
Le rôle des associations dans l'élaboration de la métropole

Actes du colloque « La Fabrique des Métropoles », Liège, 24 – 25 novembre 2018

Jean-Claude Lahaut

Président honoraire de la Jeune Chambre Économique de Liège

Maître de conférences à l'Université de Liège, HEC ULiège

I. Introduction

Liège a la particularité d'avoir une conscience collective de métropole, que l'histoire lui a donnée mais que les institutions actuelles ne lui reconnaissent qu'avec parcimonie. C'est pourquoi le rôle de certaines associations liégeoises peut être mis en évidence dans l'élaboration de la métropole. Elles ont tour à tour été visionnaires, parfois contestataires et toujours mobilisatrices pour l'avenir de leur ville. Leurs analyses et les idées qu'elles ont lancées ont laissé des traces durables et l'histoire n'est pas finie.

Je citerai trois associations qui ont partagé l'ambition d'un large rassemblement pour promouvoir et défendre « une certaine idée » de Liège. Il en en a eu, et en reste heureusement beaucoup d'autres que je ne peux pas citer ici. Avec le recul du temps, trois exemples historiques montrent le potentiel d'initiatives citoyennes à Liège :

- Le Grand Liège, plaidant pour un rôle de Liège dans les réseaux européens ;
- l'Association pour le Progrès Intellectuel et Artistique de la Wallonie (APIAW), amenant l'art contemporain, en particulier le Groupe Cobra, à Liège ;
- la Jeune Chambre Economique, avec son colloque « Liège en l'an 2000 ».

Le Grand Liège, et l'APIAW ont pris leur essor dans l'immédiat après-guerre.

II. Le Grand Liège

Beaucoup de questions politiques et économiques se posaient à cette époque pour la région. Le Grand Liège a rassemblé les décideurs régionaux pour partager une vision commune pour Liège. Il s'agissait d'en faire une grande agglomération et de la doter d'infrastructures pour y attirer des investissements et des événements tels que foires et congrès.

En prenant conscience très tôt de la vocation logistique de la ville, le Grand Liège a voulu valoriser sa position centrale en Europe et la relier à tous les réseaux de communications. Stratégie gagnante.

En 1951, le Grand Liège a aussi été à la pointe du combat, trop oublié aujourd'hui, pour obtenir le siège de la Communauté Européenne du Charbon et de l'Acier, deux industries où Liège excellait à l'époque. La ville était alors aussi symbolique que Strasbourg et Luxembourg, qui l'a emporté, clairement mieux défendue par ses diplomates face au lobby bruxellois. L'ambition était méritoire.

Faire de Liège une ville attractive et y développer de nouvelles fonctions internationales est resté un objectif permanent du Grand Liège à travers l'évolution de la Belgique et de la Wallonie. En relisant les propositions faites, on mesure les progrès réalisés en 80 ans pour permettre le développement de nouvelles activités.

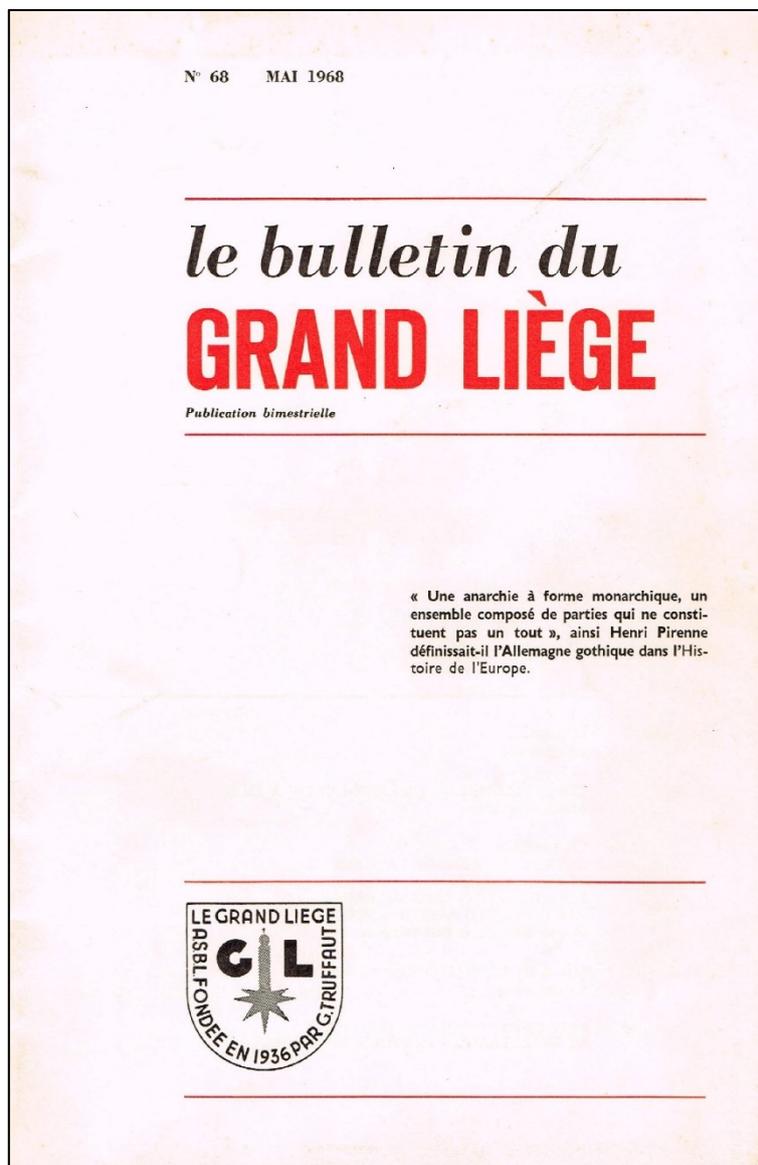


Figure 27. Bulletin du Grand Liège. Dans ce numéro : les problèmes de circulation à Liège...

III. L'Association pour le Progrès Intellectuel et Artistique en Wallonie

L'APIAW a fait de même au niveau culturel, publiant dès 1945 un manifeste « Pour renaître », « né du sentiment que la vie Intellectuelle et artistique de la Wallonie était en péril » après l'occupation et se proposant d'y porter remède. Le programme envisage l'enseignement, les sciences et les arts en demandant leur décentralisation, aujourd'hui largement acquise, mais alors bien audacieuse.

L'APIAW organisera avec l'aide de mécènes et de collectionneurs de nombreuses expositions d'art contemporain à Liège jusqu'en 1987, contribuant à l'animation et à la renommée de la ville. Les organisateurs avaient identifié très tôt de nombreuses futures célébrités. Un coup de maître fut sans doute de réunir 160 œuvres du groupe

COBRA (Copenhague, Bruxelles, Amsterdam), dans une de ses rares expositions, devenue ainsi un évènement mondial. C'était en 1951, déjà au musée de la Boverie. La piste était tracée.

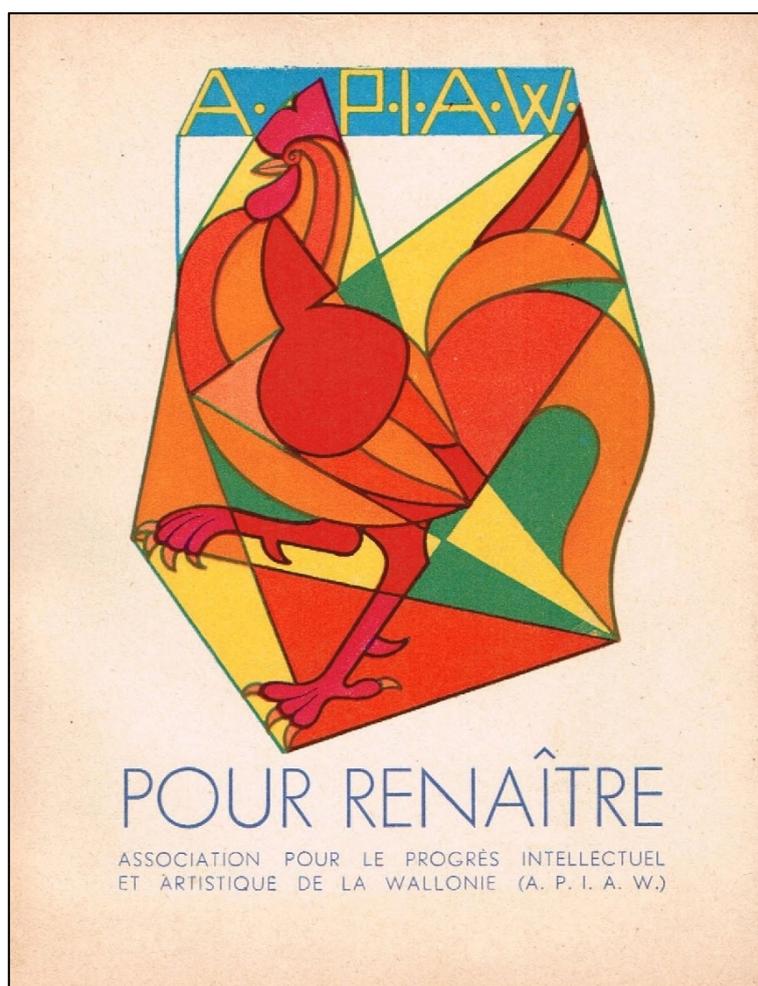


Figure 28. APIAW, manifeste "Pour renaître", sur "l'enseignement, le développement des arts, des sciences et du sentiment national" (1945)

IV. La Jeune Chambre Economique de Liège

En 1964, une nouvelle génération de jeunes responsables des entreprises et de l'université organise un colloque « Liège en l'an 2000 » réunissant 400 personnes pour rencontrer notamment des urbanistes et décideurs français en train de définir des métropoles régionales. Sous le titre « Demain nos villes », les actes du colloque veulent faire de Liège une métropole. Liège doit séduire. La Jeune Chambre propose de réorganiser l'agglomération autour des fonctions d'habitation et de services en valorisant les réseaux ferrés et autoroutiers. Avec d'autres associations, elle ouvre le débat sur l'aménagement de la place Saint Lambert pour la protéger du tout à l'auto qui transforme les modes de vie, l'habitat et les activités.

L'idée de métropole est restée dans les esprits. La Jeune Chambre a poursuivi la promotion des atouts et des ambitions de Liège sous d'autres formes. Elle parlera de compétitivité et de *city marketing*, avec des initiatives en faveur de l'aéroport, de l'accueil des investisseurs ou des touristes. Elle organisera les premières missions

d'exportateurs liégeois (beaucoup d'autres suivront), des junior entreprises et valorisera des activités d'avenir, aidant à renforcer et renouveler le tissu économique de Liège³.

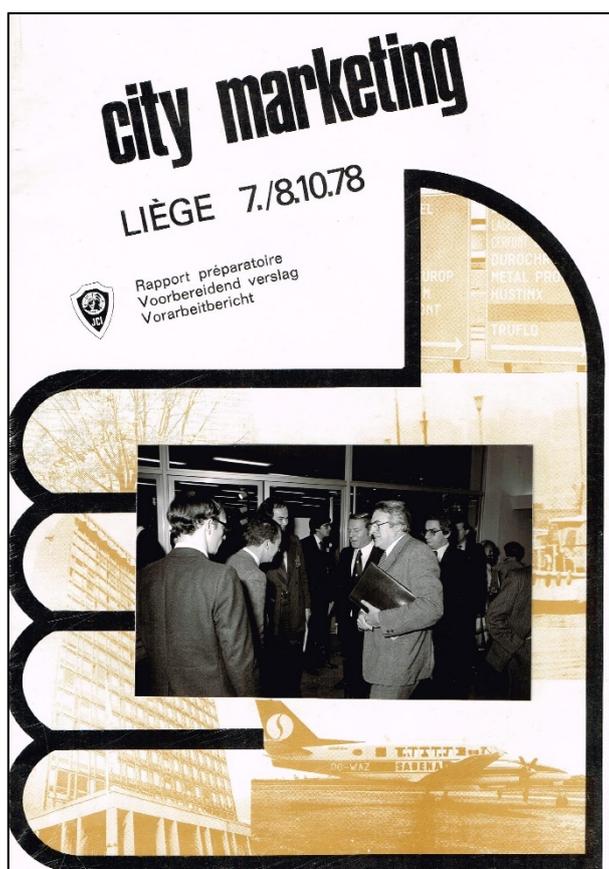


Figure 29. Jeune Chambre Economique de Liège, Congrès national "City Marketing", accueil de MM Pierre Mauroy, Maire de Lille et Edouard Close, Bourgmestre de Liège (1978)

Ces exemples montrent que l'apport des associations peut être d'une grande valeur pour la ville.

Reconnaissons cependant que, malgré la qualité et même les résultats de telles initiatives, la reconnaissance, l'organisation, et la planification d'une métropole sur le territoire, pourtant bien réel, de l'agglomération liégeoise demandent de nouvelles décisions politiques qui concrétiseront une vision pour Liège telle que l'ont fait d'autres métropoles et que les Liégeois attendent.

Car en même temps, dirait-on aujourd'hui, il faut écouter l'ambition, l'imagination et les propositions des associations et il faut s'organiser pour réunir les moyens et concrétiser des objectifs qui réalisent au mieux ces projets. C'est la définition d'une stratégie.

V. Liège, métropole ?

La métropole de nos prédécesseurs est toujours en chantier. Des idées ont percolé mais il a parfois fallu beaucoup de temps. Des équipements ont été créés faisant de Liège un pôle logistique, ou valorisés, comme ce réseau de chemin de fer « Suburbain » qu'on annonce enfin. Liège s'équipe et s'embellit mais, aujourd'hui, les moyens économiques et politiques ne sont plus les mêmes et il faut sans doute faire plus ou mieux avec moins.

³ Voir le site <http://www.jeunechambreliège.be>

On peut s'inquiéter de la lenteur des progrès réalisés pour la reconnaissance du fait métropolitain en Belgique et à Liège en particulier. La fusion des communes en 1976 a raté cet objectif à Liège et la régionalisation qui a suivi n'a créé qu'un empilement d'institutions dont l'inefficacité est de plus en plus dénoncée. Bien d'autres exemples montrent que structurer les territoires autour des villes dynamise l'ensemble. Mais on tergiverse.

« Métropole » reste un mot inconnu dans les institutions belges ou wallonnes. Alors qu'on s'interroge sur l'avenir des provinces, la réalité quotidienne du rôle structurant des grandes villes pour tous les échanges dans leur aire doit être reconnue. Il s'agit maintenant de maintenir nos capacités au niveau d'exigence internationale et de faire valoir notre attractivité parmi nos voisins, proches ou plus lointains.

« Liège est-elle compétitive ? » se demandait la Jeune Chambre avant bien d'autres, comme Michael Porter à Harvard qui publia « La Compétitivité des Nations » en leur proposant de se « différencier ». À défaut d'un rôle de capitale, Liège doit pouvoir faire valoir ses atouts de métropole. En 1978 la Jeune Chambre organisait à Liège un congrès national de synthèse sur le « City Marketing ». Comment attirer des habitants, des touristes ou des investisseurs ? Il faut réunir tous les moyens disponibles pour atteindre l'objectif choisi. On a progressé dans ce sens mais la concurrence est forte et la centralisation régionale n'y aide pas, pour employer un euphémisme.

Plus que jamais, Il faut rassembler tous ceux qui ont » une certaine idée de Liège » pour qu'ils la communiquent. S'ils joignent leurs forces, ils garderont une masse critique et feront la différence.

Sinon, Liège disparaîtra des écrans radar des décideurs, pour ne pas dire de la carte.