

LEODIUM. 300.000 €
pour propulser 36
sites dans l'Euregio

LIÈGE SORT DU B.A.-B.A.

Liège
First Touristic City
in Wallonia



T.B.

LIÈGE FLEURON DE L'EUREGIO ?

LA VILLE ÉMERGE DU B.A-BA VIA 300.000 € LEODIUM.

Les 36 sites touristiques et culturels liégeois du réseau Leodium vont disposer d'un présentoir muni de 36 folders spécifiques et d'un dépliant global des attractions. La campagne de promotion, avec 500.000 exemplaires pour le dépliant général et 15.000 par institution membre, s'intègre dans le programme de dynamisation touristique Leodium, financé via 300.000 € (175.000 de la Région, 75.000 de l'Europe et 30.000 de la Ville) du fonds FEDER – Objectif 2 2006-2008. Le duo communal Tourisme (à charge de l'échevin Michel Firket) – Culture (Jean-Pierre Hupkens) mise ainsi sur Leodium pour booster l'emploi (horeca, hôtels, restos, taxis...) et « faire de Liège la principale ville touristique de la Région wallonne, voire de l'Euregio Meuse-Rhin ». Concrètement, les 36 institutions, publiques et privées (Aquarium, Archeoforum, Sainte-Croix, Forum, Musée du Papillon...) travailleront davantage en symbiose. Très bien. Pourquoi pas il y a 10 ans ? Le rudiment pour sortir de l'empathie touristico-culturelle « semble aller de soit, admet Michel Firket : en fait, la

coordination existait déjà - mais désordonnée, et avec des oublis ».

MODELES DUBLIN ET LILLE

La campagne lancée ce printemps aura surtout des répercussions durant la saison 2008, après fin des chantiers de voiries, finalisation de la gare TGV, ouverture du Curtius, rénovation du musée de la Vie wallonne... Avec quel impact économique ? L'apport du tourisme (seulement 50.000 E dans le budget communal) est « difficile à chiffrer en terme de chiffre d'affaire et recettes », répond l'échevin. En 2006, Liège a comptabilisé 330.000 nuitées touristiques pour 5 millions de visiteurs incluant salons et manifestations – dont 300.000 pour les infrastructures touristiques et culturelles: Michel Firket cite « 5 millions de nuitées annuelles à Dublin et 14.000 emplois inhérent au tourisme et à la culture à Lille ville ». Liège veut effacer son image de marque tourisme d'un jour : « On a certainement, si pas plus, à montrer que Dublin. On est loin du compte. On s'organise. Il est temps ». La campagne « pour flux touristique de la Région, la Flandre, Bruxelles, l'Euregio » vise, outre le



(CLIQUER SUR LA PHOTO POUR L'INTERVIEW DE MICHEL FIRKET, A GAUCHE DE J.-P. HUPKENS)

A NOTER :
WEEK-END DE
CHARME À
LIÈGE À PARTIR
DE 50 €:
WWW.LIEGE.BE/
TOURISME

public, les Tour Operators. L'horizon 2008/2009 hôtelier, via les futurs Saint-Etienne, Trianon, de Sély, Couronne, semble de bon augure.

TIVOLI ET « IMPASSE » PALAIS

Quid du dossier Tivoli pour réunir Maison et Office du Tourisme ? L'échevin refuse les projections de dates (5... 10 ans parfois annoncés): « Le site doit être investi par une création architecturale contemporaine. D'autres endroits, prévient-il, sont toutefois pressentis ». Et d'avancer « un délai de deux ans ». Les 300.000 € FEDER sont une première vague, avant livraison d'une seconde tranche. La Ville volera ensuite de ses propres ailes, avec guichets d'infos au port des yachts, à la gare et à l'aéroport « dès que le flux d'arrivants le justifiera ». Le Palais des Princes-Evêques, non accessible au public hormis visites guidées, ne compte pas parmi les 36 membres du Leodium : les annexes Justice « sortiront le fleuron de cette impasse », selon l'échevin. Michel Firket balise le tourisme. Le virage, avec Jean-Pierre Hupkens à la Culture, devrait enfin (!) sortir Liège du b.a-b.a.

Terry BODSON 25 avril 2007