

Les vingt-deux marchés forains de l'agglomération liégeoise (1)

par F. GUILLAUME

Licenciée en Sciences géographiques

Résumé. — *A Liège, de nombreux travaux traitent du commerce de détail, des grandes surfaces, de la localisation de certains types de commerces; il manquait encore une étude des marchés forains de la région, lacune que nous avons essayé de combler. Dans la première partie de cet article, nous localisons les marchés dans l'agglomération liégeoise, nous en étudions les caractéristiques principales et leur intégration dans les autres fonctions commerciales. Ensuite nous analysons leur structure, la nature des marchandises proposées à la clientèle et la façon dont elles sont offertes, ainsi que quelques aspects particuliers. Nous tentons enfin d'établir une typologie des marchés d'après les caractéristiques de notre échantillon.*

Le cadre de notre étude est l'agglomération liégeoise telle qu'elle a été définie par le groupe « L'Equerre » en 1975; elle comprend 73 communes.

Une enquête réalisée dans chacune de ces communes nous a permis d'en dénombrer 19 où se tient un marché. Cependant nous avons retenu 22 marchés, car deux communes en possèdent plusieurs; Seraing possède deux marchés aux caractéristiques différentes; Liège en a trois : deux quotidiens du lundi au samedi — à structures identiques — et le marché dominical de la Batte (tabl. I et fig. 1).

I. — CONCENTRATION OU DISPERSION ?

A. — SITUATION

Les 19 communes possédant des marchés ne sont pas réparties de façon homogène (fig. 1). On observe une certaine concentration dans le sud-ouest de l'agglomération. La périphérie possède peu de marchés, 5 au total. Sur la rive droite une concentration apparaît autour de Seraing; pour le

(1) Etude effectuée dans le cadre d'un mémoire présenté en 1977 à l'Université de Liège pour l'obtention du grade de licenciée en Sciences géographiques.

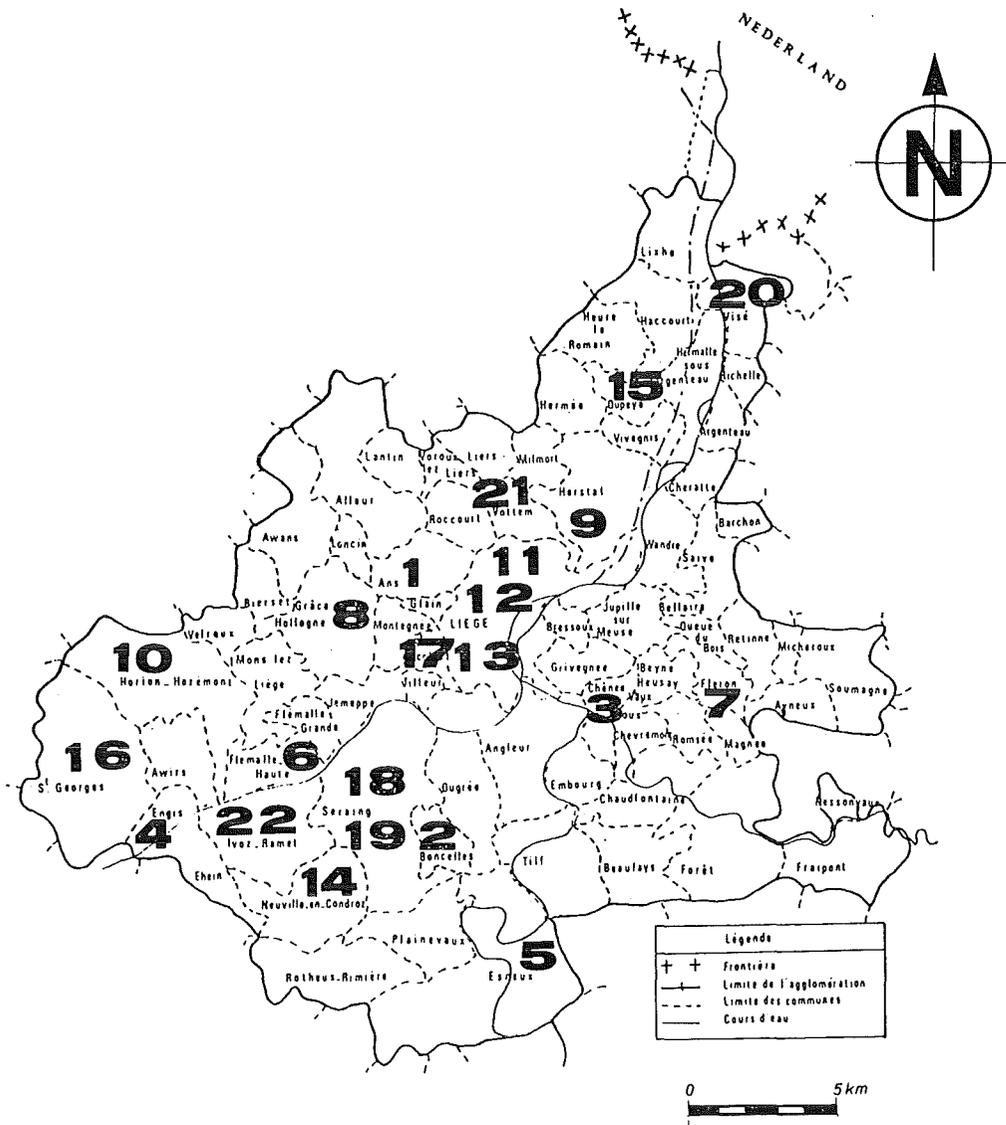


FIG. 1. — La localisation des marchés dans l'agglomération liégeoise (73 communes).

TABLEAU I. — Répartition par commune des 22 marchés.

N° du marché	Commune	Population *	Nombre d'échoppes relevées **
1	Ans	16.734	10
2	Bonnelles	3.419	3
3	Chênée	12.161	81
4	Engis	3.532	12
5	Esneux	6.540	21
6	Flémalle-Haute	8.211	6
7	Fléron	5.303	33
8	Grâce-Hollogne	15.442	62
9	Herstal	29.909	119
10	Horion-Hozémont	3.527	5
11	Liège, place de la République française	141.402	7
12	Liège, place du marché		4
13	Liège, la Batte		402
14	Neuville-en-Condroz	2.877	3
15	Oupeye	4.709	4
16	Stockay-Saint-Georges	6.059	30
17	Saint-Nicolas	10.181	80
18	Seraing (lundi)	40.985	55
19	Seraing (vendredi)		92
20	Visé	6.825	81
21	Vottem	8.045	14
22	Ivoz-Ramet	6.301	40

* Institut national de Statistique (I.N.S.), Recensement de la population, 1974.

** Au moment de notre enquête sur le terrain.

reste, seuls deux marchés centraux (Fléron et Chênée) et deux périphériques (Visé et Esneux) sont à signaler. L'interfluve de la Vesdre et de l'Ourthe est totalement dépourvu de marché.

B. — DÉTERMINATION DES PÔLES

Pour déterminer les pôles de l'agglomération liégeoise (Liège-ville exclue) chaque commune a été prise avec son poids, en l'occurrence le nombre d'échoppes par semaine soit : 1 219 échoppes, moins 402 (la Batte), moins 42 (7 échoppes × 6 jours : place République française), moins 24 (4 échoppes × 6 jours : place du Marché) = 468 échoppes, soit 38,4 % du total.

Pour l'agglomération, moins Liège-ville, il subsiste 751 échoppes. En prenant comme critère de base le nombre d'échoppes et d'autres critères

qui en découlent (le nombre de commerçants et la surface de vente) nous avons pu déterminer deux centres très importants : Seraing et Herstal qui représentaient entre 15 et 18 % des critères fixés. Les autres centres importants sont Chênée, Saint-Nicolas, Visé (plus de 10 %) et Grâce-Hollogne (plus de 8 %). Nous distinguons comme centres moyens Fléron, Stockay-Saint-Georges et Ivoz-Ramet (de 3 à 6 %). Les petits centres (de 1 à 3 %) sont Ans, Engis, Esneux et Vottem. Enfin les plus petits centres (de moins de 1 %) sont Boncelles, Flémalle-Haute, Oupeye et Neuville-en-Condroz (voir fig. 2).

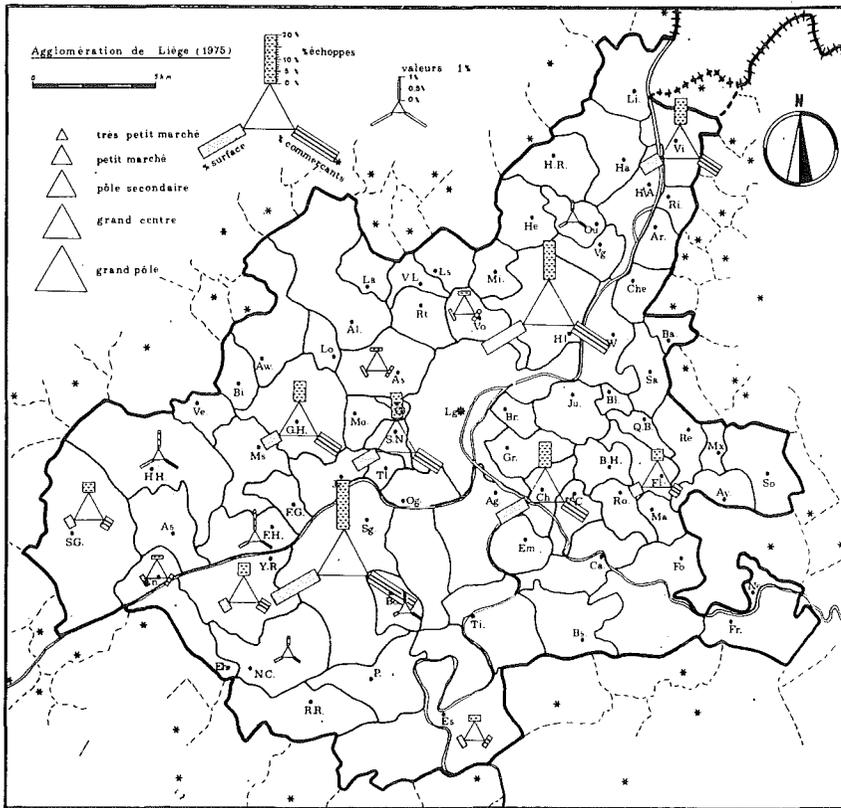


FIG. 2. — Les pôles de l'agglomération.

Si nous comparons les pôles des marchés forains avec les pôles de la métropole régionale [1] nous obtenons les résultats consignés dans le tableau II.

TABLEAU II.

	Caractéristiques des pôles	Importance des marchés
<i>5 pôles de soutien</i>		
Herstal	pôle urbain actuel	très grand marché
Seraing	pôle urbain actuel	très grand marché
Chênée	pôle urbain actuel	marché important
Ans	pôle urbain à améliorer	petit marché
Bonnelles	pôle urbain prévu	très petit marché
<i>5 pôles de cantons urbains</i>		
Visé	pôle de canton urbain	grand marché
Fléron	pôle de canton urbain	marché moyen
Esneux	pôle de canton urbain	petit marché
Flémalle-Haute	pôle de canton urbain	très petit marché (entouré par Engis, Stockay, Ivoz).
Rocourt	pôle de canton urbain	pas de marché

C. — CYCLE ET RÉSEAU

Tous les marchés se tiennent le matin, sauf Bonnelles et Ivoz-Ramet (l'après-midi) et les deux petits marchés de Liège-ville (non repris dans le tabl. III), qui durent toute la journée.

TABLEAU III. — Cycle des marchés.

Jours	L	M	M	J	V	S	D	Total
Matin	1	3	3	5	4	1	1	18
Après-midi	0	0	1	0	1	0	0	2
Total	1	3	4	5	5	1	1	20

Les jeudi et vendredi sont les jours où se tiennent le plus grand nombre de marchés (50 %). Les grands pôles se partagent l'agglomération : un marché important a lieu chaque jour de la semaine.

Si nous examinons la répartition des marchés suivant leur importance et leur cycle, nous voyons apparaître le réseau de base autour du centre-ville. La figure 3 nous montre le réseau principal entourant Liège qui, avec les grands pôles, se partage les jours de la semaine.

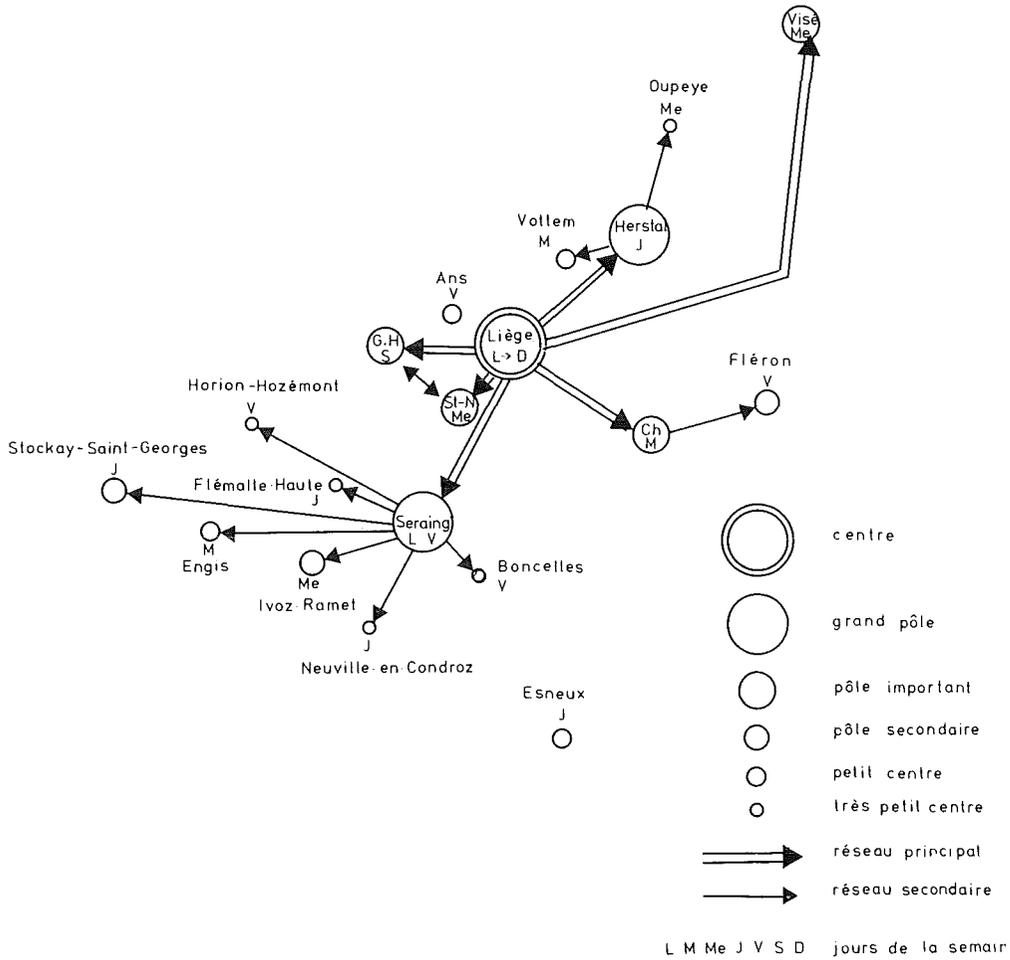


FIG. 3.

Le réseau se compose des marchés quotidiens du lundi au samedi à Liège-ville auxquels vient s'ajouter la Batte le dimanche. Nous trouvons ensuite, du lundi au samedi, les marchés de Seraing, Chênée, Visé et Saint-Nicolas, Herstal, Grâce-Hollogne.

II. — PRÉSENTATION DES MARCHÉS

Les données de base de notre étude ont été relevées sur le terrain en visitant chaque marché pour y établir une fiche par échoppe et pour placer chaque échoppe dans son environnement en utilisant le plan cadastral.

Les plans établis ont été complétés avec l'environnement commercial de chaque marché par un relevé des types de commerce selon J.A. Sporck [2]. Ont été notées également les possibilités de parking et de transports en commun. En outre nous avons reporté chaque marché sur une carte au 1 : 25 000 de manière à le situer dans sa commune par rapport aux voies de communication, aux habitations, à la proximité des centres commerciaux et des magasins à grande surface de plus de 400 m².

Tous les marchés des pôles principaux, Herstal, Seraing (lundi et vendredi), Saint-Nicolas, Chênée, Visé sont implantés dans des rues (sauf Chênée, sur une place). Ils sont gérés par des fermiers ayant obtenu une concession de la commune. Ils s'intègrent directement dans un centre commercial ou sont proches d'un tel centre. Cependant, l'environnement direct est rarement commercial : ceci s'explique par le fait que tout le trafic routier en serait bouleversé et qu'aucun d'eux ne possède de parking « privé ». Les communes qui accueillent un marché ont généralement une population importante; elles sont de plus appelées à jouer un rôle important dans la métropole liégeoise, soit comme pôle régional secondaire, soit comme pôle de canton urbain. Le marché de Grâce-Hollogne constitue un pôle de transition. Au point de vue du nombre de commerçants, tous les gros centres se maintiennent bien; Saint-Nicolas et Chênée paraissent en augmentation, Visé refuse des emplacements, Seraing et Herstal étant stationnaires surtout à cause des problèmes de parking.

Les pôles secondaires sont des marchés de place. Chacun d'eux possède encore des commerçants des quatre grandes classes que nous avons établies : alimentation, habillement et entretien de la personne, équipement de la maison et de la profession, décoration-loisirs-culture. Cependant, la classe « alimentation » n'est plus dominante. Ces marchés sont nettement moins intégrés dans la commune par rapport aux autres activités commerciales que dans le cas des grands pôles (sauf Fléron). De création plus récente, ils sont soit affermés soit privés. Remarquons enfin que deux d'entre eux font partie du réseau secondaire de Seraing (Ivoz-Ramet et Stockay-Saint-Georges), tandis que les deux autres font partie des pôles de cantons urbains (Esneux et Fléron).

Les petits centres, Ans, Vottem et Engis, sont tous affermés, situés sur des places de village et donc bien intégrés, bien que les commerces soient rarement importants. Ans pourrait faire partie du réseau formé par les deux grands pôles rivaux que sont Saint-Nicolas et Grâce-Hollogne, mais son importance est trop faible pour en faire un pôle secondaire des centres précités. Par contre, si l'on considérait Grâce-Hollogne non plus comme un pôle de transition pouvant rivaliser avec Saint-Nicolas mais bien comme un pôle secondaire de ce dernier marché, Ans deviendrait alors un pôle tertiaire de ce réseau. La situation et l'environnement du marché d'Ans sont assez semblables à ceux des grands pôles. Notons

que cette commune fait partie des pôles régionaux secondaires de la métropole liégeoise.

Dans ces marchés, la classe « alimentation » reste dominante; toutes les classes ne sont plus représentées et le nombre d'échoppes est assez faible. Ces trois marchés sont d'origine assez récente (sauf Engis) et ils apparaissent tous en régression.

Les très petits centres sont des marchés communaux (sauf Oupeye, qui est affermé). Parmi ceux-ci, Flémalle-Haute constitue un cas assez exceptionnel de par sa situation près d'un bon ensemble commercial et de par sa structure couvrant trois classes avec six commerçants.

Parmi les marchés de Liège-ville nous avons distingué trois marchés forains, exception faite des marchés spéciaux tels le marché aux volailles, aux bestiaux et le marché de gros de Droixhe : place du Marché et place de la République française (marchés quotidiens du lundi matin au samedi soir) et la Batte (le dimanche matin). Les deux marchés de Liège-centre sont caractérisés par leur fréquence, leur assortiment — seules trois catégories sont admises : fruits et légumes, produits de la pêche, fleurs et plantes à repiquer — le nombre peu élevé d'échoppes et leur environnement commercial très important (90 %).

La Batte est le marché le plus important de la région liégeoise avec ses 402 échoppes et une longueur totale de 1 250 mètres. Bien qu'il s'élargisse à certains endroits (parking de la Poste, parking de la Cité, quai de la Goffe), il n'en forme pas moins un très grand marché-rue présentant un très large assortiment dans les quatre classes avec 25 catégories dénombrées. L'addition des différentes échoppes donne 3 089,6 mètres d'étalage pour une surface de vente totale de 8 931 m², ce qui représente approximativement la surface d'un hypermarché.

Les vingt-deux marchés considérés se caractérisent chacun par leur fonctionnement, leur intégration, leur situation et leur environnement.

A. — FONCTIONNEMENT

On distingue quatre types de marchés suivant leur fonctionnement :
— le marché en concession : la plupart des grands centres sont dans ce cas. Le concessionnaire loue le matériel, perçoit la taxe communale et paie une redevance variable à la commune (souvent fonction du nombre d'échoppes);

— le marché en location : l'organisateur du marché loue le terrain à la commune (prix forfaitaire) et sous-loue aux commerçants (exemples : Stockay-Saint-Georges et la plupart des petits centres);

— le marché privé : le propriétaire gère son marché comme toute autre entreprise, il est libre de fixer les prix et le règlement (Esneux et Fléron);

TABLEAU IV. — Tableau récapitulatif.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Com- merces	Rési- dences	Bâtiments publics	Industries	Classe I	Classe II	Classe III	Classe IV	Commer- çants venant de — 12 km
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Seraing (lundi)	29,79	57,44	10,64	2,13	56,4	27,8	7,3	14,5	69,1
Seraing (vendredi)	29,79	57,44	10,64	2,13	56,5	23,9	10,9	8,7	71,7
Herstal	69,44	26,85	2,77	9,92	51,3	25,2	10,9	12,6	69,0
Saint-Nicolas	9,71	89,32	0,97	—	7,5	18,75	10,0	13,75	75,0
Chênée	34,28	65,72	—	—	56,8	24,7	8,6	9,9	76,5
Visé	6,94	91,67	1,39	—	37,0	38,3	9,9	14,8	14,8
Grâce-Hollogne	60,52	36,84	2,63	—	62,9	22,6	3,2	11,3	74,5
Ivoz-Ramet	69,23	7,695	7,695	15,38	45,0	22,5	10,0	22,5	62,5
Stockay-Saint-Georges	33,33	63,33	3,33	—	40,0	26,67	16,66	16,66	20,0
Fléron	33,33	66,66	—	—	60,6	18,2	3,0	18,2	70,0
Esneux	10,00	90,00	—	—	57,15	23,81	9,52	9,52	38,0
Vottem	38,88	44,44	16,6	—	71,5	28,5	—	—	71,0
Ans	34,78	65,92	—	—	90,0	10,0	—	—	20,0
Engis	29,16	70,84	—	—	66,66	25,0	—	8,33	25,0
Horion-Hozémont	9,09	81,81	9,09	—	100	—	—	—	40,0
Flémalle-Haute	66,66	27,77	5,55	—	50,00	33,33	—	16,66	83,33
Bonnelles	30,00	60,00	10,00	—	100	—	—	—	50,0
Neuville-en-Condroz	40,00	60,00	—	—	100	—	—	—	66,66
Oupeye	46,66	53,33	—	—	75,0	25,0	—	—	25,0
Place de la République française	90,00	10,00	—	—	71,4	—	—	28,6	100
Place du Marché	93,62	2,13	4,25	—	100	—	—	—	100
La Batte	75,42	18,65	5,93	—	28,4	24,4	19,1	19,1	56,47

Colonnes 1 à 4 = environnement commercial. — Colonnes 5 à 8 = structure du marché. Classe I = alimentation; classe II = habillement; classe III = équipement de la maison; classe IV = décoration, loisirs, culture. — Colonne 9 = pour cent des commerçants venant de moins de 12 kilomètres de distance.

— le marché communal ou « en régie directe » : organisé, réglementé, géré par la commune (Liège-ville et les très petits centres).

B. — INTÉGRATION

L'intégration par rapport aux autres activités commerciales (centres et grands magasins) est variable selon les marchés (voir tabl. IV). On constate toutefois que dans les grands pôles, les marchés sont proches des commerces sédentaires, des voies de communication et des transports en commun. Dans les pôles secondaires, un marché (Fléron) sur les trois jouit de cette proximité; les petits centres sont rarement intégrés, Ans constituant l'exception. Quant aux très petits centres, on ne relève pas de forte activité commerciale dans leurs environs sauf pour Flémalle-Haute et les marchés de Liège-ville.

C. — SITUATION

Quatre types de marchés sont à distinguer en ce qui concerne la situation :
 — dans des rues : souvent très proches des activités commerciales (Seraing, Saint-Nicolas);
 — sur de vraies places : souvent au centre du village (Stockay-Saint-Georges, Vottem);
 — sur des surfaces résultant d'élargissement de rues (Neuville-en-Condroz) ou de la présence d'un parking (Ivoz-Ramet);
 — sur des terrains privés : Esneux et Fléron.

D. — ENVIRONNEMENT DIRECT

L'environnement direct est souvent caractérisé par la présence de maisons de résidence. Cependant autour de certains marchés, plus de 75 % des immeubles sont occupés par des commerces à front de rue (Liège-ville), d'autres par plus de 50 % : Flémalle-Haute, Fléron, Herstal et Ivoz-Ramet. Les plus mauvaises conditions de parking (accès, surface disponible) sont offertes par les grands centres et les marchés de Liège-ville; par contre, les marchés moyens et très petits sont beaucoup mieux pourvus.

III. — STRUCTURE ET ESSAI D'UNE TYPOLOGIE DES MARCHÉS

A. — ASPECT QUANTITATIF

Le climat et les différents moments de l'année exercent une grande influence sur les marchés.

Suivant le nombre d'échoppes nous avons pu établir six groupes de marchés : de 13 à 9 échoppes, de 10 à 19, de 20 à 49, de 50 à 99, de 100 à

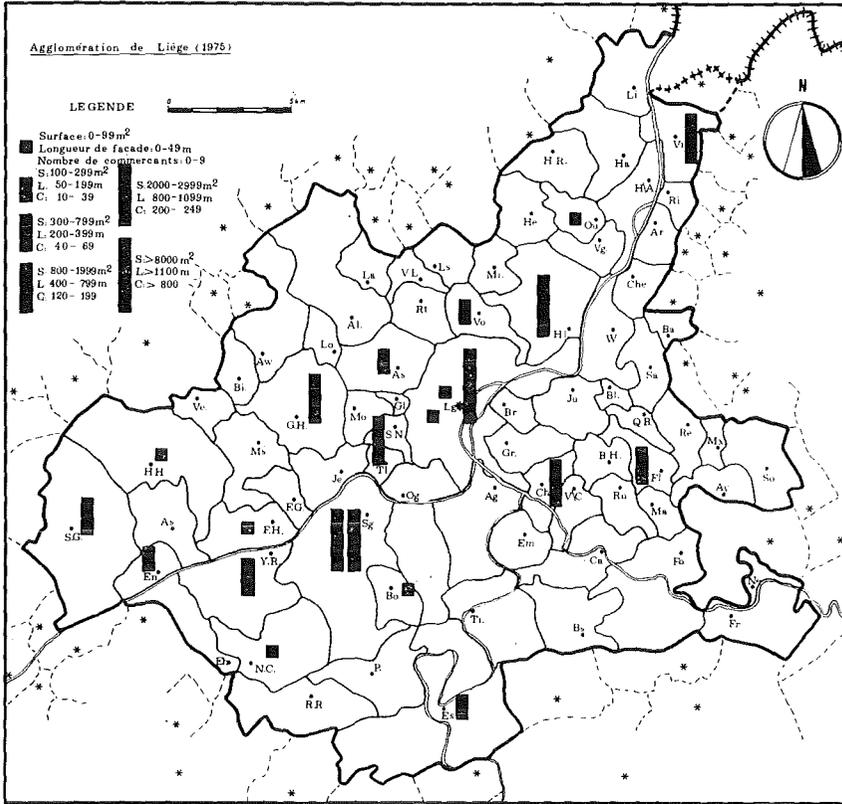


FIG. 4. — Aspect quantitatif.

250 et de plus de 400 échoppes. D'autres critères, tels que la surface des marchés, les longueurs des façades de vente, le nombre de personnes occupées ont permis de réaliser un premier classement exprimé par la figure 4.

B. — STRUCTURE COMMERCIALE

Nous inspirant de la classification de J.A. Sporck [2], nous avons tenté de regrouper les diverses sous-catégories, établies en fonction d'un échantillonnage caractéristique des différents biens offerts en vente à la clientèle dans chaque échoppe, dans des catégories qui seront intégrées dans plusieurs classes.

Quatre catégories de J.A. Sporck (nos classes) peuvent être adaptées aux commerces recensés sur les marchés; nous les avons numérotées comme

suit : I. Alimentation; II. Habillement et entretien de la personne; III. Equipement de la maison et de la profession; IV. Décoration, loisirs, culture.

Deux catégories n'apparaissent pas : la catégorie « Horeca » et la catégorie « services ». La catégorie « Horeca » est représentée sur les marchés par des commerçants en « restauration directe » (hot-dogs, frites, croustillons) que nous avons insérés dans la classe « alimentation », car cette catégorie n'était pas suffisamment importante pour former une classe à elle seule. Les représentants de la catégorie « services » ont été répartis dans les classes II, III et IV selon les nécessités de notre étude.

Examinons les différentes classes :

a) *I. Alimentation.* Trois sous-classes ont d'abord été définies ici : alimentation générale, alimentation spécialisée et restauration directe. La distinction alimentation générale/alimentation spécialisée était rendue nécessaire par l'importance des échoppes spécialisées à l'extrême (ne vendant parfois qu'une sorte de fruits).

b) *II. Habillement et entretien de la personne.* Cette classe est identique à celle de J.A. Sporck, à l'exception de deux adaptations : les bijoux de fantaisie rangés parmi les « accessoires » (le luxe étant absent du marché); l'addition d'une catégorie « entretien personnel » (tisanes médicales, crèmes, bandagistes).

c) *III. Equipement de la maison et de la profession.* Nous constatons une forte ressemblance entre les deux classements; nous avons seulement dû ajouter une catégorie « entretien » (droguerie, matériel de nettoyage, produits d'entretien).

d) *IV. Décoration, loisirs, culture.* Nous ne trouvons pas de luxe sur les marchés, cette classe sera donc sensiblement différente de celle de J.A. Sporck. Nous y trouvons les sous-classes suivantes : décoration et articles cadeaux, fleurs, jardins, livres et collections, musique et jeux, animaux.

Nous avons ainsi pu regrouper les échoppes en 25 catégories réparties dans les quatre grandes classes. Les 1 164 échoppes se répartissent alors comme indiqué dans le tableau V (suivant les classes) et dans le tableau IV (suivant les marchés).

TABLEAU V. — Répartition des échoppes par classe.

Classes	Total	%	sans la Batte	
			Total	%
I	534	45,88	420	55,12
II	281	24,15	183	24,01
III	141	12,11	64	8,40
IV	208	17,84	95	12,47

Remarquons que la classe « alimentation » représente près de 50 % du commerce sur les marchés. Dans cette classe la catégorie « fruits et légumes » représente 16,06 % du total.

La structure interne des marchés est différente suivant leur importance. En effet, il est bien évident qu'un marché ne compte pratiquement jamais les 25 catégories. Seule la Batte peut se targuer d'être un marché complet; déjà Herstal, le grand pôle, ne comporte plus que 22 rubriques.

En calculant les pourcentages de chaque classe sur les marchés, nous avons pu obtenir trois groupes de marchés (tabl. VI) relativement semblables quant à leur structure. Nous retrouvons ces groupes avec des valeurs différentes pour l'indice de spécialisation, établi suivant la formule :

$$\frac{p_{ij}/p_j}{p_i/p}$$

où : p = nombre total d'échoppes; p_i = nombre total d'échoppes de la catégorie i ; p_j = nombre d'échoppes du marché j ; p_{ij} = nombre d'échoppes de la catégorie i sur le marché j ; i = catégorie; j = marché.

TABLEAU VI. — Trois structures types de marchés.

	Groupe I	Groupe II	Groupe III
% d'échoppes	52,5	52,6 à 70	70
Caractères généraux	4 classes bien repr.	faiblesse des cl. III et IV	absence des cl. III et IV
Indice de spécialisation global	0,9 à 1,1	0,75 à 0,9	0,6

Groupe I (marchés n^{os} 6, 9, 13, 16, 20, 22; voir tabl. I). — C'est le groupe le plus mal classé; c'est également le groupe comprenant les plus gros marchés (Herstal, la Batte). Il semble, en effet, que plus le nombre d'échoppes augmente plus la part de l'alimentation diminue au profit des autres classes. Visé se présente comme isolé dans ce groupe. Les marchés moyens des villages non commerciaux (Stockay-Saint-Georges et Ivoz-Ramet) ont une structure comparable aux grands centres.

Groupe II. — Ce groupe apparaît comme le plus homogène. Nous y trouvons les gros marchés afferchés (Chênée, Saint-Nicolas, Seraing et Grâce-Hollogne) ou en déclin (Engis), mais également les marchés privés de Fléron et d'Esneux. Les quatre grandes classes sont présentes, mais l'alimentation domine nettement.

Groupe III. — Nous y trouvons les petits centres avec nette prédominance de la classe alimentation.

TABLEAU VII. — Cotation des échoppes.

I. Présentation					
	Médiocre-cote 1	Faible 2	Moyen (bon) 3	Très bon 4	Excellent 5
Critères	Pas de présentation, tout en désordre, mélangé et sale	Propre mais pas rangé, rudimentaire	Propre, rangé, bien présenté	Goût dans la présentation, soigné, étalage original	Très bien présenté, aéré, décoré, exceptionnel pour un marché
Exemples : fruits et légumes	Par terre, marchandises mélangées	Caisses non rangées, tout traîne, on peut toucher, caisses empilées	Caisses rangées sur la table, très propre, caisses appropriées à chaque marchandise	Caisses très bien rangées sur nappe, nappe également devant la table, fruits présentés dans papiers	Bien décoré, « spots » éclairant la marchandise
vêtements	Par terre, sales, mélangés	Empilés dans des caisses ou sur la table	Caisses très propres, bien rangées, beaucoup de choses suspendues mais serrées	Echantillon présenté, tringles, vêtements suspendus mais de de façon aérée	Bien présenté, tringles, tapis par terre, on se croirait dans un magasin
II. Assortiment					
	Une ou deux choses	Quelques produits	Une bonne largeur ou une bonne profondeur	Une bonne largeur et une bonne profondeur ou très forte spécialisation	Très bonnes largeur et profondeur
III. Qualité					
	Médiocre	Ordinaire	Bonne	Très bonne	Exceptionnelle pour un marché

C. — LE POINT DE VUE QUALITATIF

L'aspect qualitatif a été étudié sur la base des trois critères suivants : la présentation, la qualité et l'assortiment. Une cote sur 5 points a été attribuée en fonction de la présentation des produits et du cadre d'exposition; de la qualité et de l'aspect des produits vendus; de l'assortiment (selon le nombre et la variété des produits offerts au choix des consommateurs) (voir tabl. VII).

Au niveau des classes, l'alimentation obtient la meilleure cote pour les trois moyennes ainsi que le pourcentage le plus important de cotes 4 et 5. Les cotes les plus faibles quant à la présentation et l'assortiment ont été attribuées (voir fig. 5) à la classe « équipement », tandis que la classe « habillement » offre la plus faible qualité. Nous signalerons encore que les catégories « crèmerie » et « jardin » obtiennent les meilleures cotes pour les trois aspects.

Un troisième classement des marchés peut être obtenu en se basant sur les cotes moyennes de présentation, de qualité et d'assortiment, tout en signalant que les résultats sont basés sur une estimation personnelle pouvant subir l'influence d'innombrables facteurs. Les cotes attribuées sont donc sujettes à des variations. Nous avons essayé de quantifier cela en calculant pour chaque marché outre les moyennes, des écarts types relatifs à la présentation, la qualité et l'assortiment. Après l'établissement de graphiques nous obtenons 5 groupes de marchés (tableau VIII).

Il ne semble pas y avoir de relation entre la taille des marchés et leurs cotes. Le premier groupe est assez hétérogène; le second, qui comprend la majorité des marchés, reprend tous les gros centres plus d'autres marchés. Seul le groupe III rassemble les marchés de même importance : les petits centres. Les très petits marchés, sauf Oupeye, se partagent les meilleures cotes.

Quatre marchés sont non classables, car ils entrent dans des groupes différents selon l'aspect étudié (exemple : le marché de la place du Marché a une cote de qualité identique à celles du groupe IV, mais une cote d'assortiment très faible).

Remarquons encore que la Batte obtient une cote faible que nous n'avions pas prévue au départ : la moyenne est fortement influencée par les extrêmes et ce marché se caractérise par une variation importante de ses cotes de présentation; si elle offre les meilleures cotes de qualité et d'assortiment elle en possède aussi les plus mauvaises.

D. — AUTRES ASPECTS ÉTUDIÉS

Un second passage sur les marchés en hiver nous a permis d'établir la liste des commerçants absents pendant cette période. La première consta-

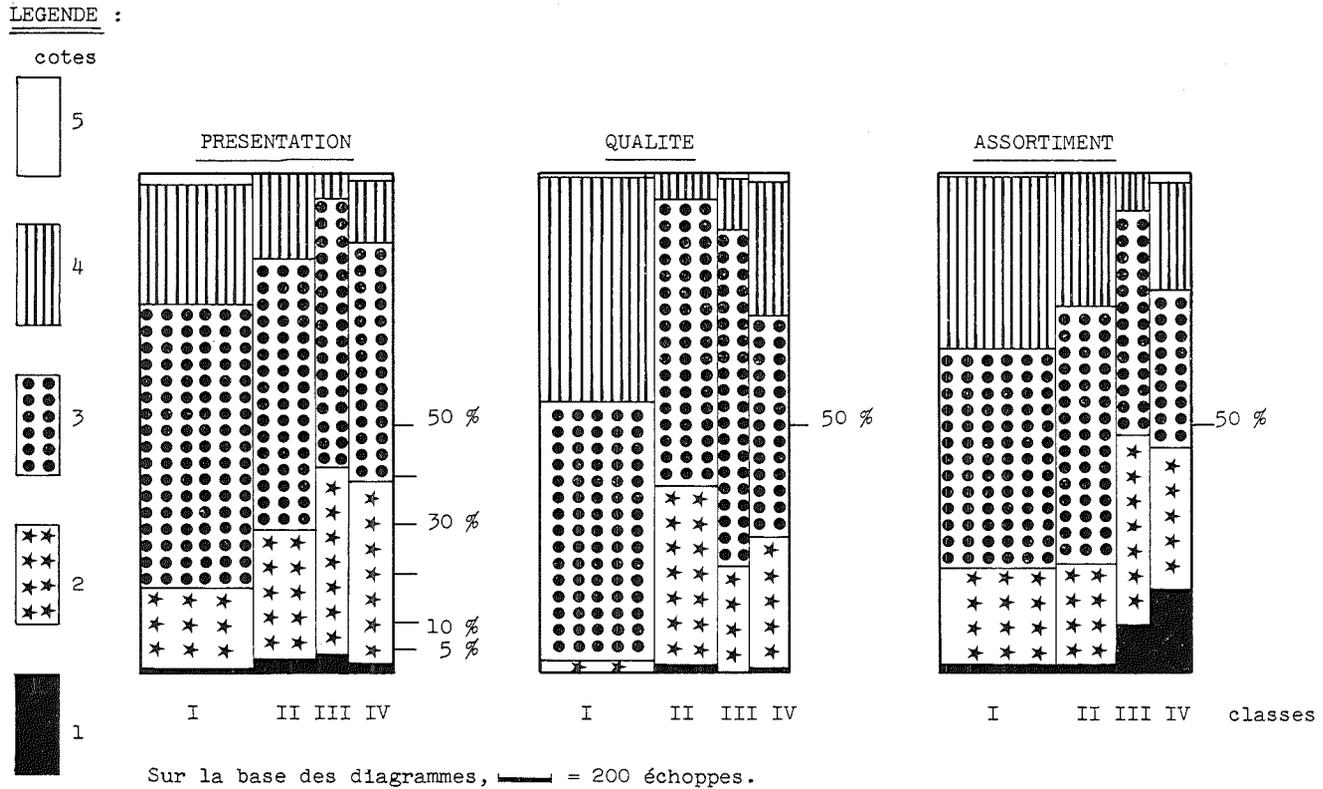


FIG. 5. — Répartition schématique des cotes entre les quatre grandes classes (Classes : voir § III. B. — Cotes : voir tableau VII).

TABLEAU VIII. — Troisième classement : aspect qualitatif.

	Groupe I	Groupe II	Groupe III	Groupe IV	Groupe V
<i>Caractéristiques</i>	Présentation, qualité, assortiment faibles < à 3 sauf qualité	Cotation moyenne, voisine de 3	Bonne moyenne, tout entre 3 et 3,5	Meilleure cote, entre 3,5 et 4	Exceptions (cotes varient selon l'aspect étudié)
<i>Marchés</i>	Esneux la Batte Ivoz-Ramet	Chênée Fléron Grâce-Hollogne Herstal Oupeye Stockay-Saint-Georges Saint-Nicolas Seraing (lundi) Seraing (vendredi) Visé	Ans Engis Vottem	Neuville-en-Condroz Horion-Hozémont	Bonnelles Pl. du Marché Pl. Rép. française Flémalle-Haute

tation à faire est que, en raison des règlements qui prévoient l'expulsion en cas d'absence non justifiée, les abonnés sont rarement absents sauf si le temps est trop mauvais. Les pourcentages que nous avons établis sont valables uniquement en les considérant dans l'absolu, car chaque jour de marché est un jour différent et les conditions météorologiques influencent très fortement les résultats. En tenant compte de ces restrictions nous obtenons les résultats du tableau IX.

TABLEAU IX. — Absences selon les classes.

Classe	I	II	III	IV
% absents	13,11	26,33	39,00	43,27

En période hivernale, c'est la classe « décoration, loisirs, culture » qui est la plus dépeuplée sur les marchés, cette saison étant moins propice aux horticulteurs, aux fleuristes, aux marchands occasionnels d'animaux. Le pourcentage atteint par la classe III est le résultat de l'absentéisme presque généralisé des démonstrateurs qui évitent de se déplacer lorsqu'ils se rendent compte que la vente leur sera peu favorable.

A partir de la classification des marchés selon l'aspect quantitatif, nous avons tenté une corrélation entre les pourcentages d'absences et la taille des marchés. Dans les très petits marchés les absences sont très importantes ou nulle (Liège-ville). Le pourcentage d'absence dans les petits centres est faible tandis qu'il atteint un tiers dans les pôles secondaires. Dans les grands pôles le pourcentage d'absence est de l'ordre de 20 à 30 %; par contre à Herstal et à la Batte il n'est que de 15 %. Plus le nombre d'échoppes augmente moins le pourcentage d'absence est élevé, sauf dans les petits marchés qui constituent l'exception à cette gradation. Au total nous trouvons 22,63 % d'absences qui dépendent fortement de la nature ou du style de commerce. Par contre, la distance à parcourir par les commerçants n'influence pas considérablement ces absences.

La répartition des commerces de détail autour des marchés a été établie suivant les six grandes classes de J.A. Sporck. Les magasins à grande surface qui se trouvent dans l'environnement direct de ces marchés ont été relevés séparément. Pour un total de 1 164 échoppes, nous avons recensé 372 commerces et 6 magasins à grande surface. Les deux catégories dominantes de l'environnement direct des marchés sont les deux classes absentes sur ceux-ci : l' « Horeca » (29,6 % du total) et les « services » (16,4 %).

La répartition des commerces autour des marchés est fort différente d'un marché à l'autre. Cependant nous pouvons signaler que les marchés qui possèdent un environnement commercial majoritaire en « alimentation » sont les petits centres et les pôles secondaires (sauf Fléron : pôle de canton urbain). La catégorie « Horeca » domine sur 50 % de l'environnement commercial des marchés, l'habillement à Saint-Nicolas et place du Marché, les loisirs à Chênée et les services à Visé.

CONCLUSIONS : TYPOLOGIE DES MARCHÉS

Dans la seconde partie de notre étude, nous avons établi et analysé la structure des différents marchés, structure qui nous a permis d'établir trois classements principaux (quantitatif, structurel et qualitatif). Il nous apparaît difficile d'établir un classement général. Cependant, certaines

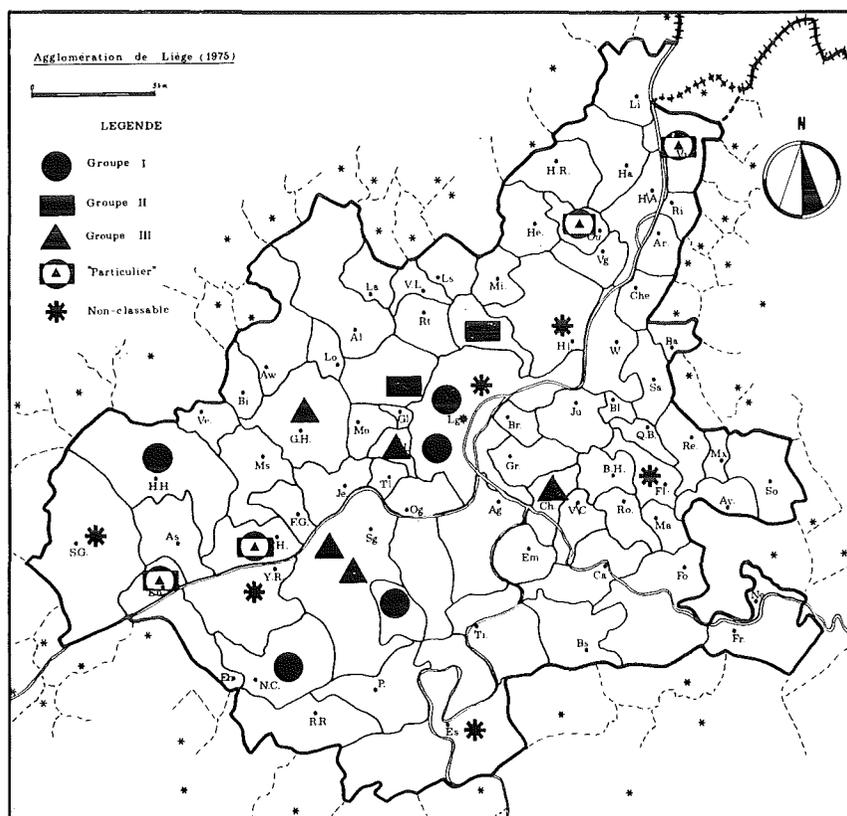


FIG. 6. — Typologie des marchés.

similitudes apparaissent, certains marchés se retrouvant toujours ensemble pour les trois classements (voir figure 6). Boncelles, Horion-Hozémont, place du Marché, place de la République française et Neuville-en-Condroz, soit les très petits marchés, se retrouvent ensemble pour les trois classements. Au niveau des petits centres, Ans et Vottem sont semblables, tandis qu'Engis se différencie d'eux du point de vue structurel. Un troisième groupe caractéristique paraît être formé par les grands centres appartenant au même concessionnaire (Chênée, Grâce-Hollogne, Saint-Nicolas et Seraing). Herstal doit être classé à part, vu ses aspects quantitatif et structurel. Similaires quantitativement, les pôles secondaires ne se retrouvent jamais ensemble dans les autres aspects : Fléron et Stockay-Saint-Georges diffèrent du point de vue qualitatif; Stockay-Saint-Georges du point de vue structurel. Visé et la Batte ne peuvent entrer dans aucun groupe (voir tabl. X).

TABLEAU X. — Typologie.

Aspect	Groupe I Caractères	Groupe II Caractères	Groupe III Caractères
Quantitatif	Nombre d'échoppes : faible : 10	Nombre d'échoppes : 10 à 20	Nombre d'échoppes : 50 à 100
Qualitatif	Bonne cote générale ou 2 ou 3 bonnes	Niveau moyen	Cote faible généralement
Structurel	Faible indice de spécialisation global	Moyenne (2 groupes représentés)	Très bonne

Les marchés moyens de 21 à 50 échoppes sont difficilement classables et tous les grands centres forment chacun un type unique.

Les trois groupes que nous avons pu constituer ne représentent que 12 marchés sur les 22; si parmi ces 22 nous retirons les quatre marchés moyens et les deux gros difficilement classables comme nous l'avons dit précédemment, il ne reste que 4 marchés (Flémalle-Haute, Oupeye, Engis et Visé) pouvant être considérés comme exceptionnels.

BIBLIOGRAPHIE

- [1] SPORCK J.A. — *L'organisation de l'espace dans la métropole liégeoise*, dans *Revue de la Société d'Etudes et d'Expansion*, 71^e année, n^o 251, numéro spécial *Profil de Liège*, août 1972, pp. 355-383.
- [2] SPORCK J.A. — *Etude de la localisation du commerce de détail (Aspects méthodologiques)*, dans *Bull. de la Société belge d'Etudes géogr.*, t. XXXIII, 1964, pp. 53-76.
- [3] ALSTEEN M. — *Les marchés forains de la région de Charleroi. Localisation, caractères et zones d'influence. Etude de géographie urbaine*. Mémoire de licence en Sciences géogr., Université de Liège, 1963.