

Publié le 29 juin 2012

Limoges : Dix ans de reconquête du cœur de ville

En 2002 Limoges a lancé avec la Seli l'opération « Cœur de Limoges », une vaste opération de renouvellement urbain du centre ancien dont un des axes prioritaires est le développement du commerce. Des résultats déjà tangibles.



C'est la Seli ([Société d'équipement du Limousin](#)), qui depuis plus de dix ans conduit l'opération de renouvellement urbain du centre ancien de la capitale limousine dit « Cœur de Limoges ». « Notre intervention concerne trois volets » explique Guilhem Ubeda, le directeur de programme du renouvellement urbain, titre préféré à celui de « manager du centre ville » trop connoté « commerce » alors que « la palette des actions que nous menons s'étend au-delà du volet commercial ».

L'action de la Sem s'adosse à différents outils dont une opération d'amélioration de l'habitat et de renouvellement urbain, un périmètre de restauration immobilière inscrit en zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager ainsi qu'une campagne d'aide à la réhabilitation et à la protection du patrimoine. Le suivi de ces procédures est assuré en concertation avec l'Architecte des bâtiments de France, les services de la Ville de Limoges et, le Conseil de l'architecture, de l'urbanisme et de l'environnement. Enfin, l'accompagnement du développement du commerce local est essentiellement réalisé à travers des animations et des événementiels d'accès gratuit, comme la mise en place d'une patinoire dans le centre ville durant l'hiver. La publication d'une lettre d'information trimestrielle adressée aux 2 000 commerces du périmètre (dont 800 en centre ville) qui permet d'informer les commerçants et vise à les fédérer davantage encore.

Près de 44 M€ déjà engagés

La convention d'aménagement lancée en 2002 a été renouvelée en 2007 pour courir jusqu'en 2014. Elle couvre un périmètre de 160 hectares débordant du cœur ancien vers les premiers faubourgs de Limoges. Mais pour aller plus loin et permettre aux commerçants de s'installer avec une bonne connaissance du marché, Cœur de Limoges réalise aussi des études urbaines et économiques sur le centre ville afin de renforcer la cohérence et l'attractivité du centre. Il travaille avec un interlocuteur privilégié, l'association de commerçants « Limoges commerces » qui regroupe grandes et petites enseignes nationales (FNAC, Galeries Lafayette, Monoprix, Centre commercial Saint-Martial...) et les commerçants indépendants.

Après 10 années de fonctionnement, la Sem dresse un premier bilan, plus de 1 200 façades rénovées au rythme d'un peu plus de cent par an. A fin 2011 cette opération pilotée par la Sem a contribué à injecter dans l'économie locale 43,74 M€ dont 7,97 M€ provenant de subventions de la Ville de Limoges et 4,93 M€ de l'Agence nationale de l'habitat. Pour Guilhem Ubeda les effets de ces actions sont tangibles : « nous voyons arriver de nouveaux habitants, nous assistons au redéploiement du commerce local. Dans les années 90 le commerce de centre-ville entamait son déclin, aujourd'hui les grandes enseignes ne manquent pas. Environ 30 % des boutiques du centre ville sont constituées d'enseignes franchisées ou appartenant à des réseaux nationaux. Le nombre de rues classées en « rues numéro 1 du commerce » est en hausse, ainsi que celui des rues classées 1 bis ». Un signe qui ne trompe pas.

Par Marie-Anne RAMAZZINA