

UN OUTIL DE GESTION PROPOSÉ PAR LA VILLE DE SPA : RELEVÉS DE TERRAIN ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

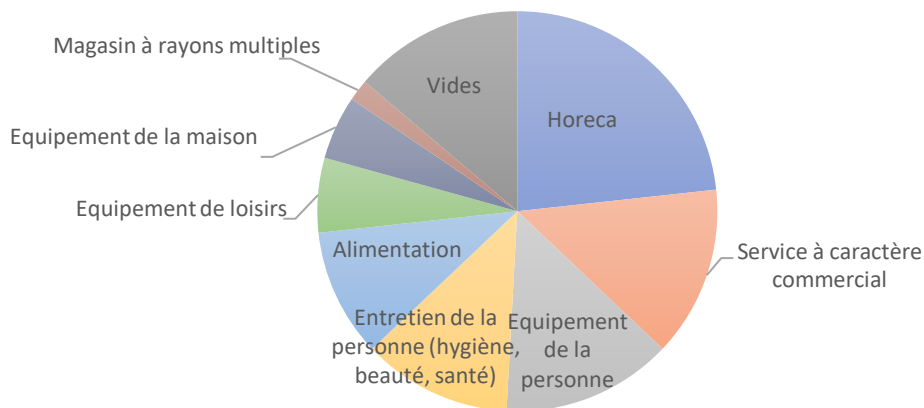
Pourquoi s'installer à Spa ?

1.1. Caractéristiques de la ville de Spa

- La ville de Spa se caractérise par ses atouts naturels : l'eau et l'environnement, ainsi que par son image historique de ville de loisirs haut de gamme, qui lui valent d'attirer des visiteurs liés aussi bien au tourisme vert, qu'au tourisme de luxe. Bien-être et qualité sont des attributs de l'identité de Spa. Pour ces raisons, Green & Gold marquent l'identité du commerce spadois.
- Spa se caractérise d'un point de vue socio-économique par :
 - une densité de population relativement élevée (caractère urbain marqué en son centre) ;
 - des ménages de relativement petite taille et une population plutôt âgée (solde migratoire positif des plus de 60 ans et solde migratoire négatif pour les 30-45 ans du fait du chômage prononcé à Spa) ;
 - des revenus légèrement inférieurs à la moyenne régionale, avec cependant une partie de la population spadoise et avoisinante qui présente un pouvoir d'achat particulièrement élevé.
- La ville est traversée par deux routes intercommunales principales : la N62 qui conduit à l'E25 vers l'ouest et la N629 qui mène à l'E42 par le nord. La ville est également desservie par le train (axe Liège-Verviers-Aachen) via deux gares et par le bus avec 5 lignes régionales à vocation essentiellement scolaire et 1 ligne urbaine (avec seulement 4 bus par jour). Enfin, les cheminements pour cyclistes étant peu commodes, le mode de transport doux est actuellement peu développé à Spa.
- L'importance du tourisme à Spa en fait l'un des pôles les plus touristiques de la région. Spa est la 4^e ville wallonne la plus visitée en matière d'arrivées (après Liège (grande ville), Charleroi (grande ville et ville aéroportuaire) et Durbuy (ville de vacances)). En 2017, près de 120.000 personnes ont visité Spa. La ville est surtout visitée par les Belges (70%) et les touristes étrangers sont originaires des pays avoisinants : en majorité des Pays-Bas, puis d'Allemagne, de France et de Grande-Bretagne. Spa est une destination particulièrement prisée au printemps (avril et mai : plusieurs événements impliquant des automobiles et trophée de pétanque, et juin et juillet : nombreux événements culturels notamment musicaux) et particulièrement en fin de saison estivale, en août (festival de théâtre et courses automobiles). La durée moyenne de séjour des touristes est de ~2 jours ; Spa, compte tenu aussi de sa petite superficie (39,8 km²), est donc une destination de « week-end » ou d'événement.

1.2. Caractéristiques de l'appareil commercial Spadois

- Le centre traditionnel de Spa possède environ 16 000 m² de surface de vente nette (80 % de la surface totale du pôle). La taille moyenne d'un point de vente au centre est ainsi de 70,9 m² (SEGEFA, 2008).
- Dans l'hypercentre (de l'ouest à l'est : du Musée de la ville d'eaux à la rue Entre-les-Ponts ; et du nord au sud : de l'Hôtel de ville au chemin de fer), début octobre 2018, on recense 226 commerces en activité et 43 cellules vides, soit 16% des cellules commerciales totales du cœur de ville.
- Les secteurs d'activité les plus représentés sont révélateurs d'un shopping de plaisir (plutôt que de nécessité). Il s'agit de :
 - l'HoReCa et en particulier la restauration (24%) servant la vocation touristique du pôle,
 - l'équipement de la personne avec notamment les vêtements – principalement féminins- (11%) et
 - l'entretien de la personne (salons de coiffure/barbiers, instituts de beauté, ...11%) - caractéristique d'un pôle de rayonnement supra-local à régional-,Les chaînes sont peu présentes à Spa (15 % des points de vente en activité relevés) : elles concernent surtout les banques, l'immobilier, les télécommunications et les pharmacies.

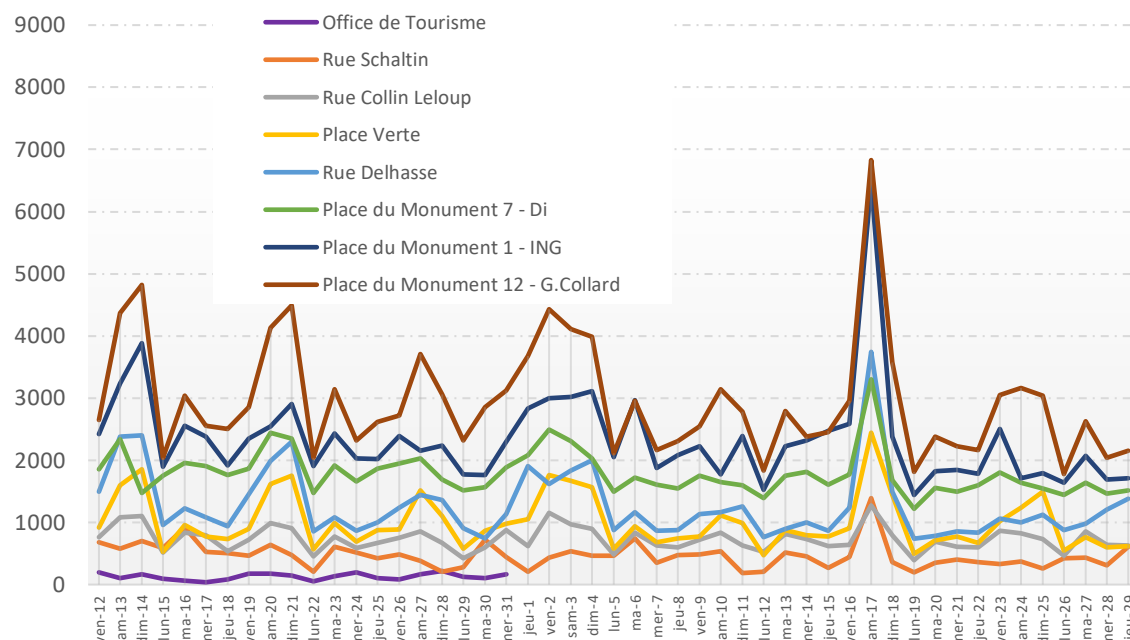


- Le stationnement à Spa est caractérisé par sa gratuité. L'offre du centre-ville est d'~1000 places au total dont ~35 % en zone bleue (gérée par une société privée) et ~65 % gratuites, à durée illimitée. Le centre de Spa présente une moyenne de 6 places/100 m² et chaque cellule commerciale dispose en moyenne de 4 places de parking. Spa possède donc une bonne disponibilité de stationnement. Cependant les usagers ont pour habitude de demander à se stationner devant leur magasin, ce qui tend à créer une perception négative du stationnement pour les commerçants.

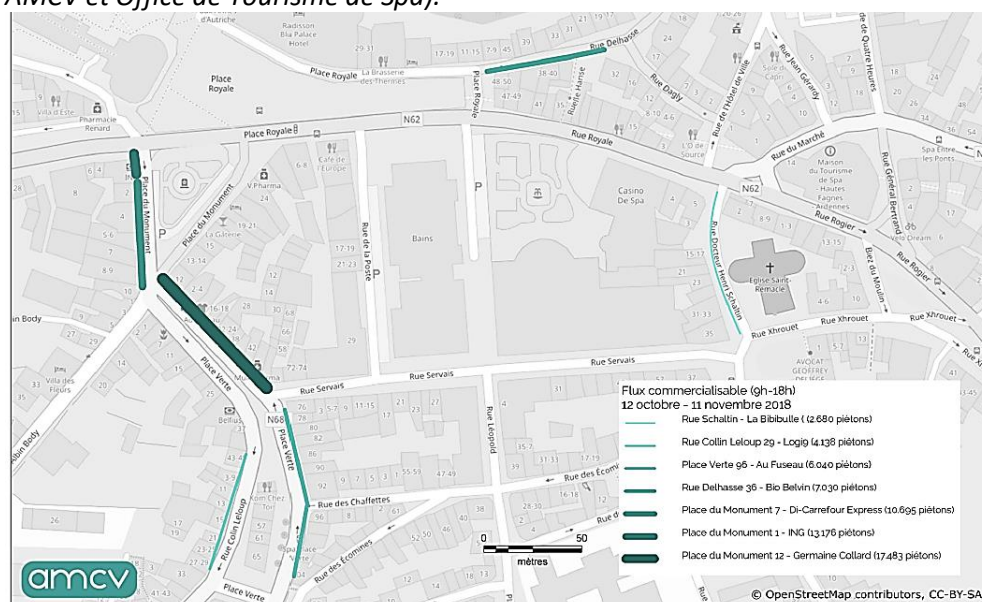
- Fréquentation

Près de 120.000 personnes sont venues visiter Spa en 2017.

En oct-nov 2018, la commune a fait installer des compteurs de flux piétons dans les rues commerçantes du centre-ville afin d'évaluer la fréquentation de celle-ci¹.



Nombre de passants par jour dans les rues commerçantes du centre-ville de Spa² (d'après AMCV et Office de Tourisme de Spa).



Popularité des rues commerçantes du centre-ville de Spa (AMCV).

¹ Analyses effectuées par l'Association du Management du Centre-Ville (AMCV).

² Les résultats de la rue Schaltin sont à nuancer compte tenu de l'emplacement du compteur de flux piéton : en effet, il semblerait qu'en dépit des tentatives d'amener le flux piéton devant le compteur (en posant un stop trottoir derrière le poteau où était installé le compteur), les promeneurs avaient tendance à faire au plus court et à passer derrière les voitures du petit parking devant la librairie Bibibulle et donc derrière le compteur.

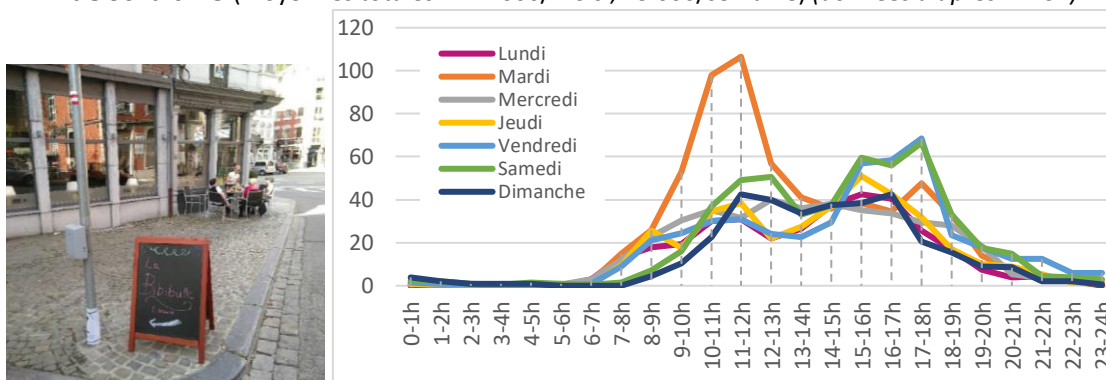
Ainsi, on observe que la place du Monument et la rue Delhasse sont les plus fréquentées du centre-ville.

Par ailleurs, le profil de fréquentation par heure et par jour montre deux tendances :

- l'influence du marché du mardi (même à l'automne !, en particulier pour la rue Schaltin);
- l'influence de la brocante le matin et dans une moindre mesure du tourisme l'après-midi, qui apparaît notamment au travers du flux du dimanche très proche de celui du samedi.

Des **événements** tels que celui de la Foire aux Noix ne sont pas à négliger, en particulier pour les commerçants du centre-ville qui devraient tirer profit de ce type de manifestation pour attirer les promeneurs dans leur commerce (via une communication liée à l'événement). Il en est de même pour la **brocante du dimanche** qui a un impact non-négligeable, en particulier pour le piétonnier (rue Delhasse) et la place du Monument pour lesquels on observe un pic de fréquentation vers midi (sans doute pour l'Horeca).

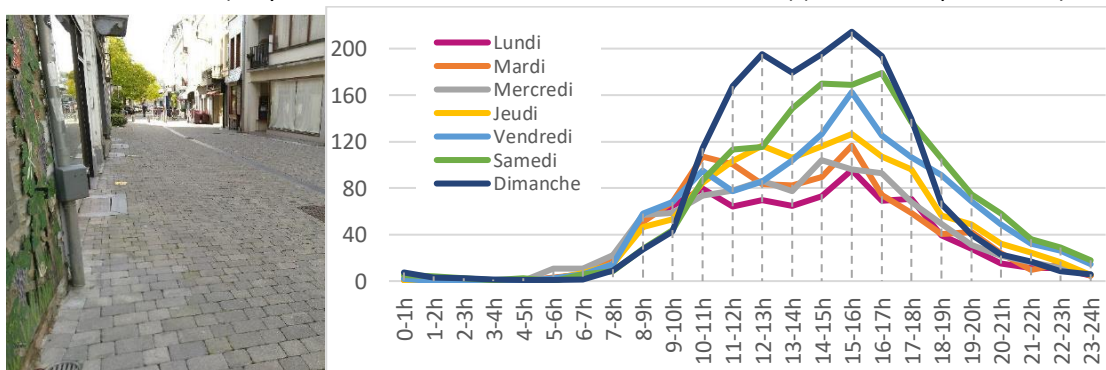
➤ **Rue Schaltin 5** (moyennes totales : ~14.000/mois ; ~3.000/semaine) (données d'après AMCV)



⇒ Influence (impact positif) du marché le mardi matin entre 9h et 13h

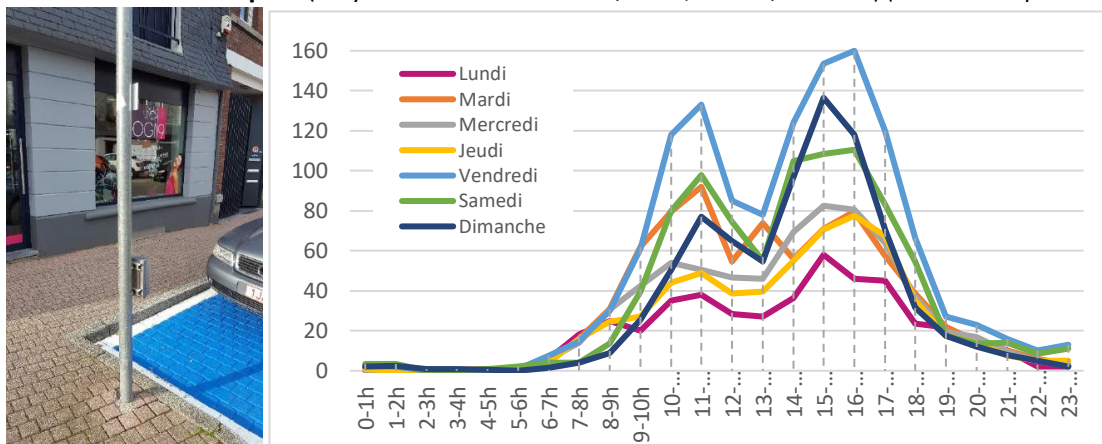
⇒ Plus de passage les vendredis et samedi en fin d'après midi (entre 15h et 19h)

➤ **Rue Delhasse** (moyennes totales : ~38.500/mois ; ~8.500/semaine) (données d'après AMCV)



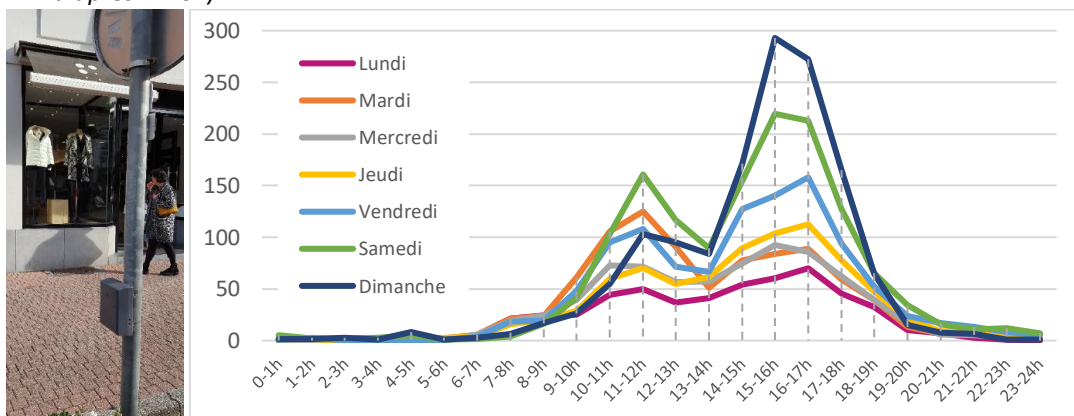
⇒ Influence importante de la brocante le dimanche et du tourisme les samedi et dimanche

➤ **Rue Collin Leloup 29** (moyennes totales : ~22.200/mois ; ~5.000/semaine) (données d'après AMCV)



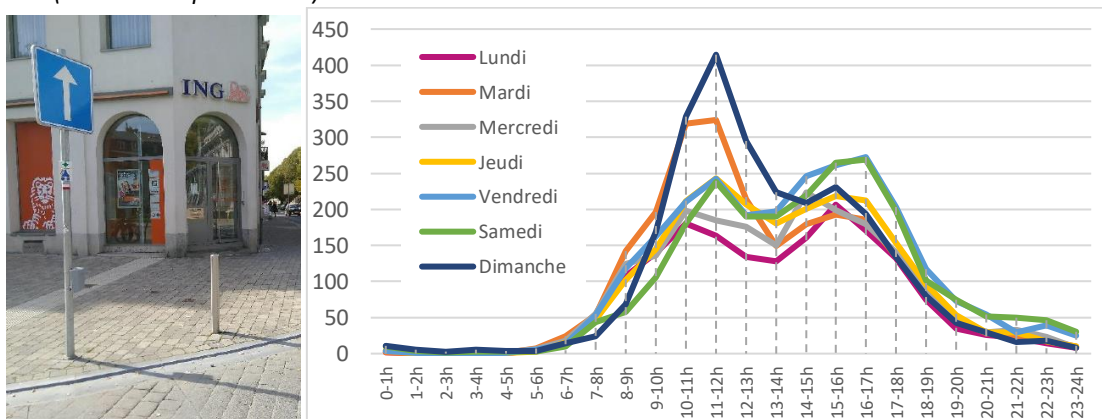
⇒ Le vendredi est un jour important de passage dans cette rue.

➤ **Place Verte 96** (devant le Fuseau) (moyennes totales : ~30.500/mois ; ~6.800/semaine) (données d'après AMCV)



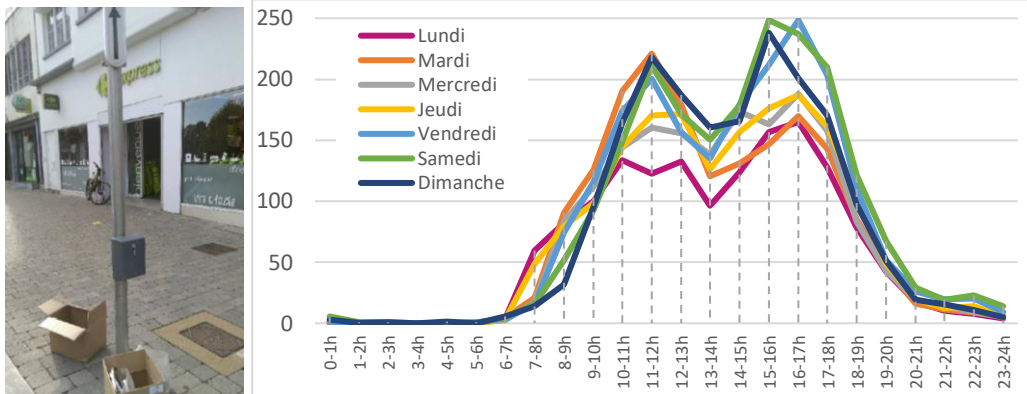
⇒ Influence du tourisme le samedi et surtout le dimanche après-midis

➤ **Place du Monument 1** (près de l'ING) (moyennes totales : ~70.800/mois ; ~15.700/semaine) (données d'après AMCV)

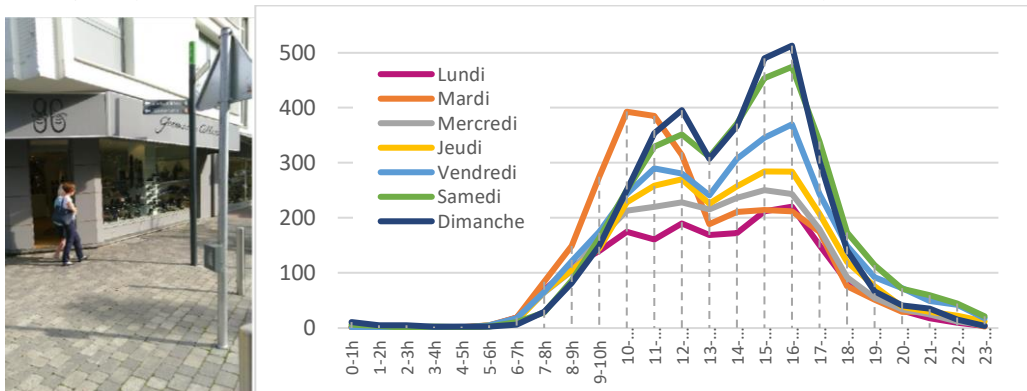


⇒ Influence du marché le mardi et de la brocante le dimanche matin

- **Place du Monument 7** (en face d'Esprit) (moyennes totales : ~52.100/mois ; ~12.400/semaine) (données d'après AMCV)



- **Place du Monument 12** (devant Germaine Collard, entre la place du Monument et la place Verte) (moyennes totales : ~89.500/mois ; ~20.200/semaine) (données d'après AMCV)



- ⇒ Influences du marché hebdomadaire le mardi matin, de la brocante le dimanche en fin de matinée et du tourisme les samedi et dimanche après-midis

- Perception du centre-ville par les commerçants spadois

- Ambiance & convivialité :

Suite à une enquête menée en novembre 2018 (~1/4 des commerçants ont répondu), il apparaît que les commerçants spadois apprécient particulièrement la décoration des rues, les espaces verts, le sentiment de sécurité et le patrimoine architectural. En revanche, ils regrettent l'état de voirie et des revêtements, la propreté des trottoirs et des espaces publics.

Selon les commerçants, les lieux les moins agréables de Spa sont les entrées de la ville (en particulier boulevard des Anglais/rue du Marché), et la place de l'Hôtel de Ville. Les 3 lieux qu'ils préfèrent sont la place du Monument, le Parc des Sept Heures et la Place Verte.

- Mobilité :

Ce que les commerçants apprécient et qu'il est donc bon de préserver ou de valoriser : la présence de zones piétonnes, la durée de stationnement autorisée, la gratuité du stationnement - cette dernière étant particulièrement bien perçue par les commerçants -.

En revanche, les commerçants regrettent l'absence d'aménagements pour les cyclistes.

- Offre commerciale :

Les commerçants apprécient les horaires d'ouverture (sans doute cela fait-il référence en particulier à l'ouverture le dimanche), la qualité des commerces et la présence de commerces de nouvelle génération (bio, circuits courts, *do it yourself...*).

Ce qui pose problème aux commerçants (sans que ce ne soit pour autant catastrophique) : l'état général du commerce, la présence de grandes enseignes à Spa et la présence des commerces sur le web (sites, plateformes avec plusieurs commerces, réseaux sociaux...) – sans doute est-ce l'absence d'une plateforme ou d'une vitrine numérique pour l'ensemble des commerces spadois qui pose problème ici, plutôt qu'un problème individuel -. Cependant cette dernière problématique est en cours d'étude : l'association des commerçants spadois va réaliser un site web courant 2019.

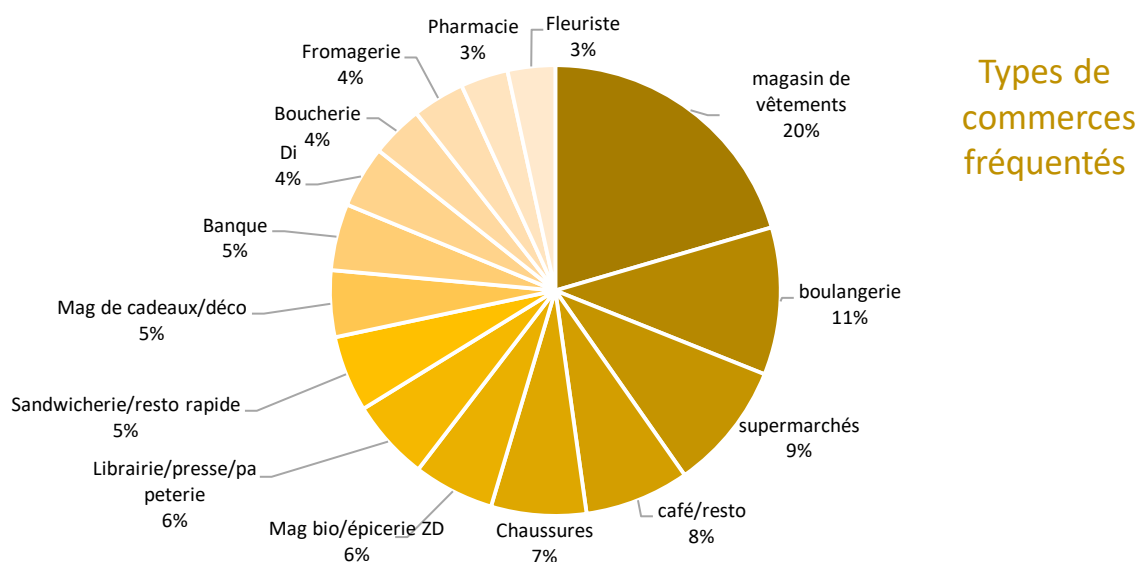
D'après les commerçants, les commerces jugés manquants sont, en majorité, des commerces de produits frais (boulangerie, boucherie, poissonnerie, fromagerie, maraicher, épicerie fine) ; une mercerie, droguerie-quincaillerie ou cordonnerie, un magasin de sports et de la petite restauration/commerces de bouche (sandwicherie, salon de thé, bar à thème, à vin, à fromage).

- Le centre-ville souhaité par les commerçants :

Une politique intégrée et plus de synergie dans le centre entre tourisme, HoReCa, petits commerces, grandes enseignes, logements et bureaux qui sont complémentaires. Plus d'enseignes dans le centre en complémentarité des « petits » commerces de manière à pouvoir faire du shopping plus longtemps dans le centre.

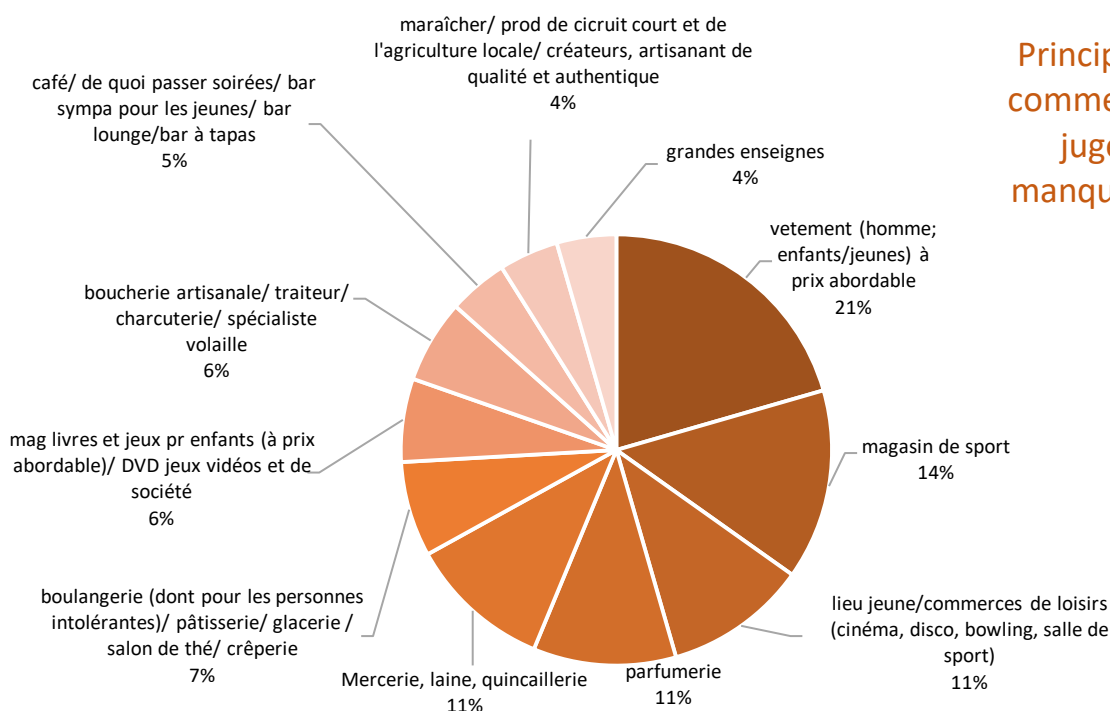
- Perception du centre-ville par les chalandes

D'après les chalandes locales (de Spa et environs) interrogées lors d'une enquête en mars 2019, les commerces les plus fréquentés sont les **magasins de vêtements**, puis viennent les boulangeries, supermarchés et les cafés-restaurants



Selon le consommateur local, il manque principalement des **magasins de vêtements à prix abordables**, notamment à destination des hommes et des enfants. Manquent ensuite un magasin de sport, des commerces ou lieux de loisirs notamment pour les jeunes, une parfumerie et une

mercerie/quincaillerie.



- Transport

Les clients sont particulièrement satisfaits de la gratuité du stationnement, de l'accès automobile, de la signalisation des parkings, du confort du cheminement piéton. Leurs avis sont plus mitigés pour ce qui concerne le nombre de places de stationnement et la localisation des stationnements par rapport aux commerces.

- ambiance du centre-ville

Les clients apprécient majoritairement l'environnement de Spa, son paysage, les espaces verts, ainsi que la population locale, la propreté et le patrimoine.

- commerces spadois

Les clients ont indiqué être satisfaits de l'accueil dans les commerces, de la qualité des commerces, des heures d'ouverture, des services offerts, les prix pratiqués et la diversité de l'offre commerciale : ils sont globalement ravis du commerce spadois.