Publié le 11 juillet 2012

Coeur de ville : Brive regaillardit son commerce

Grâce au programme de renouvellement urbain lancé en 2003 par la ville de Brive-la-Gaillarde et confié à la Sem Territoires 19, la redynamisation du commerce a été accompagnée par l'opération urbaine Fisac avec des aides permettant de conforter et moderniser l'activité commerciale.

L'opération de renouvellement urbain « Brive cœur de ville » a été lancée dans le centre de Brive-la-Gaillarde (Corrèze) en 2003. 2008 c'est l'année qui marque aussi après les périodes d'enquêtes et d'études le début effectif des travaux. En mars dernier, l'entreprise a changé de dénomination pour devenir Territoires 19. « Ce changement de nom vise à mieux marquer notre ancrage départemental » expliquait alors Jean-Jacques Thomas, P-dg de la nouvelle Sem dans laquelle le Conseil général venait de faire son entrée.

A Brive (50 000 habitants intra-muros), le programme de redynamisation du centre-ville couvre un périmètre de 280 hectares au sein duquel on retrouve un joyau du patrimoine, la collégiale Saint-Martin dont les abords font l'objet depuis 2011 d'une importante opération de réaménagement.

Une rénovation urbaine dynamisant le commerce local

« Le programme est décliné selon 4 axes », explique le directeur Emilio Campos. L'habitat avec la reconquête de logements vacants et la mise aux normes des logements occupés avec la mise en place d'outils tels que l'Opah-RU, l'opération de valorisation des façades et de devantures commerciales ; la restructuration d'îlots avec une recomposition, la redistribution du foncier, la reconquête de friches ; le cadre de vie avec la valorisation et l'aménagement d'espaces publics ; le développement économique avec la redynamisation

commerciale du centre-ville.

Les investissements nécessaires à la réalisation de l'ensemble des opérations sont estimés à 20 M€ sur la période 2003-2016. Le directeur note par exemple que 641 logements ont été remis sur le marché à ce jour, deux fois plus le seront d'ici 2016. Côté commerces, avec 63 devantures rénovées avec le concours du Fisac, le bilan semble plus modeste, mais il n'en est rien. A ces rénovations s'ajoute la livraison d'immeubles rénovés ou d'ilots réhabilités intégrant des surfaces commerciales nouvelles. On voit se développer les restaurants, ce qui est toujours un signe d'attractivité pour un territoire. Et puis, les enseignes commerciales nationales commencent à investir le cœur de ville. Dernière en date, celle de prêt-à-porter H&M ouvrira ses portes cet automne. « Habituellement cette marque recherche plutôt les grands centres urbains et pas des villes moyennes » souligne le directeur pour qui l'impact sur le commerce de la rénovation du cœur de ville est déjà sensible.