM a notamment établi le plan de stationnement pour le centre de Fléron.</p>	Élevé
Plan Urbain de Mobilité (PUM)	<p>Le PUM constitue un document d'orientation en matière de mobilité pour l'ensemble de l'agglomération liégeoise. Il identifie notamment des axes structurants en matière de mobilité et prévoit la mise en place de plusieurs lignes de transports en commun (tram, busway et bus).</p> <p>Pour Fléron, le PUM (et dont le TEC et l'OTW) prévoient la mise en place d'une ligne Busway sur la N3 venant de Liège et dont le terminus se situerait au début de la rue de la Clef. À l'heure actuelle, les modalités de travaux et les plans de réaménagement de l'axe ne sont pas encore connus.</p>	Élevé

3.3. Document à portée communale

Document	Application	Lien avec le SCDC
Schéma de Développement Communal (SDC)	<p>Le Schéma de Développement Communal est un document réglementaire d'orientation qui définit les lignes directrices en matière d'aménagement du territoire pour la Commune de Fléron. Le SDC a notamment formulé plusieurs objectifs d'aménagement, des mesures concrètes à mettre en œuvre sur différents périmètres du territoire communal, ainsi qu'un plan d'affectation qui précise le plan de secteur à l'échelle communale.</p> <p>Sept options sont proposées afin de fixer la stratégie générale d'aménagement du territoire et d'urbanisme dans la commune :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Renforcer Fléron comme pôle relais complémentaire dans l'agglomération liégeoise ; 2. Renforcer la structure spatiale de la commune en accentuant le contraste entre le milieu urbain et la périphérie et en affirmant l'identité des entités qui composent la commune ; 3. Maintenir et renouveler la population en assurant une diversité des lieux de vie, un cadre de vie de qualité, en permettant l'accès au logement à tous les niveaux de revenus et en assurant les services à la population (culture, enseignement, ...) ; 4. Assurer une diversification des activités économiques ; 5. Assurer les conditions d'une diversification des modes de déplacement ; 6. Se protéger des pollutions, risques géotechniques et nuisances ; 7. Valoriser le patrimoine naturel et paysager. <p>La 1^{ère} option du SDC énonce que le nodule commercial de Fléron doit être maintenu et renforcé afin d'assurer sa pérennité et son attractivité. De plus, le schéma accorde une attention particulière aux risques d'un développement commercial en dehors du noyau commercial existant. De ce point de vue, les objectifs du projet de SCDC s'inscrivent dans la philosophie de cette 1^{ère} option car le SCDC évoque une volonté de renforcement de la partie traditionnelle du centre-ville afin d'assurer un développement commercial à long terme. Une volonté d'une limitation du développement des commerces hors du centre fléronnais est également évoquée au sein du SDC.</p> <p>En matière de commerce de détail, l'un des objectifs du SDC est de développer le secteur économique et de maintenir le commerce du centre de Fléron. Le projet de SCDC est à nouveau en concordance avec cet objectif.</p> <p>De manière plus générale, un des objectifs principaux du SDC pour le centre urbain est d'affirmer la position centrale de ce centre au sein de la commune, en tant que lieu de référence et d'identification pour les habitants.</p>	Élevé

Guide communal d'urbanisme (GCU)	<p>La Commune de Fléron dispose d'un Règlement Communal d'Urbanisme (RCU). Ce dernier a été réalisé par le bureau d'urbanisme Pluris, et révisé (ancien RCU) et approuvé par la Commune en 2011.</p> <p>Ce document reprend l'ensemble des dispositions applicables au sein de la ville en matière d'urbanisme. Il comprend notamment un règlement sur les enseignes commerciales.</p>	Moyen
Plan Communal de Développement Rural (PCDR)	La Commune de Fléron ne dispose pas d'un PCDR.	Nul
Plan Communal de Développement de la Nature (PCDN)	Le Plan Communal de Développement de la Nature vise à maintenir, à développer ou à restaurer la biodiversité au niveau communal grâce à la définition d'une vision commune de la nature et de son avenir au niveau local en impliquant tous les acteurs locaux. Les partenaires du PCDN ont ainsi élaboré un plan d'actions à court, moyen ou long terme sur le territoire communal. Ce plan d'actions contient notamment des fiches projets portant sur la protection des abords de la ligne 38, la végétalisation et la valorisation de certaines zones, ou encore l'intégration de haies d'essences régionales dans les permis d'urbanisme.	Faible
Programme Communal d'Action de Matière de Logement	La Commune de Fléron dispose d'un Programme Communal d'Action de Matière de Logement au niveau de la rue Colonel Piron à Romsée. La zone concernée est relativement restreinte et ne s'inscrit pas dans les zones d'enjeux identifiées au sein de SCDC. Les liens entre les deux documents sont donc limitées.	Nul
Contrat de Rivière	La Commune de Fléron n'est pas inscrite dans un contrat de rivière.	Nul

3.4. Document à portée infracommunale

Document	Application	Lien avec le SCDC
Master Plan	<p>Le Master Plan de Fléron, établi 2015, présente les grandes orientations en termes d'aménagement ainsi qu'une restructuration du centre de Fléron. Il prévoit notamment la formation d'une nouvelle centralité à Fléron en créant une place principale et une place secondaire le long du Ravel L38 au niveau de l'intersection avec l'avenue des Martyrs.</p> <p>Dans le Master Plan, 3 enjeux sont mis en évidence dont celui du commerce :</p> <ul style="list-style-type: none"> – La création d'un espace public car il réside un déficit d'espace public central ; – Le maintien du commerce ; – La mobilité. <p>Le Master Plan intègre la fonction commerciale dans ses objectifs et projets de développement. En effet, celui-ci prévoit notamment la création de 7 000 à 8 500 m² de surfaces commerciales dans le centre de Fléron.</p>	Élevé

Master Plan	L'impact de la mise en œuvre du Master Plan sur la fonction commerciale à Fléron sera importante, et le SCDC a d'ailleurs intégré cette mise en œuvre dans son scénario de développement de référence. Les liens entre le SCDC et le Master Plan sont donc particulièrement étroits.	Élevé
Schéma d'Orientation Local (SOL)	Un seul Schéma d'Orientation Local (anciennement RUE) a été réalisé (2016) sur le territoire communal de Fléron et concerne le projet d'écoquartier sur l'ancien charbonnage de Wérister à Romsée. Il n'y a donc a priori pas de liens directs avec les zones concernées le projet de SCDC.	Nul
Permis d'Urbanisation	De nombreux permis de lotir ont été exécutés sur le territoire de Fléron. La plupart datent des années 1970-1980. Seul le projet Solico (identifié au sein du SCDC) fait l'objet d'un permis de lotir datant de 2012. Depuis 2010, aucun permis d'urbanisation n'a été délivré sur le territoire communal.	Faible
Chemins Vicinaux	Aucun chemin ou sentier vicinal n'est repris dans le centre-ville de Fléron.	Nul
Pollution (état des sols)	Plusieurs parcelles localisées sont renseignées à la Banque de Données de l'État des Sols (BDES) à Fléron. Des parcelles pour lesquelles des démarches de gestion des sols ont été réalisées ou sont à prévoir (Art. 12 §2, 3) sont identifiées au sein du projet de SCDC : <ul style="list-style-type: none"> – Le Aldi de Fléron et son parking (ainsi que les immeubles au nord) ; – La station-service Shell de l'avenue des Martyrs ; – La parcelle à la jonction entre la rue de la Clef et la rue Bureau (brasserie L'interrogation) ; – Le parc commercial Carrefour, son parking, et barre commerciale de la rue de la Clef (Maxi Toys) ; – Les stations-services Lukoil et Q8 de la rue de la Clef. Notons également que l'ensemble de la zone de projet au niveau de l'ancienne gare, en bordure de RAVeL (master plan), est identifiée comme des parcelles concernées par des informations de nature purement indicative ne menant à aucune obligation (Art. 12 §4).	Faible
Site à Réaménager (SAR)	Cinq SAR sont reconnus (avec arrêté définitif ou provisoire) sur le territoire communal de Fléron. Aucun ne se situe en zone d'enjeu commercial identifié dans le SCDC. Seul le SAR « Siège de Fléron » se situe dans le prolongement du projet de Master Plan. Il fait l'objet d'un arrêté définitif depuis 1973 et a déjà été assaini et reconverti.	Nul
Périmètre de Remembrement Urbain (PRU)	Aucun Périmètre de Remembrement Urbain (PRU) n'existe à Fléron.	Nul
Remembrement Agricole	Aucun Remembrement Agricole n'est en cours à Fléron.	Nul
Revitalisation Urbaine	Aucun périmètre de revitalisation urbaine n'est inscrit à Fléron.	Nul
Rénovation Urbaine	Aucun périmètre de rénovation urbaine n'est inscrit à Fléron.	Nul

Zone d'Initiative Privilégiées (ZIP)	Aucune zone d'initiative privilégiée n'est enregistrée à Fléron.	Nul
Périmètre de Reconnaissances Economiques (PRE)	<p>Un Périmètre de Reconnaissances Economiques (PRE) concerne l'îlot d'entreprises de Retinne (rue Arsène Falla). Cette zone accueille quelques commerces liés à une activité lourde (garage, combustibles, etc.).</p> <p>La fonction commerciale y est donc présente de façon disparate, mais la zone n'est pas directement concernée par le projet de SCDC.</p>	Moyen
Monuments et Sites classés	Cinq monuments et un site présents dans la commune de Fléron sont classés et douze bâtiments sont repris à l'Inventaire du Patrimoine Immobilier Culturel (IPIC), mais ne se situent pas dans les zones d'enjeux identifiées dans le projet de SCDC.	Faible
Site Archéologique	<p>Plusieurs zones d'intérêt de la carte archéologique sont identifiées sur le territoire de Fléron. Deux zones en particulier sont mentionnées dans le projet de SCDC :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Le parc Randaxhe – Une partie de la rue de la Clef 	Faible
Arbres et Haies remarquables	Une quarantaine d'arbres et groupes d'arbres remarquables sont répertoriés sur le territoire de Fléron, dont plusieurs au cœur de centre-ville. L'entrée du nodule commercial, au niveau du rond-point et de l'entrée du parc Randaxhe, est identifiée comme site AHREM.	Moyen
Périmètre d'intérêt paysager ADESA	<p>Plusieurs périmètres d'intérêt paysager et des points et lignes de vue remarquables sont identifiés sur la commune. Ils correspondent aux principaux espaces verts et agricoles avec des paysages ouverts de la commune.</p> <p>Ces zones ne sont a priori pas directement concernées par le projet de SCDC. La zone proche du centre de Fléron, au nord de l'avenue des Martyrs et du Colruyt, a d'ailleurs été confirmée comme non urbanisable (en accord avec le plan de secteur) dans le SCDC.</p>	Faible
Bois soumis au régime forestier	Non concerné.	Nul
Plan d'Assainissement par Sous bassin Hydrographique (PASH)	<p>Le centre-ville de Fléron est repris dans le Plan d'Assainissement par Sous bassin Hydrographique (PASH) en régime d'assainissement collectif. Les rues du centre-ville sont munies d'un réseau d'égouts gravitaires, à l'exception de la rue de Romsée qui est actuellement à l'étude pour se munir d'un tel réseau d'égouts.</p> <p>Les eaux usées sont redirigées vers la station d'épuration de Liège – Oupeye (capacité de 446 500 équivalents-habitants) sur la commune d'Oupeye.</p>	Nul
Captages et zones de prévention	Aucun captage ou zones de prévention ne sont repris dans le centre-ville de Fléron ni dans ses environs. Seuls des captages sans zone de prévention sont situés sur le territoire communal.	Nul
Statut des voiries	<p>Le centre-ville de Fléron est traversé par deux routes régionales :</p> <ul style="list-style-type: none"> – La N3 « Bruxelles – Aix-la-Chapelle », qui mène à l'autoroute E42 en direction d'Aix – La N621 « Vaux-sous-Chèvremont – Herve » 	Moyen

Statut des voiries	Il existe un itinéraire « RAVeL » (ligne 38) passant au centre-ville de Fléron (correctement identifié au sein du projet de SCDC). Ce RAVeL provient de Vaux-sous-Chèvremont, permettant une connexion entre Fléron et Liège, et se poursuit vers le nord-est en direction de la commune de Soumagne.	Moyen
Statut des cours d'eau	Aucun cours d'eau navigable ne traverse le territoire de Fléron. Deux cours d'eau non navigables de 2 ^{ème} catégorie (ri du Moulins et ruisseau des Carrières) et deux cours d'eau non navigables de 3 ^{ème} catégorie (ruisseau de Geloury et ruisseau de Sainte-Julienne) tracent leur cours sur le territoire communal. Ceux-ci s'écoulent tous en dehors des zones concernées par le projet de SCDC.	Nul
Aléa d'inondation	Fléron est situé sur la ligne de crête séparant la vallée de la Vesdre et la vallée de la Meuse. L'aléa dans le centre-ville correspond donc essentiellement à un risque par ruissellement lié à la saturation du réseau d'égouttage, alors que les vallées (Fonds-de-Forêt, Sauny-Bas et Ri du Moulins) sont plutôt exposées à un aléa par débordement. La fonction commerciale est essentiellement présente sur le plateau, et moins dans les vallées de la commune. Les principaux liens avec le projet de SCDC concernent donc le caractère urbanisant de la fonction commerciale et son impact sur l'infiltration des eaux et le calibrage du réseau d'égouttage.	Faible
Risques naturels (éboulements de parois, phénomènes karstiques, glissements de terrain)	Le substrat d'une grande partie du territoire de Fléron est constitué de craies du Crétacé qui sont généralement peu karstifiées en Wallonie. Une petite partie à l'extrême sud-est du territoire communal (à la frontière avec Trooz et Olne) repose sur du calcaire du carbonifère (partie de la formation géologique exploitée par la carrière du Bay-Bonnet) qui présente un risque karstique plus important. Néanmoins, aucun site de contrainte karstique n'est identifié sur le territoire de Fléron. Trois zones présentant des risques d'éboulement en raison de pentes supérieures à 30° sont identifiées sur le terroir du Hasard à Retinne, sur les versants de la vallée de Fonds-de-Forêt et de la vallée de Sauny-Bas (rue de Chaudfontaine). Étant donné la localisation de ces zones à risque, les liens avec le projet de SCDC sont pratiquement nuls.	Nul
Risques géologiques et miniers	Une grande partie du territoire communal, généralement faiblement ou non urbanisée, est concernée par la présence potentielle d'anciens puits de mine. Les présences constatées concernent essentiellement Romsée. À proximité du centre de Fléron, seule la zone du commissariat de police, de la bibliothèque communale et de l'espace sport fait l'objet de présences constatées de puits de mine. Les zones de développement commercial identifiées dans le projet de SCDC ne sont donc a priori pas concernées.	Nul
Terrils	Le terroir du Hasard est localisé à Retinne (terroir majeur). Celui-ci ne constitue toutefois pas un enjeu particulier en matière de développement commercial à Fléron.	Nul
Entreprise REGINE	Aucune entreprise REGINE n'est répertoriée sur la commune.	Nul
Sites SEVESO	Aucun établissement SEVESO n'est répertorié sur la commune.	Nul

Conservation de la nature (réserve naturelle, réserve forestière, parc naturel, zone humide d'intérêt biologique, cavité souterraine d'intérêt scientifique)	Non concerné.	Nul
Réseau Natura 2000	<p>Une zone Natura 2000 est présente à l'extrême sud-est de la commune, à la limite avec Trooz et Olne. Elle concerne les versants boisés de Fonds-de-Forêt.</p> <p>Cette zone verte ne devrait jamais faire l'objet d'une urbanisation ou d'un développement commercial et n'a donc pas de liens avec le projet de SCDC.</p>	Nul

4. Situation de fait et enjeux

4.1. Cadre physique

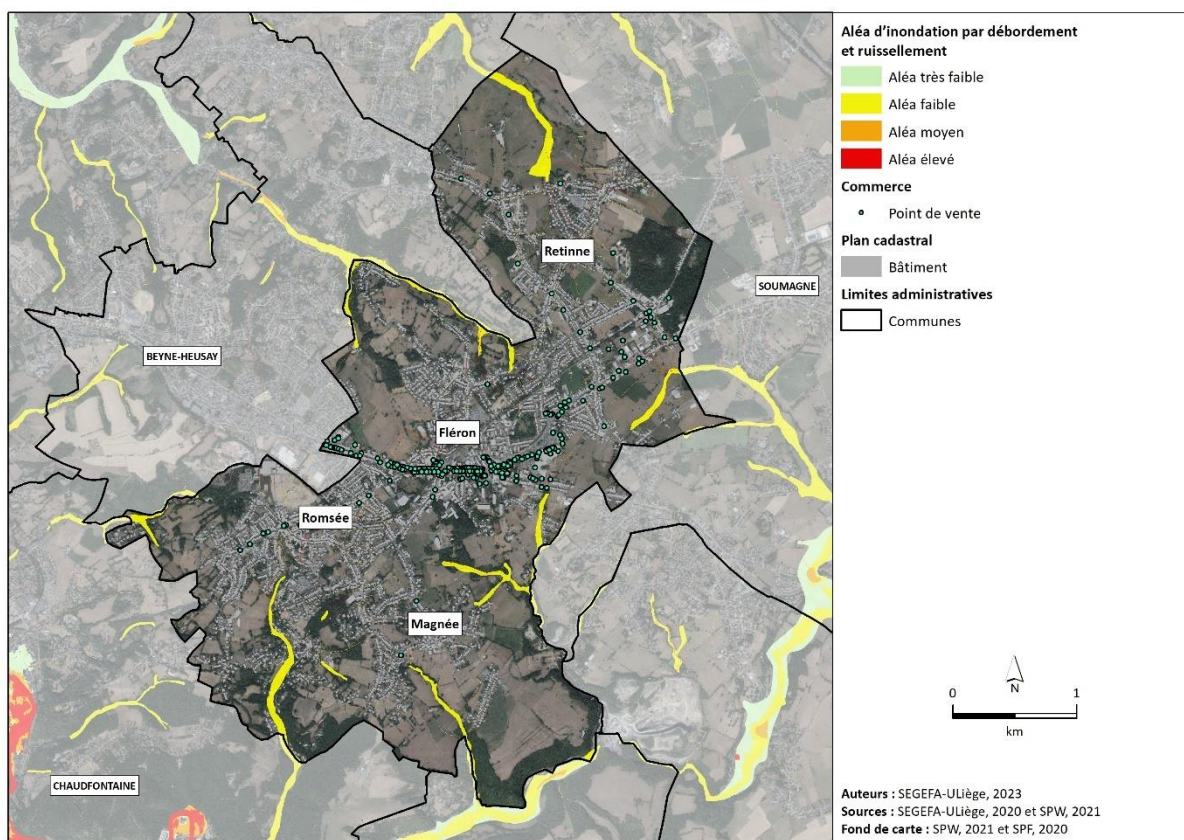
4.1.1. Situation de fait

Le cadre physique constitue un des facteurs qui a historiquement conditionné l'implantation humaine et le développement des territoires. Il peut encore aujourd'hui constituer un frein ou une limite à l'urbanisation et, dans notre cas, au développement commercial. À l'inverse, le développement commercial peut avoir des impacts sur le milieu physique qui ne doivent pas être négligés.

Globalement, le territoire de Fléron bénéficie d'une situation favorable à l'implantation humaine, et ne présente pas de contraintes ou risques majeurs au niveau de son cadre physique, particulièrement dans le centre-ville où l'essentiel de l'activité commerciale est implanté. Les enjeux au niveau du cadre physique sont donc globalement limités à Fléron et dans les zones d'enjeu commercial.

Fléron est situé sur la ligne de crête séparant la vallée de la Vesdre et la vallée de la Meuse. L'aléa d'inondations dans le centre-ville est donc particulièrement faible et correspond essentiellement à un risque par ruissellement lié à la saturation du réseau d'égouttage. Les vallées qui descendent du plateau (Fonds-de-Forêt, Sauny-Bas et Ri du Moulins) sont plutôt exposées à un aléa par débordement en cas d'évènement pluvieux majeur. La fonction commerciale est essentiellement présente sur le plateau, et moins dans les vallées de la commune. Les principaux liens avec le projet de SCDC concernent donc le caractère urbanisant de la fonction commerciale et son impact sur l'infiltration des eaux et le calibrage du réseau d'égouttage.

Figure 3. Aléa d'inondation à Fléron



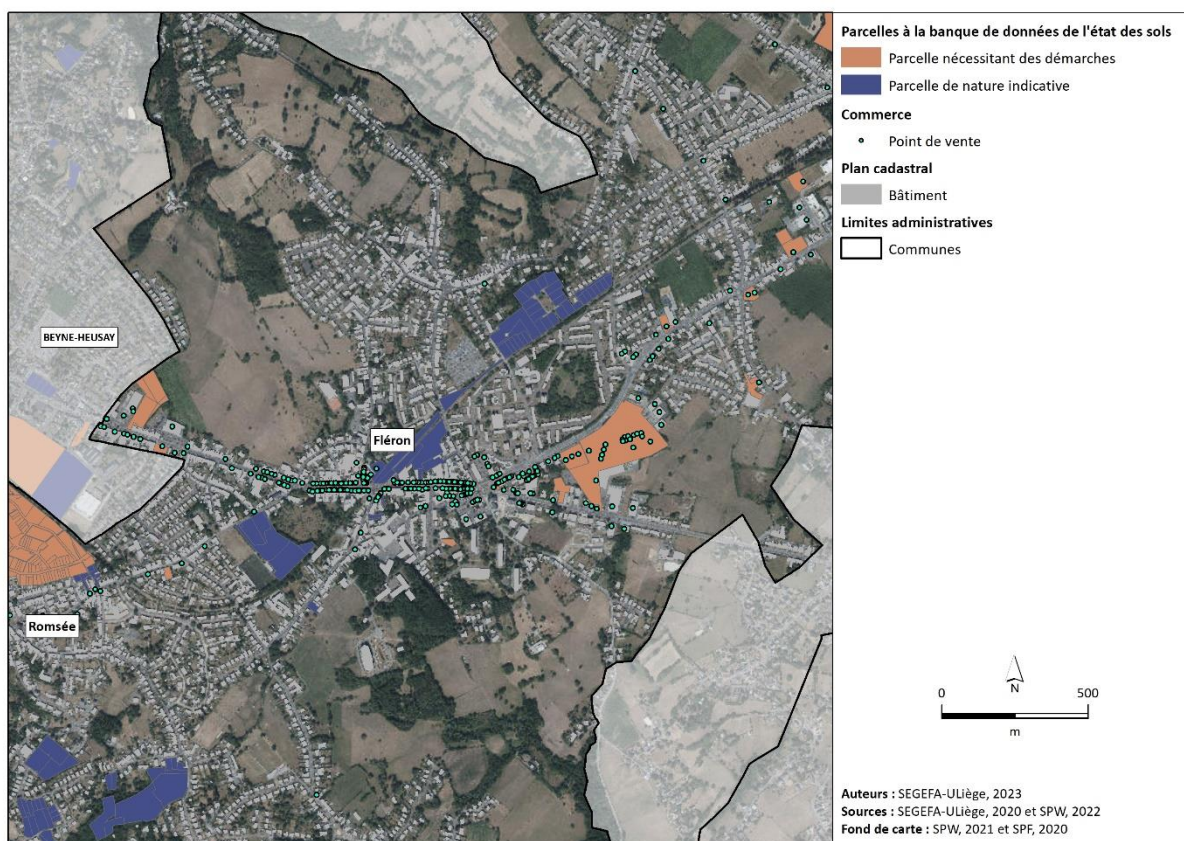
Au niveau des risques karstiques, le substrat d'une grande partie du territoire de Fléron est constitué de craies du Crétacé qui sont généralement peu karstifiées en Wallonie. Une petite partie à l'extrême

sud-est du territoire communal (à la frontière avec Trooz et Olne) repose sur du calcaire du carbonifère (partie de la formation géologique exploitée par la carrière du Bay-Bonnet) qui présente un risque karstique plus important. Néanmoins, aucun site de contrainte karstique n'est identifié sur le territoire de Fléron.

La Banque de Données de l'Etat Des Sols reprend des parcelles nécessitant une dépollution (ainsi que celles concernées par des informations de nature strictement indicative). Des parcelles pour lesquelles des démarches de gestion des sols ont été réalisées ou sont à prévoir (Art. 12 §2, 3) sont identifiées au sein du projet de SCDC :

- Le Aldi de Fléron et son parking (ainsi que les immeubles au nord) ;
- La station-service Shell de l'avenue des Martyrs ;
- La parcelle à la jonction entre la rue de la Clef et la rue Bureau (brasserie L'interrogation) ;
- Le parc commercial Carrefour, son parking, et barre commerciale de la rue de la Clef (Maxi Toys) ;
- Les stations-services Lukoil et Q8 de la rue de la Clef.

Figure 4. État des sols dans le centre de Fléron



Ces parcelles sont déjà toutes urbanisées et certaines ont déjà été traitées (zone Aldi par exemple). Les stations-services constituent probablement les zones les plus à risque et demandent systématiquement une évaluation en Wallonie en cas d'arrêt ou de reconversion (non prévu dans le SCDC). Notons également que l'ensemble de la zone de projet au niveau de l'ancienne gare, en bordure de RAVeL (master plan), est identifiée comme des parcelles concernées par des informations de nature purement indicative ne menant à aucune obligation (Art. 12 §4).

La qualité de l'air peut être influencée par l'urbanisation et la mobilité, et peut ensuite avoir à son tour une influence sur la santé humaine. Sept stations de mesure¹ couvrent l'agglomération liégeoise. Malheureusement, aucune n'est présente en rive droite de la Meuse, sauf la station d'Angleur. Il apparaît donc difficile de proposer une évaluation exacte et précise pour Fléron. Les valeurs présentées ci-dessous ont donc été agrégées à partir des stations de Saint-Nicolas et de Liege Airport qui, malgré leur éloignement plus important de Fléron, sont implantées sur les plateaux de l'agglomération plutôt que dans le fond de vallée. Elles proposent donc vraisemblablement des valeurs plus comparables à celles de Fléron. Chaque jour, les polluants sont analysés afin de connaître la qualité de l'air. Celle-ci va être comparée à des valeurs de référence journalière qu'il est conseillé de ne pas dépasser.

Figure 5. Seuils et qualité de l'air dans les stations de mesure de l'agglomération liégeoise

Indicateurs	PM10	PM2.5	Ozone	Dioxyde d'azote	Monoxyde de carbone	Dioxyde de soufre
Valeur cible journalière	50 µg/m³	25 µg/m³	100 µg/m³	200 µg/m³ /heure	10 mg/m³	350 µg/m³ /heure
Nombre de dépassements autorisé/conseillé	3	3	1	1	1	24
Nombre de dépassement en 2022	5	13	53	0	0	0

Source : Wallonair, 2022

Les seuils de particules fines (PM10 et PM2.5) sont régulièrement dépassés dans la région liégeoise, même si les dépassements sont plus limités dans les stations de plateau que dans celles situées dans le fond de la vallée de la Meuse. Les principales sources de particules fines sont la combustion des moteurs automobiles, les combustibles domestiques (charbon et biomasse), les activités industrielles et les activités d'extraction. De ce fait, les agglomérations urbaines sont souvent sujettes à des concentrations élevées de ce type de particules.

L'ozone constitue l'autre gaz dont les seuils recommandés sont fréquemment dépassés. Les concentrations excessives d'ozone (pics) s'observent généralement en conditions anticycloniques stables, notamment en période estivale. Le phénomène de pic, lié à la circulation atmosphérique, se produit à une échelle large, affectant souvent une ou plusieurs provinces, voire l'entièreté de la région wallonne ou de la Belgique. Les dépassements du seuil, bien que réguliers, ne correspondent pas à une caractéristique ou une source de pollution locale spécifique à la région liégeoise ou à Fléron.

4.1.2. Enjeux

A. Lutter contre la dégradation de la qualité de l'air et les émissions de GES liées à la mobilité automobile

Si la fonction commerciale, et l'urbanisation de manière générale, continuent de progresser dans les espaces périphériques, le recours à la voiture (thermique) risque de produire de plus en plus de polluants et d'augmenter les émissions de GES. La vitalité des centres urbains traditionnels constitue un enjeu pour la fonction commerciale en Wallonie : la densification et la revitalisation des pôles urbains, accessibles en TEC et modes doux favorisant un cadre de vie de qualité pour les habitants, sont des objectifs définis au niveau régional en aménagement du territoire. La vitalité du centre-ville de Fléron, qui est la zone la mieux desservie en transports en commun de la commune et qui est

¹ www.wallonair.be

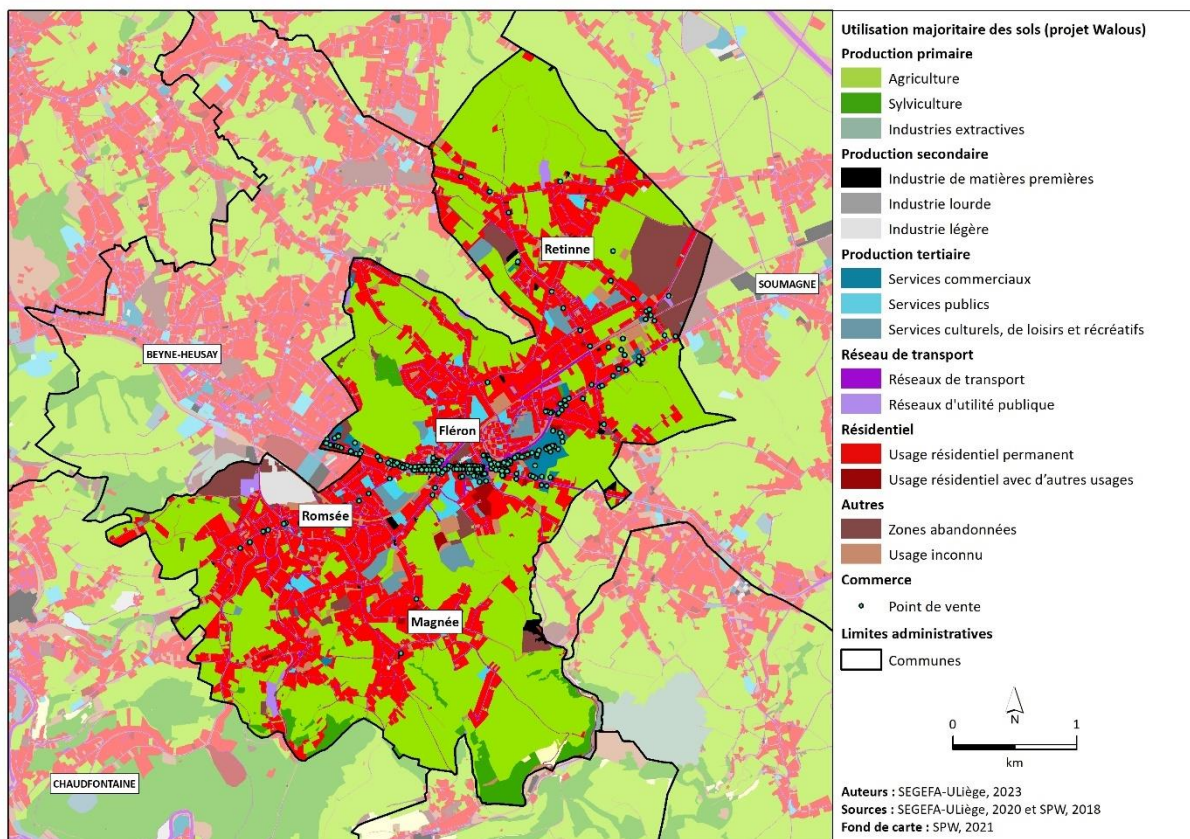
traversé par le RAVeL, est un enjeu (notamment au regard des dépassements de seuils de particules fines en région liégeoise).

4.2. Milieu naturel

4.2.1. Situation de fait

Le milieu naturel et sa préservation constituent un challenge plus crucial à Fléron que le cadre physique. En effet, la commune associe des espaces urbanisés, agricoles et verts qui co-existent sur un territoire relativement restreint. La carte d'utilisation des sols illustre cette caractéristique de la commune.

Figure 6. Utilisation des sols à Fléron

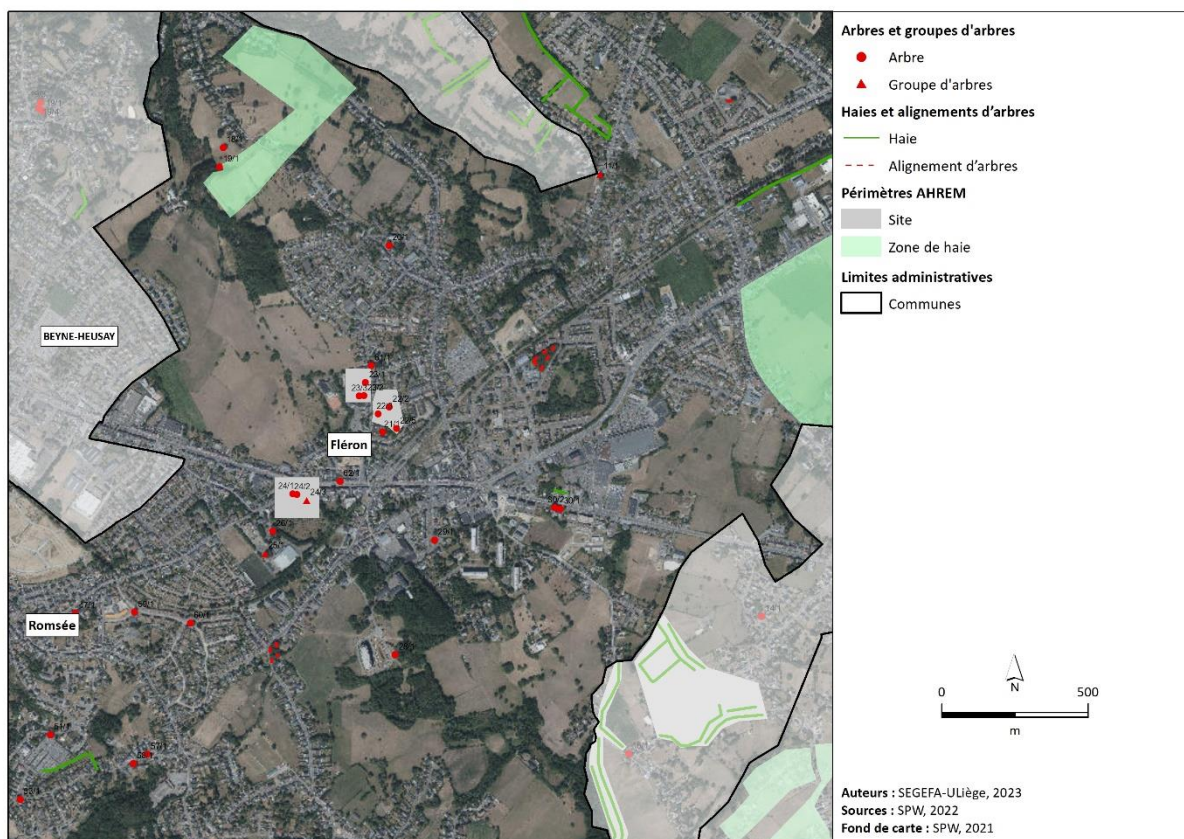


Plus précisément au niveau des liens avec les zones d'enjeux du SCDC, un espace densément urbanisé caractérise le centre-ville, où co-existent des zones à usage résidentiel avec plusieurs zones de services publics et commerciaux. Au niveau du milieu naturel, le parc Randaxhe s'individualise clairement au sein du centre-ville ainsi que les zones agricoles (herbacées) qui ceinturent la zone urbanisée. Des zones relativement étendues sont notamment présentes au nord de la zone Aldi-Colruyt et à l'est du parc commercial Carrefour.

Une cinquantaine d'arbres et haies remarquables sont répertoriés sur le territoire communal de Fléron. Au niveau du centre-ville de Fléron, le parc Randaxhe est identifié comme site d'intérêt pour les arbres et haies remarquables (AHREM). Deux marronniers d'Inde et deux hêtres pleureurs y sont notamment implantés. Un tilleul de Hollande se situe au niveau du rond-point de l'avenue des Martyrs (au n°234, décalé sur l'inventaire de Walonmap repris sur carte) dans la zone concernée par le projet de Master Plan. Celui-ci est plutôt concerné par les aménagements d'espaces publics prévus dans le Master Plan que par les options du plan dédiées à la fonction commerciale. Deux arbres remarquables

sont identifiés au début de la rue Bureau : ils sont implantés dans un propriété privée et ne sont a priori pas concernés par le projet de SCDC.

Figure 7. Arbres et haies remarquables dans le centre de Fléron



Comme évoqué précédemment, aucun site Natura 2000 n'est présent au sein des zones de développement de l'activité commerciale identifiées dans le SCDC. Une seule zone Natura 2000 est présente à l'extrême sud-est de la commune, à la limite avec Trooz et Olne, sans réel lien avec le projet de SCDC.

4.2.2. Enjeux

A. Protection des zones vertes et agricoles contre l'étalement urbain

Comme détaillé précédemment, Fléron associe des espaces urbanisés, agricoles et verts qui co-existent sur un territoire de relativement petite taille. La commune est en outre soumise à une pression immobilière importante, particulièrement en matière de logements, mais également au niveau commercial. Ces nouveaux développements doivent impérativement éviter une artificialisation à outrance de terrains non urbanisés, et plus particulièrement les espaces verts et terrains à haute valeur agricole qui constituent une des spécificités de la commune.

B. Maintien du parc Randaxhe

Le parc Randaxhe constitue une zone d'enjeu au niveau du milieu de naturel dans le centre de Fléron. Le parc constitue en effet un espace vert (privé) de plusieurs hectares en plein centre-ville et accueille plusieurs arbres remarquables. Il est de plus inscrit en zone d'habitant au plan de secteur et pourrait donc être techniquement urbanisé. Le maintien de cet espace vert et de ses essences remarquables apparaît donc comme une enjeu spécifique et concordant avec l'enjeu précédent.

C. Arbres remarquables

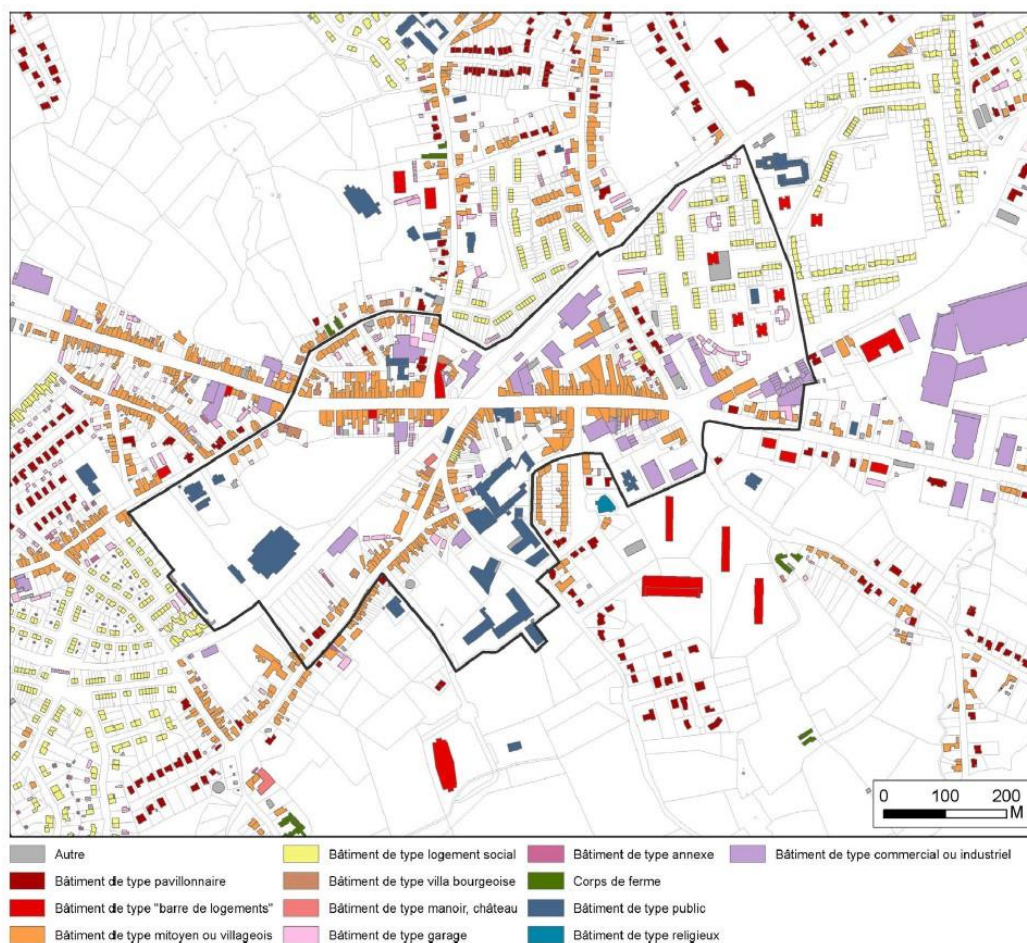
De nombreux arbres et haies remarquables ont été inventoriés sur le territoire communal et contribuent à la richesse du patrimoine naturel de la commune. La protection de ces spécimens constitue donc un enjeu permanent.

4.3. Cadre bâti et patrimoine

4.3.1. Situation de fait

Le Master Plan (Pluris, 2015) contient une analyse détaillée du bâti dans le centre-ville de Fléron. Celui-ci correspond essentiellement à du bâti résidentiel de type mitoyen (avec une densité particulièrement élevée le long de l'avenue des Martyrs), ainsi qu'à des bâtiments de type commercial ou industriel. La plupart des bâtiments sont au gabarit R+1, voire plus rarement R+2, avec une cellule commerciale au rez-de-chaussée dans l'avenue des Martyrs. Il existe donc une certaine homogénéité au sein du centre-ville, malgré la présence de quelques immeubles à appartements de plus grande taille. Les cellules commerciales de l'avenue des Martyrs forment un certain continuum qui confère un caractère commerçant à l'axe. En première couronne autour du centre-ville, Fléron met à disposition des logements sociaux de type unifamilial (mitoyen ou semi-mitoyen), ainsi que plusieurs barres de logements dans la Cité du Fort.

Figure 8. Typologie et gabarits du bâti dans le centre de Fléron



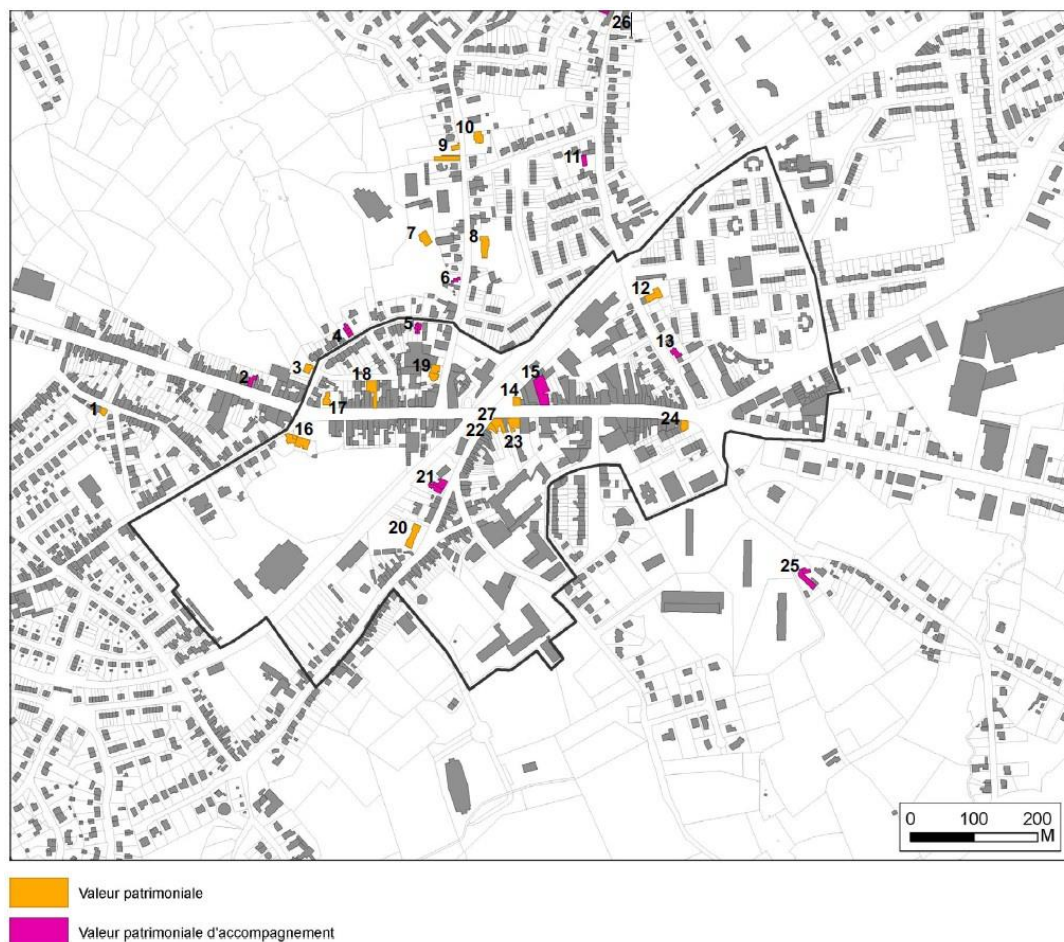
Source : Master Plan de Fléron (Pluris, 2015)

Au fur et à mesure de l'éloignement au centre-ville, le tissu urbanisé devient plus lâche et laisse davantage de place à des bâtiments de type pavillonnaire. La densité augmente à nouveau, avec du

bâti mitoyen, dans les cœurs de village (Romsée et Magnée), ainsi que le long de la rue Émile Vandervelde.

Une trentaine de bâtiments ont été identifiés pour leur valeur patrimoniale dans le centre-ville, soit pour leur valeur propre, soit pour leur valeur d'accompagnement (Pluris, 2015). Ceux-ci correspondent principalement à des constructions du début du 20^{ème} siècle présentant un intérêt architectural. Notons qu'aucun bâtiment du centre-ville n'est par contre repris à l'Inventaire du Patrimoine Immobilier Culturel (IPIC) de l'Agence wallonne du Patrimoine (AWaP). L'inscription d'un bien à l'IPIC reconnaît une qualité patrimoniale dont la pérennisation est souhaitée. L'analyse du Master Plan apparaît donc plus fine que celle de l'IPIC pour la principale zone d'enjeu en matière de développement commercial.

Figure 9. Intérêt patrimonial du bâti dans le centre de Fléron



Source : Master Plan de Fléron (Pluris, 2015)

Parmi l'inventaire du Master Plan, on notera la présence de plusieurs villas bourgeoises, typiques de la région liégeoise, qui constituent des éléments marquants dans le paysage urbain (gabarit, implantation en recul de la voirie, matériaux et couleurs, etc.). L'avenue des Martyrs, axe de développement historique de la commune, dispose logiquement plusieurs bâtiments intéressants, notamment de style néo-renaissance mosane, qui illustrent l'importance (passée et actuelle) et contribuent à la qualité visuelle de l'axe commercial. Notons, par exemple, l'ancien Lyn Coiffure (n°151), l'ancienne Multipharma (n°234), le bâtiment de la Halle Paysanne et de Senden (n°302) ou la propriété Randaxhe. Dans les rues adjacentes à l'avenue des Martyrs, plusieurs bâtiments de style art nouveau et art déco laissent apprécier certaines spécificités de ces mouvements architecturaux.

La halle à marchandises de l'ancienne gare de Fléron subsiste également dans le centre-ville, malgré que l'activité de fret se soit arrêtée en 1963. Il s'agit d'un bâtiment assez typique des gares qui jalonnaient l'ancienne ligne 38 (devenue le RAVeL), qui n'a néanmoins pas été repris dans l'inventaire réalisé dans le cadre du Master Plan. Le bâtiment principal de la gare qui servait aux voyageurs a été démoli. Actuellement, le bâtiment se trouve dans une zone de stockage palissadée, peu visible aussi bien depuis l'avenue des Martyrs que depuis le RAVeL. Son état n'a pas pu être évalué, mais étant donné l'âge du bâtiment et son faible entretien, on peut supposer que celui-ci est délabré. Le bâtiment est par ailleurs surélevé par rapport au niveau du sol (plateforme adaptée aux trains), ce qui complexifie sa requalification.

En dehors du Fléron, quatre monuments classés pour leur valeur patrimoniale supérieure (et dont la conservation est jugée d'intérêt régional) sont présents sur le territoire communal :

- L'église Sainte-Julienne
- Les orgues de l'église Saint-Denis de Fléron (y compris la tribune et le garde-corps)
- Façades et toitures des immeubles de la rue de Heid des Chênes, n° 38 et 40
- Entièrement du salon au rez-de-chaussée de la rue Heid-des-Chênes, n° 6-8

La Heid des Chênes est également inscrite en site classé. L'ensemble de ces bâtisses et sites ne sont a priori pas concernés par le projet de SCDC.

4.3.2. Enjeux

A. Mettre en valeur le patrimoine bâti du centre-ville

Comme mis en évidence ci-dessus, plusieurs édifices présentent des qualités patrimoniale et architecturale intrinsèques dans le centre-ville de Fléron et contribuent à l'identité visuelle de la ville. La préservation de ces bâtiments, et leur mise en valeur, constituent des enjeux permettant d'affirmer le caractère urbain de Fléron, ainsi que de proposer un cadre de vie de qualité pour les habitants et les chalandes fréquentant le centre-ville.

B. Préserver le continuum commercial dans l'Avenue des Martyrs

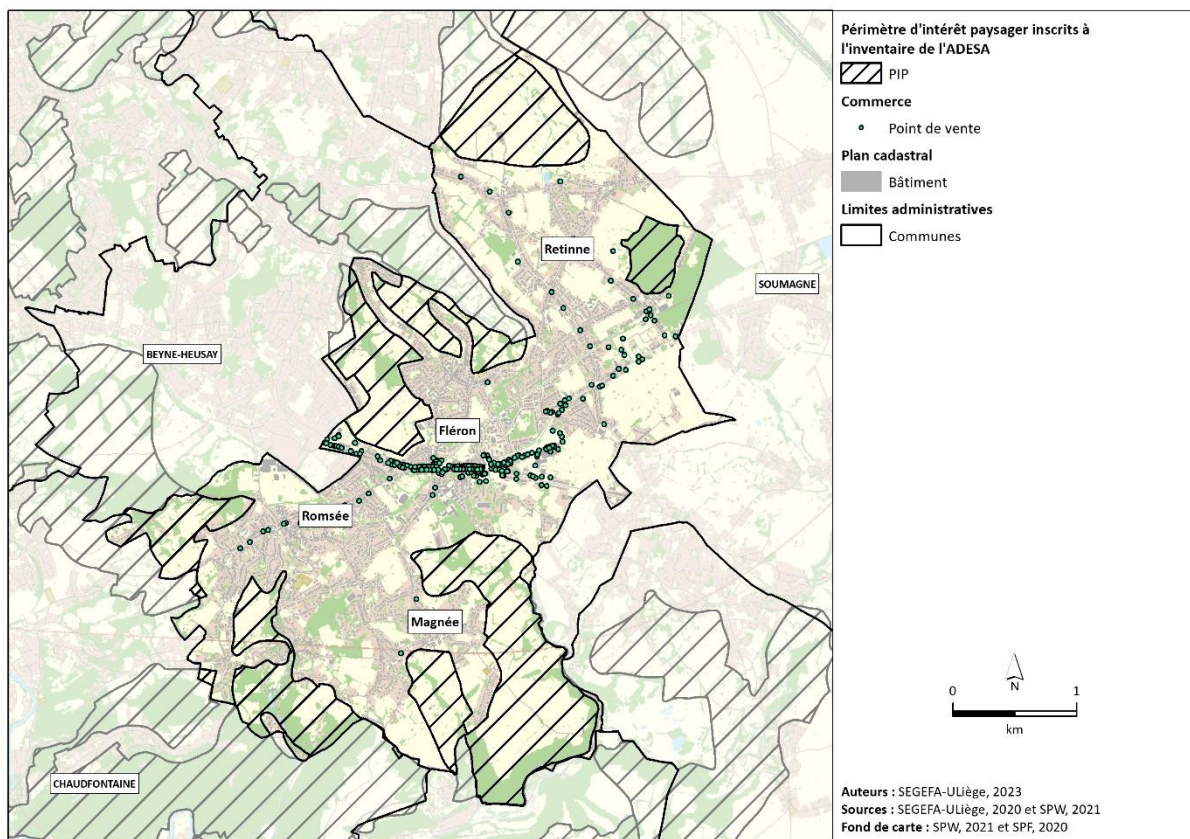
L'avenue des Martyrs constitue un axe commercial historique qui, malgré une légère perte de vitalité, reste fortement attractif et structurant dans la partie est de l'agglomération liégeoise. Conformément aux objectifs régionaux en matière de commerce de détail (SRDC), il convient renforcer le rôle attractif du nodule et de maintenir un continuum commercial dans l'avenue afin d'inciter à la flânerie.

4.4. Paysage

4.4.1. Situation de fait

La plupart des grands espaces verts et/ou agricoles de Fléron sont inscrits en périmètres d'intérêt paysager à l'inventaire de l'ADESA. Ceci illustre l'équilibre entre espaces urbanisés, agricoles et verts qui co-existent sur le territoire de Fléron, et confirme les enjeux de protection identifiés en matière de milieu naturel. La fonction commerciale n'est actuellement évidemment pas implantée sur ces PIP.

Figure 10. Périmètres d'intérêt paysager à Fléron



Une vingtaine de points et lignes de vue remarquables ont également été identifiés par l’ADESA sur le territoire communal. Ceux-ci correspondent généralement à des lignes de vues intéressantes vers les périmètres d’intérêt paysager. Elles ne se situent a priori pas dans des zones à enjeu commercial au sein du SCDC. En effet, le centre-ville présente un paysage urbain relativement fermé qui n’offre que des ouvertures paysagères assez limitées.

Parmi les zones concernées par le projet de SCDC, le centre-ville constitue certainement la principale en matière de spécificité paysagère. L’avenue des Martyrs présente en effet un paysage caractéristique d’axe commercial, urbain et dense qui fait une des particularités de Fléron. La valeur patrimoniale et architecturale du bâti dans cette zone, détaillée précédemment, contribue à la qualité de ce paysage urbain. En dehors de celui-ci, les principales zones commerciales correspondent à des zones commerciales récentes et monofonctionnelles (Parc Carrefour, barres commerciales rue de la Clef, zone Aldi-Colruyt, etc.) qui ne présentent pas de réelle valeur paysagère ou architecturale.

4.4.2. Enjeux

A. Préserver les zones d’intérêt paysager et les lignes de vue remarquables

Le caractère urbanisant de la fonction commerciale peut par nature menacer certaines zones d’intérêt paysager et supprimer certaines lignes de vue intéressantes. Les éventuels projets commerciaux et leur évaluation lors de la délivrance de permis doivent donc intégrer cet effet potentiellement négatif.

4.5. Mobilité

4.5.1. Situation de fait

La commune de Fléron est structurée autour d’un axe routier régional, la N3, qui la traverse d’ouest en est et constitue un des axes historiques entre Liège et Aix-la-Chapelle. Cet axe important supporte un volume trafic routier élevé : plus de 20 000 véhicules y transitent par jour. Le centre-ville et le

nodule commercial se sont d’ailleurs développés le long de cet axe structurant. L’accessibilité et la mobilité constituent donc des paramètres importants pour la vitalité commerciale du centre-ville de Fléron.

Ce flux automobile génère un potentiel pour l’activité commerciale (et les autres activités), mais engendre également des problèmes de congestion récurrents dans le centre-ville où la fluidité du trafic automobile est naturellement plus réduite. Cette problématique est particulièrement observable aux heures de pointe en début et fin de journée. Les générateurs de trafic et services, comme les établissements scolaires, ainsi que les commerces engendrent des flux qui s’additionnent à celui d’un transit déjà important. D’un point de vue commercial, la situation est particulièrement critique en matière du stationnement dont la capacité est régulièrement à saturation (malgré la durée limitée définie dans le PICM).

Outre cet axe principal, la commune est également connectée à la vallée de Vesdre (N621 via Romsée, et N673 vers Trooz) et Verviers (N621) par différents axes secondaires. La partie nord de la commune, moins densément peuplée, est traversée par la rue de Jupille qui redescend en direction de Liège.

Au niveau des transports en commun, Fléron bénéficie du passage de nombreuses lignes de bus et le centre-ville dispose de connexions à hautes fréquences vers Liège (lignes 10 et 138) et vers Verviers (lignes 68 et 138). La ligne 10 dessert également les deux principaux centres secondaires de la commune : Romsée et Magnée. La ligne 28 permet une connexion régulière (1 départ/heure en journée, renforcé à 2 départs/heure aux heures de pointe) entre Fléron (ainsi que Romsée), la gare de Chaudfontaine (avec une correspondance d’horaires) et le campus du Sart-Tilman de l’ULiège. Les entités urbaines et villageoises du sud de la commune sont également desservies par une extension de la ligne 33 offrant une connexion vers Vaux-sous-Chèvremont, Chênée et Liège, mais dont la fréquence est plus limitée (7 passages/jour). Le nord du territoire communal est lui desservi par les lignes 68, 69 et 268 offrant des connexions locales vers Blégny et Soumagne, ainsi qu’une liaison vers Liège via Jupille. La commune dispose donc d’une accessibilité élevée en bus (notamment le centre-ville), ainsi que de bonnes connexions vers les agglomérations voisines. Les connexions internes permettant de relier le centre de Fléron aux autres entités de la communes sont par contre un peu plus lacunaires et présentent des fréquences de passage plus réduites. Notons que le Plan Urbain de Mobilité (PUM) prévoit la création d’un ligne de Busway le long de la N3 qui fera la connexion vers Liège (ligne 10 actuelle) et dont le terminus se situera au début de la rue de la Clef. La commune n’est pas desservie par le train.

En matière de mobilité douce, Fléron est traversé par un RAVeL en site propre dédié : la ligne 38. La ligne 38 est inscrite comme itinéraire vélo régional et européen entre Liège et Aix-la-Chapelle. La commune dispose donc d’un corridor particulièrement structurant en matière de mobilité douce, qui traverse son territoire d’est en ouest.

4.5.2. Enjeux

A. Maintenir l’accessibilité voiture du centre-ville

La maintien d’une bonne mobilité et d’une accessibilité élevée est crucial pour le fonctionnement de l’appareil commercial de Fléron. Il est donc important de préserver ces conditions de fonctionnement, malgré la problématique de la congestion du centre-ville. Afin de lutter contre ce phénomène, Fléron peut offrir des alternatives de qualité pour se rendre dans le centre-ville et ses commerces (cf. enjeux ci-dessous).

B. Améliorer les connexions locales en TEC

Fléron dispose d’une bonne accessibilité en bus depuis et vers les autres pôles urbains de la région. Ces connexions vont de plus encore être améliorées avec la mise en place du Busway. Ceci va engendrer une restructuration du réseau de lignes de bus, ce qui constitue une opportunité d’améliorer les connexions locales vers le centre-ville (et sa ligne Busway) depuis autres entités de la commune (dans une optique de rendre les commerces de centre-ville plus accessibles à l’ensemble de la population fléronnaise).

C. Renforcer le rôle du RAVeL

Fléron bénéficie de la présence de cet axe structurant qui traverse son territoire et dessert son centre-ville. Cette infrastructure offre l’opportunité de structurer un véritable réseau local pour les modes doux autour de cet axe principal. L’enjeu principal serait d’offrir des liaisons cyclables depuis chacune des entités de la commune vers cet axe principal et le centre-ville de Fléron.

4.6. Environnement socio-économique

4.6.1. Situation de fait

Fléron compte 16 235 habitants en 2022 et présente une densité de population supérieure à 1 000 habitants par km² ce qui la place nettement au-delà de la moyenne provinciale. Fléron constitue donc une commune d’agglomération qui, malgré sa taille relativement petite et la présence de zones rurales sur son territoire, présente un caractère urbain prononcé. La population s’est légèrement réduite au cours des 5 dernières années (contrairement aux tendances provinciale et régionale), particulièrement en 2020 et 2021. La commune présente néanmoins une forte pression résidentielle et une augmentation importante est attendue pour la période 2020-2030 (projets en cours prévoient la création de près de 1 000 logements sur le territoire communal).

Fléron présente la caractéristique démographique d’accueillir une part particulièrement importante de personnes âgées : plus de 25 % de sa population ont plus de 65 ans. En corollaire, la population active est plus restreinte que la moyenne régionale. Par contre, le taux de demande d’emploi est inférieure aux moyennes provinciale et régionale, et le revenu moyen par habitant est supérieur à la moyenne provinciale. La population en âge de travailler (18 à 64 ans) est donc relativement restreinte à Fléron, mais présente un profil socio-économique un peu plus aisé que la moyenne.

Figure 11. Principales caractéristiques démographiques de Fléron

Indicateurs socio-économiques		Fléron	Province de Liège	Wallonie
Superficie (km ²)		13,7	3 857,1	16 844,3
Population	Volume (2022)	16 235	1 110 989	3 662 495
	Volume (2017)	16 427	1 102 531	3 614 473
	Évolution 2017-2022	- 1,2 %	+ 0,8 %	+ 1,3 %
	Densité (hab./km ²)	1 186	288	217
Ménages (2022)	Nombre	7 363	500 219	1 614 916
	Taille moyenne	2,20	2,22	2,27
Structure de la population (2022)	Moins de 18 ans	18 %	20 %	21 %
	18 à 64 ans	57 %	60 %	60 %
	65 ans et plus	25 %	20 %	19 %
Activité (2022)	Population active	6 769	456 995	1 571 242
	Taux d’activité	68 %	69 %	69 %
	Taux de demande d’emploi	13 %	15 %	14 %
Revenu moyen par habitant (2020)		18 387 €	18 233 €	18 518 €

Source : Statbel et Forem, 2022

En contraste avec son attractivité résidentielle importante, Fléron ne constitue pas un pôle économique majeur à l'échelle de l'agglomération liégeoise. En effet, moins de 3 000 emplois salariés sont présents sur la commune pour une population active de près de 7 000 unités. Le ratio d'emploi intérieur est donc particulièrement faible et la majorité des habitants travaillent en dehors de la commune, ce qui révèle sa fonction résidentielle. Un peu plus de 350 entreprises sont identifiées sur le territoire communal, la grande majorité d'entre elles correspondant à des TPE et PME.

Figure 12. Principaux indicateurs économiques de Fléron

Indicateurs	Fléron
Ratio d'emploi intérieur	37,3%
Postes salariés (selon le lieu de travail)	2 625
Indépendants (non compris les aidants)	1 163
Entreprises (avec au moins 1 salarié)	352

Source : IWEPS, 2020

4.6.2. Enjeux

A. Assurer le rôle de centralité de Fléron pour une population en croissance

Le renforcement des centres urbains constitue un objectif de développement territorial clairement identifié au niveau régional. Les centres-villes doivent renforcer leurs rôles de centralités afin de fournir services et desserte à la population locale. Le centre-ville de Fléron constitue une polarité commerciale historique et structurante de l'est de l'agglomération liégeoise, qui doit se renforcer afin de répondre aux besoins actuels et futurs d'une population devant s'accroître assez rapidement dans les années à venir.

5. Évolution sans mise en œuvre du SCDC

La deuxième phase du SCDC a procédé à une évaluation détaillée des effets attendus sans mise en œuvre du SCDC ou intervention spécifique (publique ou privée) à Fléron. Les principales évolutions attendues ayant été mises en évidence sont les suivantes :

- Fléron subit une pression commerciale en raison du potentiel commercial disponible et de l'offre commerciale globalement peu structurée dans l'est de l'agglomération liégeoise ;
- Cette pression ouvre la porte à deux évolutions probables poussées par les promoteurs : l'extension (peu qualitative) des zones commerciales récentes les plus dynamiques (à Fléron par exemple) ou un projet commercial important (à Fléron ou dans une commune voisine) ;
- Ce type de projet, à Fléron ou dans une commune voisine, se fera au détriment du centre-ville traditionnel de Fléron qui stagnera commercialement, avec un risque de départ des locomotives et une augmentation de la vacance dans le centre-ville ;
- L'ensemble de ces éléments contribuera à augmenter la fragmentation de l'offre commerciale le long de l'axe de la N3 (perte de l'effet de centralité) et favorisera des localisations placées en interception de flux, avec des espaces de stationnement dédiés.

Ces évolutions correspondraient globalement à la poursuite des tendances générales ayant marqué le développement commercial en Wallonie au cours des 30 dernières années : perte de vitalité des espaces commerçants traditionnels et historiques, développement d'espaces périphériques, souvent monofonctionnels, proposant des surfaces plus grandes et fortement accessibles en voiture avec une artificialisation progressive de terrains non urbanisés. Ces évolutions seraient globalement assez défavorables au regard de la plupart des enjeux identifiés dans ce RIE et pourraient même constituer des menaces pour le milieu naturel, le paysage et la mobilité durable.

6. Évolution avec mise en œuvre du SCDC

Les incidences ayant été identifiées pour le projet de SCDC sont globalement assez limitées, et sont même régulièrement positives. Le SCDC s'inscrit globalement dans une volonté de renforcement de la centralité de Fléron qui est conforme aux objectifs de développement régionaux et de développement durable du territoire.

6.1. Cadre physique

Incidence 1 : Le projet de SCDC vise au renforcement de la partie la plus centrale du nodule commercial du centre-ville. Cette zone est celle disposant de la meilleure accessibilité en transports en commun (futur Busway), et est directement connectée au RAVeL pour les modes doux. Le renforcement de l'appareil commercial permet d'offrir des alternatives crédibles à la voiture, et soutient une mobilité durable. Cette stratégie peut donc permettre une diminution locale des particules fines qui influent sur la qualité de l'air, et de réduire les émissions de GES.

Incidence 2 : La nature stratégique à moyen terme du SCDC ne permet pas d'identifier de réelle incidence en matière d'aléa d'inondations et aucune évolution n'est concrètement prévue pour les parcelles, notamment les stations-services, inscrites à la BDE. Néanmoins, certains projets commerciaux peuvent avoir une influence locale (ruissellement, égouttage, pollution) sur ces deux problématiques. Les demandes de permis et d'autorisation dans les zones à risque devront normalement intégrer une évaluation de ces aspects.

6.2. Milieu naturel

Incidence 1 : Le SCDC définit le renforcement du centre de Fléron comme priorité et s'oppose à une extension des zones commerciales récentes situées le long de la N3 sur les zones non urbanisées voisines (espaces verts et zones agricoles). Le document s'inscrit en concordance avec les situations de droit (plan de secteur) et de fait. La volonté du SCDC est de soutenir la centralité de Fléron et s'oppose à une éventuelle périurbanisation dans ces zones qui s'opérerait au détriment du milieu naturel.

Incidence 2 : Le projet de SCDC suppose la conservation du parc Randaxhe et ne soutient pas une mobilisation de la zone à des fins commerciales. La préservation de cet espace vert dans le centre-ville, accueillant plusieurs arbres remarquables pour rappel, alors que celui-ci est techniquement urbanisable (zone d'habitat au plan de secteur) constitue donc une des options fortes du SCDC.

6.3. Cadre bâti et patrimoine

Incidence 1 : Le Master Plan et le SCDC de par les projets qu'ils balisent auront une incidence sur le cadre bâti. La première est une densification généralisée du centre-ville et la formation d'une centralité autour d'un espace public. La concrétisation des objectifs du SCDC doit aussi conduire à une augmentation de l'offre en immobilier commercial dans le centre-ville (notamment en moyennes surfaces) et la matérialisation du continuum commercial et bâti entre Fléron Haut et Fléron Bas.

Incidence 2 : La création d'une boucle chalande entre la future place et l'avenue des Martyrs proposée dans le SCDC devrait avoir une incidence négligeable sur le bâti. En effet, la jonction s'effectuerait entre les numéros 247 et 249, et n'impliquerait qu'une démolition des hangars désaffectés en arrière d'ilot et du garage (ancien Vis&Bois). L'habitation de style néorenaissance mosane du n°249, identifiée pour sa valeur patrimoniale, serait préservée.

Incidence 3 : La halle à marchandises de l'ancienne gare de Fléron, actuellement peu valorisée, serait démolie : celle-ci se trouve dans une zone du projet qui sera reconvertie en espace public au centre de la drève de la Gare. Il s'agit donc davantage d'une incidence liée au Master Plan et à la procédure de délivrance de permis dans la zone, qu'à une incidence liée à l'intégration de la fonction commerciale dans le projet et au SCDC.

6.4. Paysage

Incidence 1 : Le projet prévu par le Master Plan et intégré au scénario de référence du SCDC aura, dans sa globalité (logements, commerces et autres fonctions) un impact paysager majeur dans le centre-ville et une influence sur le cadre de vie à Fléron. L'intégration commerciale au sein du projet devrait permettre de souligner le caractère urbain du centre-ville (création d'une place centrale commerçante), tandis que l'ouverture visuelle vers l'avenue des Martyrs permettra une mise en valeur du patrimoine architectural de cet axe depuis la future place.

Incidence 2 : Le projet de SCDC s'oppose à la mobilisation de plusieurs zones agricoles et d'espaces verts présentant un intérêt paysager (notamment l'espace vert derrière la zone Colruyt-Aldi-Hubo). Le document s'inscrit donc en concordance avec la situation de fait et affiche une volonté de préservation de ces zones.

6.5. Mobilité

Incidence 1 : Le projet de SCDC prévoit un renforcement du rôle du RAVeL en le plaçant au centre du principal projet en matière de commerce de détail sur le territoire communal. Il soutient donc directement le recours à la mobilité douce pour accéder au centre-ville et ses commerces.

Incidence 2 : Le scénario de référence du SCDC se base sur une augmentation de l'attractivité de l'hypercentre et de l'avenue des Martyrs qui constituent les zones bénéficiant de la meilleure accessibilité TEC sur la commune (lien offre-demande en transport). Il s'inscrit de ce point de vue en concordance avec les projets du PUM et du Busway et entend soutenir une mobilité durable.

Incidence 3 : L'augmentation de l'offre et de l'attractivité commerciales du centre-ville pourrait conduire à un renforcement du flux automobile et à contribuer à la congestion dans le centre-ville, malgré le soutien aux modes de transports alternatifs.

Incidence 4 : Afin de dynamiser le centre-ville de Fléron, la commune a pour ambition de former une nouvelle centralité, en accord avec le Master Plan. Cependant, la zone dédiée à la future place est la zone du parking de la Gare (ainsi que l'espace de la Drève de la Gare dans le prolongement inclus dans le Master Plan). Cette transformation a pour conséquence la suppression de 28 emplacements de stationnement. Bien que les emplacements ne soient pas nombreux, le parking de la Gare est gratuit et dispose d'une localisation centrale au sein du nodule commercial puisqu'il est directement accessible depuis l'avenue des Martyrs. La suppression de cette zone de stationnement est une perte pour le centre de Fléron. L'adaptation de l'avenue des Martyrs pour le Busway impliquera aussi certainement une réduction de la capacité de stationnement dans l'avenue, étant donné l'espace nécessaire à la mise en place d'un site propre.

Plusieurs projets de création d'espaces de stationnement sont également prévus dans le centre-ville (et permettent de contribuer à compenser les pertes identifiées ci-dessus) :

- Projet du Master Plan (Matexi) : 55 places pour les commerces dans les parkings en sous-sol (ce qui constitue une augmentation par rapport au parking de la Gare) ;
- Parking de la rue Charles Delière (également prévu par le Master Plan) : 24 places ;
- Projet commercial à la jonction entre les rues Bay Bonnet et Bureau (Solico) : 84 places ;
- Parking de la Cité du Fort : 30 places vont être aménagées.

La création d'un espace de stationnement bus (terminus des liaisons locales) est par ailleurs actuellement envisagée rue de la ligne 38.

Beaucoup de changements en matière de stationnement, liés à des projets différents (Master Plan, PUM-Busway, projets publics et privés), sont donc prévus dans les années à venir. Le SCDC intègre ces

projets (générateurs d'incidences) sans présenter lui-même d'option directe. Néanmoins, le stationnement va être globalement modifié ce qui aura une influence sur la fonction commerciale.

6.6. Environnement socio-économique

Incidence 1 : L'augmentation prévue des surfaces commerciales dans le centre-ville permettra d'accueillir des commerces devant répondre aux besoins liés à l'augmentation du nombre de ménages attendus dans les prochaines années. La création d'un espace public, exposé sud, permet en outre d'envisager le renforcement d'une offre horeca encore relativement sous-développée pour un nodule commercial de la taille de celui de Fléron. Le développement de l'horeca devrait également aussi induire une animation en soirée dans le centre-ville qui est actuellement peu fréquenté à cette période de la journée.

7. Recommandations

Recommandation 1 :

Fléron a la chance d’avoir plusieurs arbres remarquables dans son centre-ville. Le SCDC propose dans son plan d’actions une verdurisation de certains espaces publics. En concordance, les spécimens remarquables du centre-ville pourraient être mis davantage en évidence, notamment le Tilleul de Hollande de l’avenue des Martyrs et ceux du parc Randaxhe (visibles depuis l’avenue des Martyrs).

Recommandation 2 :

La cadre urbain et la qualité architecturale du bâti contribuent à l’identité commerciale de Fléron. Le projet de Master Plan, dans sa globalité, va redéfinir les lignes visuelles et la centralité à Fléron. Il est donc recommandé de veiller à la bonne intégration visuelle des nouveaux bâtiments et des enseignes commerciales (notamment en conformité avec le GCU communal) dans le centre-ville. La requalification de l’ancienne halle de la gare paraît très complexe en raison des contraintes techniques importantes liées au bâtiment. Il est donc probable qu’une démolition soit envisagée dans le cadre de la mise en œuvre du Master Plan. Certains éléments de gare (signalétique de la gare, auvent avec ferronneries ou matériaux de toiture similaires par exemple) pourraient être réutilisés ou recréés dans le projet de kiosque sur la nouvelle place afin de témoigner de l’histoire du site et de l’ancienne liaison de chemin de fer.

Recommandation 3 :

L’importance du flux sur la N3 constitue un des paramètres de base de la vitalité commerciale de Fléron, malgré la congestion dont peut être victime l’axe. Or l’axe va être sujet à une révision en profondeur pour l’arrivée du Busway. Il conviendra de ne pas modifier les paramètres de base de la mobilité sur la N3 : elle doit rester l’axe traversant principal de la ville et le stationnement doit y être maintenu avec une capacité adaptée (et donc compenser les pertes éventuelles liées à la mise en place d’un site propre bus par exemple – cf. recommandation 4). L’installation de places de stationnement avec capteur pourrait par ailleurs être envisagée lors du réaménagement afin de garantir la rotation et lutter contre le phénomène de voitures ventouses (déjà identifié dans le SCDC).

Recommandation 4 :

Il est indéniable que la mobilité et le stationnement vont constituer des thématiques centrales à Fléron en raison des multiples projets en cours de réflexion (et dont la commune n’est pas toujours maître d’ouvrage). Il apparaîtrait opportun de lancer une étude complète sur le stationnement public aux alentours du centre-ville, et sur les liaisons piétonnes et cyclables vers l’hypercentre. En effet, de nombreuses zones de stationnement dans le centre de Fléron et à proximité sont sujettes à être modifiées, transformées ou déplacées. La création de nouveaux espaces de stationnement est également prévue dans le centre-ville (cf. 6.5). La concrétisation d’une vision globale (et coordonnée entre les projets de SCDC, Master Plan et PUM-Busway) sur les zones de stationnement, afin de garantir une offre suffisante dans le centre-ville, apparaît quelque peu manquante (bien que des intentions aient été formulées dans le SCDC et le Master Plan) et pourrait faire l’objet d’une étude plus détaillée.

Recommandation 5 :

Afin de préserver l’accessibilité élevée en transports en commun de la place de Gare, il est primordial qu’un arrêt de bus principal (notamment pour le Busway qui nécessite des longueurs de support plus importantes) soit conservé sur la place de la Gare suite à sa transformation. La mise en place d’un

système d'informations sur les transports publics avec un affichage en temps réel de l'arrivée des bus à l'arrêt pourrait également être envisagée.

Recommandation 6 :

Étant donné que le SCDC anticipe une augmentation de la fréquentation du RAVeL, les réaménagements de la place et de la drève de la Gare, ainsi que de la N3 en prévision de l'arrivée du Busway, devraient prévoir une matérialisation plus concrète et plus sécurisée du tracé au niveau de la traversée de la N3. Dans la même optique, l'objectif du SCDC étant que le RAVeL devienne une véritable synergie à l'offre commerciale (comme à Tilff par exemple), des infrastructures qualitatives doivent être offertes tant pour les cyclistes que pour les piétons :

- Arceaux pour les vélos
- Zones de rangement pour les vélos (et autres modes doux)
- Installation de mobilier urbain sur le RAVeL et la place
- Éclairage amélioré de certaines parties du RAVeL

8. Limites méthodologiques

Le RIE porte sur le projet de SCDC de la Commune de Fléron qui constitue un document stratégique pour le développement de l'activité commerciale à moyen terme sur le territoire communal. L'évaluation réalisée se base sur des intentions et les potentialités des zones et nœuds commerciaux identifiés dans le SCDC. Ce RIE ne constitue donc pas une évaluation de projets concrets ou à l'étude.

Ceci entraîne une complexification du travail d'évaluation des incidences environnementales car la nature et la forme précises du développement commercial ne sont pas réellement connues (aussi bien avec mise en œuvre du SCDC que sans). Certains aspects des incidences mis en évidence dans ce document devraient normalement faire l'objet d'une évaluation précise (et de recommandations associées) lors des éventuelles demandes de permis. En outre, plusieurs options et orientations prises par le SCDC sont intimement liées à d'autres documents stratégiques (Master Plan de Fléron notamment) ou projet sur le territoire communal. Certaines incidences identifiées dans ce rapport sont davantage liées à ces projets dans leur globalité plutôt qu'à leur dimension commerciale seule. Il apparaît donc particulièrement complexe de respecter la portée réglementaire exacte d'un RIE sur certaines thématiques explorées, et de proposer des recommandations concrètes et détaillées se conformant uniquement aux options du SCDC.

9. Résumé non technique

Le projet de Schéma Communal de Développement Commercial (SCDC) de Fléron fixe comme référence le renforcement du centre-ville de Fléron, en concordance avec le Master Plan du centre-ville et les projets en cours, et propose plusieurs recommandations et actions afin d'accompagner le développement commercial dans ce sens. Le SCDC constitue donc un document stratégique et prospectif pour le développement commercial de la commune à moyen terme.

Le SCDC a pour ambition le renforcement de la centralité de Fléron et de la partie traditionnelle du nodule commercial (avenue des Martyrs). Il est donc parfaitement en accord avec les objectifs régionaux en matière de commerce de détail et s'inscrit dans une volonté de développement durable du centre-ville en orientant le développement commercial vers les zones les plus accessibles en modes doux et transports en commun. Le document est également en cohérence avec la situation de droit au niveau local : plusieurs documents stratégiques (Master Plan et PUM notamment) se rejoignent et sont intégrés à la réflexion prospective du SCDC.

Les incidences identifiées du SCDC sont globalement assez limitées : l'objectif est une densification commerciale au cœur du nodule et il n'est pas prévu de mobilisation de zones en dehors du centre-ville. Les impacts au niveau du cadre physique et du milieu naturel sont en conséquence particulièrement faibles, et sont même régulièrement positifs. En effet, le SCDC s'oppose à la mobilisation de plusieurs zones non urbanisées (en concordance avec le plan de secteur) car il vise à orienter le développement vers le centre-ville et à éviter la périurbanisation de la fonction commerciale. Il soutient la préservation de plusieurs zones d'espaces verts et agricoles, présentant un intérêt paysager, et s'oppose à une mobilisation à finalité commerciale du parc Randaxhe qui accueille plusieurs arbres remarquables et constitue un poumon vert étendu dans le centre-ville.

Les principales incidences identifiées pour le SCDC concernent assez logiquement le cadre bâti, le paysage dans le centre-ville et la mobilité :

- Le Master Plan et le SCDC, par les projets qu'ils balisent, auront une incidence sur le cadre bâti. La principale est une densification généralisée du centre-ville et la formation d'une centralité autour d'un espace public. La concrétisation des objectifs du SCDC doit conduire à une augmentation de l'offre en immobilier commercial dans le centre-ville et la formation d'un continuum commercial et bâti entre Fléron Haut et Fléron Bas.
- Ces projets auront, dans leur globalité, un impact paysager dans le centre-ville et une influence sur le cadre de vie à Fléron. L'intégration commerciale au sein du projet devrait permettre de souligner le caractère urbain du centre-ville (création d'une place centrale commerçante). Le maintien d'une ouverture visuelle depuis cette zone vers l'avenue des Martyrs permettra une mise en valeur du patrimoine architectural de l'axe commerçant.
- L'augmentation de l'offre et de l'attractivité commerciales du centre-ville pourrait conduire à un renforcement du flux automobile dans le centre-ville, malgré le développement d'alternatives de qualité : le RAVeL va voir son rôle renforcé et l'offre en transports en commun va être améliorée (Busway). Indépendamment du SCDC, plusieurs projets (Master Plan, PUM-Busway, projets publics et privés) vont faire évoluer le stationnement dans le centre-ville de Fléron (suppression de certains espaces de stationnement et créations de nouveaux) ce qui aura une incidence sur l'appareil commercial. Le SCDC propose un principe de compensation où la suppression de places de stationnement doit être compensée par des créations au moins équivalentes dans les autres parkings du centre-ville.

Afin de minimiser les quelques aspects négatifs de ces incidences, ce RIE détaille six recommandations (voir point 8) qui visent à accompagner la mise en œuvre du SCDC.