



BILAN DE LA CONCERTATION

Concertation sur le projet de réaménagement
de la place de la République

-
Février 2017



I. Introduction

- 1) La genèse et les caractéristiques du projet
- 2) Le cadre de la concertation
- 3) Les objectifs de la concertation

II. La concertation : modalités et déroulement

- 1) Les thématiques concertées
- 2) Le public concerné par la concertation
- 3) Les modalités de la concertation
 - a. L'annonce de la concertation
 - b. Pour s'informer
 - c. Pour s'exprimer

III. Synthèse des expressions

- 1) Les chiffres de la concertation :
 - a. Bilan des retombées presse
 - b. Bilan fréquentation aux ateliers
 - c. Bilan fréquentation à la maison du projet
- 2) Les observations exprimées
 - a. L'image de la place
 - b. Les observations liées à la mobilité
 - c. Les observations liées à la programmation commerciale
 - d. Les observations liées à l'animation et à l'événementiel
 - e. Les observations diverses

IV. Les enseignements de la concertation

- 1) Bilan général
- 2) La suite du projet

V. Annexes

I. Introduction

1. La genèse et les caractéristiques du projet

La Ville de Limoges poursuit ses efforts en faveur de l'amélioration du cadre de vie de ses habitants. Le réaménagement de la place de la République s'inscrit dans cette volonté de donner un nouveau souffle au centre-ville, dont cette dernière constitue le centre névralgique.

Le projet de réaménagement vise ainsi à redonner toute son attractivité à cette place emblématique du cœur de ville et à la transformer en un lieu convivial et ouvert, où se côtoient cafés, boutiques, spectacles, Le projet permettra également de faire de la nouvelle place de la République une véritable vitrine touristique de Limoges, où le patrimoine historique et une nouvelle offre de commerces coexisteront.

Les études sur le projet de réaménagement de la place de la République ont permis de définir plusieurs objectifs, en faveur d'un renforcement de l'attractivité du centre-ville :

- valoriser le site par la **polyvalence des usages**, pour en faire l'élément majeur du centre-ville ;
- **requalifier l'espace public par un aménagement de qualité**, en réorganisant la circulation, le stationnement et les liaisons piétonnes ;
- **renforcer l'attractivité touristique** par la valorisation des vestiges archéologiques et la construction d'un Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine (CIAP) ;
- **renforcer la dynamique économique du centre-ville** par la construction de nouvelles surfaces commerciales.



Plan masse du projet

2. Le cadre de la concertation

Conformément à la délibération du Conseil Municipal du 28 juin 2016 et selon les dispositions de l'article L 300-2 du Code de l'urbanisme, le projet d'aménagement de la place de la République a été soumis à une concertation préalable.

Elle s'est déroulée du 1^{er} décembre 2016 au 1^{er} février 2017.

3. Les objectifs de la concertation

La ville de Limoges a toujours veillé à impliquer ses habitants dans la définition du projet de réaménagement de la place de la République et à les tenir informés de ses avancées : en septembre et octobre 2015, une balade urbaine (réunissant 30 personnes sélectionnées parmi 200 volontaires) et une réunion publique de présentation menée par monsieur le Maire (regroupant 400 participants) ont été l'occasion d'échanger et d'émettre des propositions sur le projet.

C'est dans ce même esprit que la concertation réglementaire a été menée, en visant les objectifs suivants :

- informer les riverains, commerçants, et, plus généralement, l'ensemble des habitants de la ville et de l'agglomération susceptibles d'être intéressés par ce projet ;
- présenter le cabinet d'urbanisme retenu et les principes d'aménagement proposés ;
- échanger et recueillir les observations de toutes les personnes concernées par le projet ;
- permettre un échange constructif.

Durant toute la période de concertation, la Ville de Limoges a pu mesurer l'intérêt des Limougeauds pour le projet, recueillir leurs avis et leurs observations qui constitueront autant d'éléments d'aide à la décision pour mener à terme ce projet de réaménagement.

II. La concertation : modalités et déroulement

1. Les thématiques concertées

Conformément à la délibération du 28 septembre 2016 du Conseil Municipal, la concertation préalable portait sur le projet de réaménagement de la Place de la République.

Outre le projet global, il a été défini en amont de l'ouverture de la concertation, que plusieurs sujets pourraient faire l'objet d'une concertation plus approfondie :

- sur le volet mobilité :
 - o la piétonisation autour de la place ;
 - o les parkings accessibles sur la place ;
 - o la desserte de la place en transports en commun ;
 - o le service des déposes vélos et leurs emplacements ;
- sur le volet programmation commerciale : les nouveaux commerces sur la place ;

- sur le volet événementiel : les futures animations de la place.

Les observations exprimées dans le cadre de la concertation permettront de nourrir et de finaliser le projet.

2. Le public concerné par la concertation

La concertation s'adressait à toute personne intéressée par le projet de réaménagement de la place de la République, et plus particulièrement :

- aux riverains de la place et des rues qui y sont connectées ;
- aux Limougeauds, et plus largement, aux habitants de l'agglomération.

3. Le dispositif de concertation

Diverses actions ont été menées en amont et pendant toute la concertation, pour assurer la bonne diffusion de l'information et favoriser l'expression de tous.

Pour annoncer et présenter la concertation

- Organisation d'une **conférence de presse** le 30 septembre 2016 pour présenter le projet de réaménagement et réalisation d'un **dossier de presse** dans lequel a été annoncé la réunion publique du 14 octobre 2016.
- Organisation d'une **réunion publique d'annonce** de la concertation et de présentation du projet le 14 octobre 2016, en présence de monsieur le Maire et devant 700 Limougeauds. Cette réunion a été précédée par le **boîitage d'une invitation** (100 exemplaires), d'une invitation presse et d'un communiqué de presse ;
- Publication dans le **magazine municipal « Vivre à Limoges », d'insertions presse** présentant le projet, annonçant les dates de la concertation et invitant à se rendre sur le site du projet pour en savoir plus (85 000 exemplaires distribués dans toutes boîtes sur la commune de Limoges), 4 numéros du magazine : VAL 109 octobre 2016, VAL 110 novembre 2016, VAL 111 décembre 2016 et VAL 112 janvier 2017 ;
- Publication d'une **actualité sur le site de la Ville de Limoges** et d'un **formulaire d'inscription** (56 inscriptions), pour inviter les personnes intéressées à s'inscrire aux ateliers de travail organisés dans le cadre de la concertation. La mise en ligne de ce formulaire d'inscription a été relayée par la publication d'un communiqué de presse et de deux insertions publicitaires : dans L'Echo (½ page dans l'édition du 2 novembre 2016) et dans Le Populaire (½ page dans les éditions du 2 et 14 novembre 2016 et une gigabanner mise en ligne pendant une semaine sur le site internet) ;
- Réalisation de **3 reportages sur la chaîne de télévision publique locale 7ALimoges** :
 - o reportage "La réunion publique du 14 octobre", le 15 octobre 2016,
 - o reportage "Les ateliers de concertation", le 16 décembre 2016,
 - o reportage "La maison du projet", le 13 janvier 2017.

Avec un total de **32 retombées presse**, le projet a bien été relayé par la presse :

- Presse Quotidienne Régionale : **23 retombées** (Le Populaire, L'Echo)
- Presse gratuite : **1 retombée** (Info Magazine)

- Presse pro ou spécialisée : 2 retombées (Pays du Limousin, Traits urbains)
- TV régionale : **2 retombées** (France 3 Limousin)
- Radio régionale : **4 retombées** (France Bleu, Flash FM, RCF, Alouette)

Et sur les **réseaux sociaux** :

- Facebook : **10 publications**, 214 817 personnes atteintes, 5457 réactions (taux d'engagement 2,54%)
- Twitter : **52 tweets**, 43 128 personnes atteintes, 1431 réactions (taux d'engagement 3,32%).
- Instagram : **2 publications**, 202 réactions
- Snapchat : **4 snaps**, 2900 vues



Réunion publique du 14 octobre 2016



Insertion presse dans le n° de décembre 2016 de Vivre à Limoges

Pour s'informer sur le projet et la concertation :

- Un espace dédié au projet a été installé au sein de l'antenne mairie de la place de la République. Cette « **Maison du projet** », sera pérennisée durant toute la durée du projet et du chantier et constitue ainsi le lieu référence pour s'informer sur le projet. L'existence de la Maison du projet est signifiée par une vitrophanie voyante et rappelée dans les divers outils d'information. Durant la phase de concertation, la Maison du projet regroupait divers moyens d'information et d'expression (Journal du projet, dossier de concertation, exposition, registre d'expression).



Vitrophanie de la Maison du projet.

- Un **dossier de concertation** présentant de façon exhaustive le projet, tant ses grands enjeux que ses partis pris, était mis à disposition au sein de la Maison du projet et sur le site dédié. Pédagogique, il présentait également des plans, un calendrier et les grands principes d'aménagement.
- Une **exposition** composée de 7 panneaux, a été installée au sein de la Maison du projet. Elle reprenait de façon synthétique les principaux éléments du dossier de concertation.
- Le premier numéro de la Lettre d'information du projet « **Lettre R** », a été diffusé début décembre : 5000 exemplaires ont été distribués aux commerçants du centre-ville et mis à disposition à l'Hôtel de Ville, aux antennes mairie et autres structures municipales (82 présentoirs). Ce premier numéro a également été mis à disposition sur le site du projet ainsi que dans la Maison du projet et lors des ateliers de travail.
- Un **site internet dédié** au projet de réaménagement a été mis en ligne à l'occasion du lancement de la concertation : <http://placerepublique.limoges.fr>. Ce site regroupe l'ensemble de l'information disponible sur le projet, des visuels, une vidéo de présentation,... ainsi qu'un formulaire pour contribuer à la concertation.

LA LETTRE R
LE BILAN DE LA PLACE DE LA RÉPUBLIQUE

10 DÉCEMBRE 2016 #1

QUOI DE NEUF À RÉPUBLIQUE ?

Imaginez un endroit unique où l'on pourrait danser à un concert, faire son shopping, travailler en terrasse, fêter en famille... Quelle forme prendrait-il selon vous ?

Le réaménagement de la place de la République est en cours. Plus large, plus verte, plus accueillante, elle sera un véritable lieu de vie pour les Limousains. La ville souhaite vous associer à ce projet par un concert de concertation publique. Cette dernière sera le 10 décembre 2016, de 14h à 18h.

10 DÉCEMBRE 2016
14H À 18H
VOTRE FUTURE PLACE DE LA RÉPUBLIQUE
CE LA PLACE PARTICIPEZ À LA CONCERTATION !

LA LETTRE R #1 DÉCEMBRE 2016

LA CONCERTATION EN PRATIQUE

POURQUOI UNE CONCERTATION ?

La concertation publique est un moment privilégié qui permet d'associer les habitants concernés par le projet à la prise de décision, elle s'adresse à une large audience et partage avec collectivement le savoir, l'expertise et enrichit l'expression des habitants. Prévue par l'Article L103-2 du Code de l'urbanisme, la concertation publique garantit l'engagement de certaines opérations d'aménagement.

Place à la 2^e phase de concertation ?

La 1^{re} phase de concertation est terminée du 10 décembre 2016 à 18h. Le 10 décembre 2017, l'urbanisme complet est prévu pour permettre à chacun de se faire un avis sur le projet.

Un lieu et des outils pour échanger et s'exprimer

La mission du projet s'articule dans le cadre de la mise en place de la République sera votre espace dédié pour débattre du projet. Le dossier de concertation, le registre d'engagement et une exposition vidéo y sont présentés.

Des rencontres pour échanger

Tous ateliers thématiques seront organisés afin de recueillir vos avis, suggestions et observations.

Un site internet pour participer à la concertation depuis chez vous

Vous pouvez participer à la concertation depuis chez vous et contribuer à l'élaboration de la future place de la République.

www.placerepublique.limoges.fr

Un bilan pour préparer les prochaines étapes

Issue de la concertation, l'élaboration de nouvelles propositions de réaménagement vous permettra de choisir un lieu de construction et de conclure ensemble la démarche. L'engagement de la concertation sera pris en compte dans la poursuite de l'élaboration du projet.

2016
10 décembre 2016
14h à 18h
Phase 1 : Concertation publique

2017
Urbanisme complet
10 décembre 2017
14h à 18h
Phase 2 : Concertation publique

2018
Urbanisme complet
10 décembre 2018
14h à 18h
Phase 3 : Concertation publique

2019
Urbanisme complet
10 décembre 2019
14h à 18h
Phase 4 : Concertation publique

2020
Urbanisme complet
10 décembre 2020
14h à 18h
Phase 5 : Concertation publique

LA LETTRE R #1 DÉCEMBRE 2016

RÉINVENTONS LA PLACE DE LA RÉPUBLIQUE

Sur les bords de la place, du public, mais en collaboration et de façon équilibrée et flexible, apportent une touche forte et supplémentaire.

10 DÉCEMBRE 2016
14H À 18H
VOTRE FUTURE PLACE DE LA RÉPUBLIQUE
CE LA PLACE PARTICIPEZ À LA CONCERTATION !

UN PROJET INSPIRÉ PAR LES LIMOUGAUDS

En 2015, vous avez été nombreux à participer à la concertation publique. Vous avez exprimé vos idées, vos suggestions et vos observations. Ces contributions ont été prises en compte dans l'élaboration de la future place de la République. La future place de la République sera votre espace dédié pour débattre du projet. Le dossier de concertation, le registre d'engagement et une exposition vidéo y sont présentés.

ÉTAPES

1. DÉFINITION DU PROJET

Le projet de réaménagement de la place de la République a été défini en 2015. Il s'agit d'un projet de réaménagement de la place de la République. Le projet de réaménagement de la place de la République est en cours. Plus large, plus verte, plus accueillante, elle sera un véritable lieu de vie pour les Limousains. La ville souhaite vous associer à ce projet par un concert de concertation publique. Cette dernière sera le 10 décembre 2016, de 14h à 18h.

2. CONCERTATION PUBLIQUE

La concertation publique est un moment privilégié qui permet d'associer les habitants concernés par le projet à la prise de décision, elle s'adresse à une large audience et partage avec collectivement le savoir, l'expertise et enrichit l'expression des habitants. Prévue par l'Article L103-2 du Code de l'urbanisme, la concertation publique garantit l'engagement de certaines opérations d'aménagement.

3. ÉLABORATION DU PROJET

Issue de la concertation, l'élaboration de nouvelles propositions de réaménagement vous permettra de choisir un lieu de construction et de conclure ensemble la démarche. L'engagement de la concertation sera pris en compte dans la poursuite de l'élaboration du projet.

4. RÉALISATION DU PROJET

La réalisation du projet de réaménagement de la place de la République est en cours. Plus large, plus verte, plus accueillante, elle sera un véritable lieu de vie pour les Limousains. La ville souhaite vous associer à ce projet par un concert de concertation publique. Cette dernière sera le 10 décembre 2016, de 14h à 18h.

5. ÉVALUATION DU PROJET

L'évaluation du projet de réaménagement de la place de la République est en cours. Plus large, plus verte, plus accueillante, elle sera un véritable lieu de vie pour les Limousains. La ville souhaite vous associer à ce projet par un concert de concertation publique. Cette dernière sera le 10 décembre 2016, de 14h à 18h.

LE CENTRE D'INTERPRÉTATION DE L'ARCHITECTURE ET DU PATRIMOINE (CIAP)

Le CIAP est un lieu de médiation culturelle et de découverte du patrimoine architectural de la ville de Limoges. Il propose des ateliers, des conférences, des expositions et des visites guidées. Le CIAP est ouvert tous les jours de 10h à 18h.

LA LETTRE R

La Lettre R est un magazine qui présente le bilan de la concertation publique. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #1

La Lettre R #1 est le premier numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #2

La Lettre R #2 est le deuxième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #3

La Lettre R #3 est le troisième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #4

La Lettre R #4 est le quatrième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #5

La Lettre R #5 est le cinquième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #6

La Lettre R #6 est le sixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #7

La Lettre R #7 est le septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #8

La Lettre R #8 est le huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #9

La Lettre R #9 est le neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #10

La Lettre R #10 est le dixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #11

La Lettre R #11 est l'onzième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #12

La Lettre R #12 est le douzième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #13

La Lettre R #13 est le treizième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #14

La Lettre R #14 est le quatorzième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #15

La Lettre R #15 est le quinzième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #16

La Lettre R #16 est le seizième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #17

La Lettre R #17 est le dix-septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #18

La Lettre R #18 est le dix-huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #19

La Lettre R #19 est le dix-neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #20

La Lettre R #20 est le vingtième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #21

La Lettre R #21 est le vingt-et-unième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #22

La Lettre R #22 est le vingt-deuxième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #23

La Lettre R #23 est le vingt-troisième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #24

La Lettre R #24 est le vingt-quatrième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #25

La Lettre R #25 est le vingt-cinquième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #26

La Lettre R #26 est le vingt-sixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #27

La Lettre R #27 est le vingt-septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #28

La Lettre R #28 est le vingt-huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #29

La Lettre R #29 est le vingt-neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #30

La Lettre R #30 est le trentième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #31

La Lettre R #31 est le trente-et-unième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #32

La Lettre R #32 est le trente-deuxième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #33

La Lettre R #33 est le trente-troisième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #34

La Lettre R #34 est le trente-quatrième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #35

La Lettre R #35 est le trente-cinquième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #36

La Lettre R #36 est le trente-sixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #37

La Lettre R #37 est le trente-septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #38

La Lettre R #38 est le trente-huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #39

La Lettre R #39 est le trente-neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #40

La Lettre R #40 est le quarantième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #41

La Lettre R #41 est le quarante-et-unième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #42

La Lettre R #42 est le quarante-deuxième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #43

La Lettre R #43 est le quarante-troisième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #44

La Lettre R #44 est le quarante-quatrième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #45

La Lettre R #45 est le quarante-cinquième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #46

La Lettre R #46 est le quarante-sixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #47

La Lettre R #47 est le quarante-septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #48

La Lettre R #48 est le quarante-huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #49

La Lettre R #49 est le quarante-neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #50

La Lettre R #50 est le cinquantième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #51

La Lettre R #51 est le cinquante-et-unième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #52

La Lettre R #52 est le cinquante-deuxième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #53

La Lettre R #53 est le cinquante-troisième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #54

La Lettre R #54 est le cinquante-quatrième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #55

La Lettre R #55 est le cinquante-cinquième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #56

La Lettre R #56 est le cinquante-sixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #57

La Lettre R #57 est le cinquante-septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #58

La Lettre R #58 est le cinquante-huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #59

La Lettre R #59 est le cinquante-neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #60

La Lettre R #60 est le sixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #61

La Lettre R #61 est le septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #62

La Lettre R #62 est le huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #63

La Lettre R #63 est le neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #64

La Lettre R #64 est le dixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #65

La Lettre R #65 est l'onzième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #66

La Lettre R #66 est le douzième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #67

La Lettre R #67 est le treizième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #68

La Lettre R #68 est le quatorzième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #69

La Lettre R #69 est le quinzeième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #70

La Lettre R #70 est le seizième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #71

La Lettre R #71 est le dix-septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #72

La Lettre R #72 est le dix-huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #73

La Lettre R #73 est le dix-neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #74

La Lettre R #74 est le vingtième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #75

La Lettre R #75 est le vingt-et-unième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #76

La Lettre R #76 est le vingt-deuxième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #77

La Lettre R #77 est le vingt-troisième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #78

La Lettre R #78 est le vingt-quatrième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #79

La Lettre R #79 est le vingt-cinquième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #80

La Lettre R #80 est le vingt-sixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #81

La Lettre R #81 est le vingt-septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #82

La Lettre R #82 est le vingt-huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #83

La Lettre R #83 est le vingt-neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #84

La Lettre R #84 est le trenteième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #85

La Lettre R #85 est le trente-et-unième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #86

La Lettre R #86 est le trente-deuxième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #87

La Lettre R #87 est le trente-troisième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #88

La Lettre R #88 est le trente-quatrième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #89

La Lettre R #89 est le trente-cinquième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #90

La Lettre R #90 est le trente-sixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #91

La Lettre R #91 est le trente-septième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #92

La Lettre R #92 est le trente-huitième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #93

La Lettre R #93 est le trente-neuvième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #94

La Lettre R #94 est le quarantième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #95

La Lettre R #95 est le quarante-et-unième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #96

La Lettre R #96 est le quarante-deuxième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #97

La Lettre R #97 est le quarante-troisième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #98

La Lettre R #98 est le quarante-quatrième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #99

La Lettre R #99 est le quarante-cinquième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

LA LETTRE R #100

La Lettre R #100 est le quarante-sixième numéro du magazine. Elle est disponible en kiosque et en ligne. Elle est gratuite.

La Lettre R n°1.

LA LETTRE R #1 DÉCEMBRE 2016

LA PLACE DE LA RÉPUBLIQUE

REVEIL L'HISTOIRE REAMÉNER LA PLACE CRÉER LA HALLE RÉPUBLIQUE

LES CLÉS DU PROJET EN DIRECT LA CONCERTATION

RÉENCHANTER LE CENTRE-VILLE

Découvrez une opération d'aménagement ambitieuse qui offre de nouvelles perspectives de vie et de modernité.

EN SAVOIR +

UNE immersion dans votre future place
DECOUVRIR LA VISITE 3D

de concertus PRODUCTIONS
ACCÉDER À LA MÉDIATHÈQUE

Notre dernière lettre d'information en ligne
TÉLÉCHARGER LA LETTRE R

Recherche news // // // // //

Horaires Régions Plan du site Espace presse Contact

Page d'accueil du site <http://placerepublique.limoges.fr>



Pour participer et s'exprimer

- **3 ateliers de travail** (participation sur inscription) ont été organisés le 1^{er}, 8 et 15 décembre 2016, sur les thèmes suivants :
 - o « Voitures piétons, vélos : comment mieux circuler autour de la nouvelle place de la République ? » (une trentaine de participants) ;
 - o « S'habiller ? Manger ? Se divertir ? Quels nouveaux commerces sur la nouvelle place de la République ? » (une vingtaine de participants) ;
 - o « Evénements et festivités : comment animer la nouvelle place de la République ? » (Une dizaine de participants).
- Un **registre d'expression** mis à disposition au sein de la Maison du projet permettait de consigner questions et observations durant toute la durée de la concertation. Le site proposait également **un formulaire de contribution**.
- **Une réunion de bilan** organisée le 6 février 2017 en présence de monsieur le Maire et devant 200 Limougeauds.

III. Synthèse des expressions

1. Les chiffres de la concertation :

Bilan des contributions écrites : registre de la concertation et formulaire de contribution sur le site internet du projet :

- Registre de la concertation : **13 contributions** renseignées
- Formulaire sur le site internet : **3 contributions** enregistrées

Bilan de la fréquentation aux ateliers

Au total, une soixantaine de personnes a participé aux ateliers de concertation. Ces personnes, de profil très différent, ont toutes largement contribué lors de ces temps de rencontre.

Bilan de la fréquentation à la Maison du Projet

Avec **440 visiteurs au total**, la maison du projet a bénéficié d'une bonne fréquentation tout au long de la concertation. La durée de chaque visite a été de **15 minutes en moyenne**.

Zoom sur la Maison du Projet

Bénéficiant d'un emplacement stratégique, visible depuis la place de la République, la Maison du Projet a accueilli de nombreux visiteurs curieux, montrant un fort intérêt pour les futurs aménagements.

Les visiteurs étaient en majorité des riverains ou des habitants de Limoges, mais aussi des habitants de l'agglomération qui se déplacent sur Limoges pour faire des courses et qui souhaitent se tenir au courant des aménagements en cours. Peu de personnes étaient arrivées par hasard (1-2/15 par jour). En majorité des seniors, quelques jeunes également.

Accueillis par une personne au minimum assurant la permanence, les visiteurs ont pu échanger, donner leurs avis et leurs observations ce qui a nourri de nombreuses discussions orales, expliquant les moindres contributions écrites sur le registre de concertation.

Bilan du trafic sur le site internet du projet

- **506 visiteurs** uniques du 02/12/2016 au 01/02/2017 et **1 525 pages vues**.
- **Taux de rebond : 35,78 %** ceci traduit un véritable intérêt des internautes sur le contenu du site, ils y passent en moyenne plus de **3 min**.
- **50 %** des visiteurs viennent de Limoges, **17 %** d'Île-de-France, le reste correspond à des IP masquées (des internautes qui cachent volontairement leur parcours en ligne).
- La home page reste la plus consultée (44 % du total de pages vues) suivi de la page « Réaménager la place » (11%). Le reste est très éclaté ce qui montre que les utilisateurs ont un intérêt pour toutes les thématiques.

2. Analyse des observations exprimées

La concertation a permis de montrer à la ville l'intérêt et l'attente suscités par le projet. Peu de contributions ont porté sur le projet en lui-même, les participants se sont plutôt intéressés à sa mise en œuvre. Le projet urbain a été globalement apprécié, suscitant peu d'observations et de remarques.

Les résultats des échanges et des propositions formulées lors de la concertation préalable lancée en amont du dialogue compétitif, en 2015, ont bien été retranscrits, assurant aujourd'hui au projet un accueil favorable avec de bons avis généraux : il répond aux attentes des habitants.



→ Les observations liées à l'architecture et la végétalisation de la place

Les participants sont soucieux de **la mise en cohérence des bâtiments existants avec le projet** : des contributions portent notamment sur la façade des galeries Lafayette : jugée vieillissante elle est à changer ou à moderniser pour être en cohérence avec l'architecture de la nouvelle place. Plusieurs participants s'inquiètent de l'architecture du toit de la Grande Halle, craignant que le bâtiment contraste trop avec la place.

Les aménagements végétalisés prévus par le projet sont très appréciés par les participants qui pointent le manque d'espaces arborés dans leur ville.

Le fait que le projet prévoit de mobiliser urbain sur lequel s'asseoir, se poser est très apprécié des limougeauds.

→ Les observations liées à l'image de la future place

Les participants ont largement exprimé leur ambition forte pour cette nouvelle place de la République : ils souhaiteraient que l'on puisse dire de la nouvelle place que c'est une **réussite** : la notion de **place centrale et emblématique « the place to be »** (traduction de l'endroit où il faut être) est revenue très souvent dans les contributions; une **fierté architecturale** que l'on souhaite faire découvrir lorsque l'on reçoit de la famille ou des amis ; un lieu qui a sa **propre identité** ; un espace de **convivialité**, où l'on aime se **détendre**, un lieu de **rencontre pour tous, non élitiste, non exclusif**. Les contributeurs insistent également sur l'**animation** de la place : ils souhaitent qu'elle devienne un espace animé qui évolue toute l'année : un **site dynamique** qui **bouge** et se reconfigure **en permanence** pour **surprendre**. Enfin, ils souhaitent que cette place devienne plus intégrée au tissu urbain et ainsi **connectée aux autres places**.

Tout cela contribuerait à faire de la nouvelle place de la République un véritable **repère dans la ville**, tout comme Toulouse à sa place du Capitole, et Montpellier sa place de la République.

→ Les observations liées à la mobilité

Voitures, piétons, vélos : Comment mieux circuler autour de la nouvelle place de la République ?
Cette question a fait l'objet de nombreux échanges et observations lors du premier atelier. Les participants se sont exprimés sur 4 sujets principaux :

Le périmètre de piétonisation autour de la place :

Si le projet prévoit la piétonisation de certains axes, la réflexion reste ouverte sur d'autres axes, les interrogations ont donc porté sur ces derniers en choisissant une des deux options : **piétonisation ou mixité** (piétons, voitures,...).

Sur la rue Jean Jaurès :

Tandis que certains participants souhaitent la mixité avec le maintien de la circulation et un traitement des intersections par des plateaux assurant le lien avec les rues Clocher/ Temple/ Consulat ou la mise en rue piétonne les jours de forte affluence (samedi...), d'autres souhaitent la voir piétonne entre la rue

du consulat et la rue Turgot avec le maintien de la circulation des bus uniquement, voire des taxis également.

Place Stalingrad :

Le choix est unanime : entièrement piétonne afin de dégager un véritable parvis pour l'Opéra.

De la rue Porte Tourny à la rue Saint-Martial :

Une piétonisation est souhaitée à l'unanimité.

Rue Dalesme :

Une piétonisation est souhaitée à l'unanimité.

Rue de la Courtine :

Une piétonisation est souhaitée à l'unanimité.

Rue Fourie :

La majorité des contributeurs souhaite la voir entièrement piétonne, une minorité préfère une mixité d'usage.

Rue Mareboeuf :

Une piétonisation est souhaitée à l'unanimité.

Rue Saint- Pierre :

Une piétonisation est souhaitée à l'unanimité.

Place Saint-Pierre :

La majorité des contributeurs souhaite la voir entièrement piétonne, supprimant ainsi la poche de stationnement qui fait « appel d'air » et induit une circulation automobile importante. Une minorité préfère une mixité d'usage.

Rue Rafilhoux :

La majorité des contributeurs souhaite une mixité d'usage, une minorité préfère la voir entièrement piétonne.

Pavillon du Verdurier :

Tandis que certains participants souhaitent la mixité d'usage, d'autres se positionnent pour la piétonisation de ses abords (les trois côtés hors la rue Marcel Sembat ou seulement la rue Rafilhoux).

Rue Fitz James :

Une demande particulière a été émise pour l'immeuble au 1, rue Fitz James : maintenir la possibilité d'accéder 24h/24 devant l'immeuble pour charger, décharger un véhicule et assurer un espace sécurisé pour véhiculer les personnes ayant des difficultés pour se déplacer, ou en cas d'urgence.

Les participants sont globalement favorables à la piétonisation de l'hyper centre, sous réserve que celle-ci maintienne un accès spécifique pour les riverains ainsi que pour les commerçants.

L'attractivité des parkings

Les éléments de diagnostic montrent que certains parkings sont sous-utilisés. Tout l'enjeu consiste à renforcer leur attractivité pour pouvoir récupérer des places positionnées en surface et déployer le projet envisagé. Différents leviers d'attractivité ont été évoqués par les participants :

La signalétique

- Améliorer la signalétique du Parking Jourdan, situé à 8 min à pied de la place de la République, en rendant le parking visible mais également son entrée et sa sortie. De plus, une contribution a proposé de renommer le Parking Jourdan, en « Parking du centre ».
- Mettre en place une information en amont des parkings, indiquant les parkings et le nombre de places disponibles.
- Mettre en place, à l'intérieur des parkings, des plans de ville en indiquant « vous êtes ici ».

Les services

- Mettre en place un système de consignes de type Drive au parking de la République.
- Proposer un service de nettoyage voiture dans les parkings.

Accessibilité, desserte et les connexions avec le centre-ville

- Améliorer la fluidité piétonne entre Jourdan et Tourny.
- Veiller au maintien des stationnements personnes handicapées.

La sécurité

Renforcer la sécurité des parkings.

L'ambiance générale

- Diffuser des musiques proposant des chants d'oiseaux.
- Mettre en place des ascenseurs propres et éclairés dans tous les parkings.

Les tarifs

- Améliorer la tarification des bus qui font la connexion entre les parkings et le centre-ville : pas de billet heure mais des billets permettant l'A/R dans la journée ou une connexion gratuite sur présentation d'un ticket de parking.
- Réfléchir à la politique tarifaire et voir s'il est possible de réduire le prix d'accès aux parkings.

L'équilibre des usages

Certains participants souhaitent voir le nombre de places réservées aux abonnés au parking réduit.

La desserte en transports en commun

Les participants expriment de fortes attentes en termes de desserte en transports en commun sur le secteur de la place de la République. Différents emplacements d'arrêt de bus ont été proposés :

Boulevard Carnot, avec un aménagement des escaliers en escalator proposé par certains participants. Un point de vigilance a été souligné concernant cet emplacement : il s'agit d'une rue très exposée au froid, la création d'un arrêt protégé semble indispensable.

Rue Jean Jaurès, différentes options sont proposées :

- positionner l'arrêt au milieu de la rue Jean Jaurès entre la rue du Clocher et la rue du Temple pour la desserte des commerces ;
- positionner l'arrêt plus haut, au niveau de la rue de la Terrasse.

Bas de la rue Turgot : cette option permet de faire le lien avec le plateau. Dans ce cas, le bus passerait derrière le square.

En complément, bon nombre de participants ont souligné **l'intérêt de disposer d'une navette électrique** qui permettrait de circuler rapidement et d'avoir des arrêts sur demande. Certains proposaient l'axe « la Transversale de l'hyper-centre ». Celle-ci pourrait également desservir les quartiers de la Boucherie et celui de la Cathédrale.

En parallèle, certains participants soulignent **l'importance des connexions piétonnes** avec les arrêts de bus et notamment la nécessité de disposer de trottoirs larges.

La **question du maintien ou de la suppression de l'arrêt de bus de Stalingrad** est appréhendée de deux façons : si certains participants proposent sa suppression, d'autres souhaitent le maintenir et proposent de le positionner au bout de la place Stalingrad, sur le boulevard, de façon à pouvoir desservir le théâtre et la Poste.

Le service de dépose vélos

Les participants ont été questionnés à la fois sur la solution de stationnement la plus appropriée (arceaux ou consigne automatisée) et sur l'emplacement de ces derniers. Pour la solution « arceaux », plusieurs emplacements pouvaient être proposés alors que pour la solution « consigne automatisée », un seul emplacement devait être sélectionné.

Concernant la forme du stationnement, les participants ont unanimement choisi **les arceaux**.

Concernant l'emplacement, différents emplacements ont été identifiés :

- l'entrée de la rue de la Terrasse pour la desserte de Monoprix ;
- la place Tourny du côté des taxis ;
- la place Saint-Pierre avec un accès direct pour les lycéens ;
- la rue Fitz James au niveau de la rampe ;
- la rue Carnot au niveau des escaliers ;
- la terrasse du Mercure ;

- en parallèle, quelques participants suggéraient un espace dédié aux deux roues motorisées qui pourrait être positionné place Saint-Pierre et Place Wilson.

Les réponses apportées par la Ville de Limoges

Les participants sont globalement favorables à la piétonisation de l'hyper-centre, sous réserve que celle-ci maintienne un accès spécifique pour les riverains ainsi que pour les commerçants. Pour permettre cette transformation d'usage, les points suivants sont évoqués comme conditions de la réussite. L'attractivité des parkings et les dessertes en transport en commun doivent être accrues et pertinentes, ainsi que les équipements facilitant l'utilisation du vélo.

Pour cela, la Ville de Limoges intègre ces problématiques au travers de plusieurs échelles. Elle a d'abord réalisé un projet de ville qui ambitionne notamment :

- d'articuler toutes les grandes composantes de centralité de la ville pour créer un grand centre-ville ;
- de requalifier les axes forts autour des déplacements et du paysage des rues ;
- de privilégier la continuité des espaces publics.

Ces axes d'aménagement se retrouvent déclinés dans deux documents, le schéma des mobilités urbaines et le plan guide d'aménagement des espaces publics du centre-ville, qui sont en cours d'élaboration. Le schéma des mobilités urbaines doit permettre de définir une nouvelle organisation des différents modes de circulation à l'échelle communale. Cette étude a pour objectif de proposer un meilleur partage de l'espace public au profit des modes actifs (marche, vélo) et des transports en commun. Cette étude, menée par *Transitec* et qui devrait s'achever fin 2017, permettra de définir les modalités de « pacification » du centre-ville afin d'avoir un cœur de l'agglomération d'avantage tourné vers les piétons sans en exclure toutefois la circulation automobile. Cela passe notamment par la limitation importante du trafic de transit qui vient engorger le centre-ville. Un travail sur l'optimisation des parkings, le développement d'un réseau de transport en commun performant, la mise en place d'un réseau de pistes cyclables, la création d'itinéraires piétons sont autant de leviers qui seront actionnés pour parvenir à desservir le centre-ville et à en faire aussi un lieu convivial et dynamique. La ville contribuera aux débats portés par l'Agglomération puisqu'un certain nombre de ces compétences sont portées par Limoges Métropole. Parallèlement, un plan guide sera réalisé pour permettre de définir les grands principes de réaménagement induis des espaces publics du centre-ville, avec une planification sur le court, moyen et long terme.

Le secteur piétonnier

Le périmètre du secteur piétonnier n'est pas définitivement arrêté puisqu'il dépasse largement le périmètre du projet, comme par exemple la place Stalingrad. Il ressort cependant la nécessité d'avoir une continuité entre le secteur piétonnier déjà « constitué » formé par les rues piétonnes et la place de la Motte avec le secteur de la place de la République qui forme une polarité importante du centre-ville. Le périmètre de piétonisation proposé dans le cadre du projet de la place de la République (fermeture à la circulation de la rue Saint-Martial et des rues de la Terrasse et Fitz James) n'est pas remis en cause. L'accessibilité en voiture reste cependant une préoccupation importante pour les riverains et les commerçants de la place. Celle-ci se fera au travers d'un contrôle d'accès géré par des bornes escamotables à l'image de ce qui se fera pour les rues piétonnes du centre-ville.

L'attractivité des parkings

Les contributions des habitants ont été nombreuses sur ce sujet. Les idées relatives aux services proposés dans les parkings seront intégrées dans le cadre du cahier des charges dédié au renouvellement de la délégation de service public des parkings qui interviendra en 2019. Ces remarques viennent conforter la volonté de la ville de Limoges d'optimiser l'utilisation des parkings, qui sont pour certains sous utilisés. Il est à noter que la signalétique en amont des parkings permettant l'affichage en temps réel des places disponibles a fait l'objet d'un renouvellement intégral à l'automne 2016.

Les arrêts de transport en commun

Il ressort de cette concertation, le net besoin de rapprocher les stations de transport en commun de cet important espace public afin de mieux le desservir. Cette remarque sera intégrée aux réflexions en cours : schéma des mobilités urbaines et restructuration du réseau de bus en lien avec le projet de transport en commun en site propre de Limoges Métropole.

L'accessibilité et le stationnement des cycles sur la place et à ses abords

Les participants ont unanimement choisi d'avoir des arceaux vélo plutôt qu'une ou deux consignes vélos qui sont plus difficiles à intégrer. Le projet va intégrer le plus possible les zones préférentielles proposées par les participants.

→ *Les observations liées à la programmation commerciale*

S'habiller, manger, se divertir : quels nouveaux commerces pour la place de la République ?

C'est sur cette question que les participants au deuxième atelier de la concertation ont été invités à s'exprimer. Deux options sont proposées à la réflexion :

- Option « vitrine de Limoges », qui vise à réunir au sein de la nouvelle Halle de la République, les savoir-faire limougeauds (cuir, porcelaine, ...).
- Option « 1 à 3 grandes enseignes » qui vise à accueillir une, deux ou trois grandes enseignes dans les 1800 m² prévus à cet effet.

L'ensemble des participants soulignent l'importance de ne pas dédier l'ensemble de la Halle à la vitrine de Limoges mais de privilégier un équilibre entre une offre complémentaire à la vitrine de Limoges : c'est **la solution du MIX (vitrine de Limoges et grandes enseignes)** qui a été retenue unanimement, et pour laquelle ont été définis :

Cibles / clientèle potentielle

- les limougeauds et les habitants de l'agglomération ;
- les habitants de la zone de chalandise de 100 km ;
- les touristes, excursionnistes.

Point de vigilance associé : fréquentation saisonnière or l'enjeu est de pouvoir drainer de la fréquentation toute l'année.

Atouts

La solution du MIX permettrait de compiler les atouts relevés pour l'Option « vitrine de Limoges »... :

- créer une vitrine des savoir-faire limougeauds pour Limoges mais aussi à l'échelle de la Région.
- assurer la cohérence avec l'esprit piéton du lieu ;
- renforcer la fierté limougeaude et l'image de Limoges ;
- réunir une offre aujourd'hui disséminé dans la ville et rendre cette offre plus visible et plus lisible.

... à ceux relevés pour l'Option « 1 à 3 grandes enseignes » :

- un « moteur » pour la place ;
- un « générateur » de flux et de fréquentation en centre-ville ;
- une nouvelle impulsion pour le commerce de centre-ville ;
- de l'attractivité pour de nouvelles enseignes pouvant occuper des commerces vacants ;
- une nouvelle dynamique pour l'ensemble du commerce limougeaud à condition de créer une offre moderne, contemporaine.

Conditions de la réussite

Concernant la « vitrine de Limoges »

- Faire vivre la Halle et la vitrine de Limoges en proposant **des boutiques éphémères** qui permettent de renouveler l'offre, offrir une vitrine à un plus grand nombre d'artisans, créer du lien avec les boutiques existantes pour ne pas être en concurrence.
- Accueillir **des marques emblématiques de la ville** par exemple dans le domaine de la ganterie sur des corners permanents.
- Accueillir **des savoir-faire moins connus** mais pouvant attirer notamment les jeunes (ex : jeux de société)
- Proposer **des vitrines visibles** : cette vitrine de Limoges captera également des visiteurs non consommateurs et contribuera à la déambulation en centre-ville.
- Réserver **des corners éphémères** à de **petits créateurs** ou **artisans** ne disposant pas d'espace de commercialisation

Concernant l'offre globale

- S'appuyer sur **des produits de consommation faciles, abordables**, en complément **des produits locaux**. Ces derniers devraient être **qualitatifs** pour préserver la cohérence d'ensemble et du lien avec le lieu.
- Pouvoir accueillir **tous les publics**. Une halle réussie serait une Halle qui accueille aussi bien les jeunes que les moins jeunes et toutes les catégories sociales.

Concernant les services

- Positionner **l'office du tourisme** au sein de la nouvelle Halle de la République. Ceci permettrait de positionner la Place de la République comme un repère dans la ville. De plus, si la Halle valorise à la fois le patrimoine et le savoir-faire local, la proximité de l'Office de Tourisme est perçue comme une évidence.

- Proposer des **services** : toilettes, consignes, ascenseurs, gratuité de stationnement pour la 1^{ère} heure et un espace Wifi.

Concernant les connexions : le traitement piétons devra permettre d'**assurer une continuité entre l'Opéra Théâtre et la Halle**, notamment pour le restaurant.

Concernant les conditions d'ouverture : **l'amplitude horaire doit être assurée**, c'est une condition importante de la réussite.

Concernant la communication, celle-ci est perçue comme essentielle pour cette option de vitrine limougeaude.

Concernant l'animation, l'évènementiel, la programmation évènementielle de la Place de la République devra permettre de **dynamiser la Halle**. Les participants proposent que **de nouveaux évènements valorisant le savoir-faire limougeaud** (cuir, porcelaine) soient créés.

Concernant les produits de bouche

- Proposer des produits de bouche avec des animations associées (ex : Toque et porcelaine pourrait être délocalisé à la Halle République).
- Accueillir **une AMAP** pour une appropriation du lieu par les limougeauds.

Concernant les grandes enseignes, les participants souhaiteraient :

- des enseignes **intéressant un large public et accessibles à tous**, à l'image d'IKÉA. Une autre enseigne a été évoquée, Hema mais certains participants craignent que celle-ci ne soit pas en cohérence avec le positionnement du bâtiment.
- des enseignes **communiquant avec l'extérieur**.
- Des enseignes **modernes / contemporaines** permettant de stimuler l'offre commerciale du cœur de ville,
- des enseignes **qualitatives de différentes** sortes : **décoration / aménagement** (type Ikea, Zara Home, Habitat,...), **vêtements jeunes et modernes** de type Mango Family ou Uniqlo, **des cafés et restaurant** (type Starbucks, restaurant zéro gluten, restauration rapide et saine,...).

Les participants expriment aussi une attention particulière à **l'évolution des enseignes** : une enseigne à la mode aujourd'hui ne le sera pas nécessairement demain donc difficulté à se positionner aujourd'hui pour une installation dans quelques années. Le souhait étant de faire en sorte que l'offre commerciale de Limoges **évolue en même temps vers plus de modernité, d'audace**.

Les réponses apportées par la Ville de Limoges

La programmation commerciale

Au sein de la future halle, les participants seraient favorables à une mixité et un équilibre entre des espaces dédiés à la vitrine des savoirs faire de Limoges et une ou deux grandes enseignes permettant de stimuler l'offre commerciale du cœur de ville.

À ce titre, une étude d'opportunité commerciale est en cours de réalisation, menée par le cabinet de conseil en commerce et tourisme *Nova consulting*.

Un certain nombre de ces propositions seront intégrées à la future consultation concernant le choix d'un opérateur pour la réalisation de cet ensemble commercial.

→ *Les observations liées à l'animation et l'événementiel*

Événements et festivités : comment animer la nouvelle place de la République ?

Les participants ont insisté sur le souhait de faire de la place un lieu animé. De nombreuses idées d'animations et d'événements ont été exprimées (existant(e)(s) ou à créer) :

Le maintien des animations et événements existant :

Les animations :

Les cours de zumba, la salsa, le rendez-vous des sports, et le manège sont mentionnés par les participants.

Les événements :

La fête de la Musique, la semaine des séniors, la course de garçons de café / fête des commerçants, la journée de la viande limousine, Urbaka et le marché de Noël : ce dernier suscite un fort attachement même si des améliorations peuvent y être apportées.

Les nouvelles animations et événements :

Les nouvelles animations :

- Les participants considèrent que la place dispose de vastes devantures pouvant servir de support à **des projections ou à des créations lumineuses** (jeux de lumière, projections habillant les bâtiments).
- **Des animations pour le jeune public** (animations ludiques, spectacles de marionnettes pour les enfants (guignols, ...), animations cirque en lien avec le pôle de Nexon (Pôle National des Arts du Cirque) pourraient être organisées sur la future place.
- **Des animations numériques** (interaction digitale).
- **Des animations jouant sur transformation urbaine** (mobilier urbain évolutif, sculptures éphémères)
- Différents types de **marchés** :
 - o **Marchés de producteurs** à l'image de ce qui se fait dans les villages aux alentours avec possibilité d'acheter et de consommer sur place. Ces marchés devraient être organisés en été.
 - o **Marchés réguliers l'été, pas exclusivement de producteurs** (le marché des Hauts de Vienne est évoqué pour la forme, mais de façon plus régulière).
 - o **Marché BD / Disques** avec dédicaces d'auteurs régionaux.

Les nouveaux événements :

- **Musique** : concert du conservatoire, Opéra hors les murs, concert classique dans une scène, concerts récurrents en été.
- **Bals** : bal de salsa, bal folk, bal du 14 juillet.
- Possibilité d'**accueillir des festivals** comme les Francophonies.
- **Cinéma** : cinéma de plein air.
- **Sculpture** : œuvre d'art permanente ou ponctuelle, expositions d'art contemporain : œuvres monumentales à installer ponctuellement.
- Possibilité d'accueillir des **Journées nationales** : journée dédiée aux associations humanitaires à l'occasion par exemple de la semaine de la solidarité, journée urbaine,...
- **Sport** : possibilité d'accueillir des événements sportifs (multisport) et de retransmission de grands matchs.
- **Loisirs/jeux** : événements pour les enfants (jeux gonflables, ...).

Les conditions de la réussite

Les conditions de la réussite identifiées par les participants sont articulées autour de différentes axes :

La régularité des animations et des événements :

- **créer de véritables habitudes** sur la nouvelle place de la République et répondre au besoin de dynamisation du centre de Limoges ;
Celles-ci doivent être encore plus régulières en été. Exemple : concert 3 fois par semaine, marché hebdomadaire, ...
- **permettre à tous les limougeaux mais également aux vacanciers** et à ceux qui vivent aux alentours de Limoges **d'intégrer ces habitudes**.

La pluralité des publics :

Il est essentiel que les animations puissent **attirer un large panel de publics**. La place de République doit être ouverte à tous et la programmation symboliser au mieux cette **volonté d'ouverture**.

L'amplitude horaire des commerces :

Il semble important pour les participants de s'assurer que les bars, cafés et restaurants seront **ouverts chaque jour et assez tardivement** et que les terrasses contribuent à l'animation de la place.

La comptabilité des usages :

Les participants ont exprimé l'importance de :

- s'assurer que la programmation événementielle et les animations sont **compatibles avec la vie des riverains** (sachant que la première nuisance à laquelle veiller sera le bruit) ;
- prendre en compte les nuisances sonores éventuelles : **alterner les types d'événements, éviter une permanence de nuisances sonores** (nuit et jour pour un même événement).

Une programmation variée et équilibrée

- Garantir un certain **équilibre entre animations commerciales et animations culturelles**.

L'implication des acteurs locaux :

- **Laisser la place aux initiatives**, aux animations spontanées pour une appropriation du lieu par tous les acteurs de la vie limougeaude.
- **Mobiliser les associations**.
- **Ne pas figer l'ensemble de la programmation, permettre des marges de manœuvre**.

Une communication dédiée :

- Créer **une communication efficace, virale**.
- S'appuyer sur **une identité propre à la place de la République**.

Une accessibilité et aménagement flexible et adapté :

- Mettre en place **des infrastructures adaptées** : écran géant permanent, ...
- Proposer **un aménagement modulable** (notamment le mobilier) permettant **de reconfigurer facilement la place**.
- Permettre aux passants de **s'asseoir sur la place sans nécessairement consommer dans une terrasse**.
- Veiller à **maintenir l'accès des riverains** lors des événements.

Les connexions avec le reste de la ville : créer **des connexions avec les autres places**.

Une veille pour mieux innover : **prendre en compte les évolutions sur le plan évènementiel**.

La sécurité : créer un lieu **éclairé la nuit, sécurisé le soir sans pour autant avoir un dispositif de sécurité excessif**.

Les réponses apportées par la Ville de Limoges

L'animation et l'évènementiel

Les participants soulignent que la place de la République doit devenir emblématique, un point de repère connu et reconnu comme la place centrale de la ville. Parmi les manifestations existantes, le marché de Noël suscite un fort attachement. De nouvelles idées d'animations ou d'événements ont été évoquées mais en compatibilité avec la vie des riverains et en assurant une alternance des types de manifestations pour attirer un large panel de public.

Une nouvelle programmation de manifestations événementielles de la place de la République sera étudiée pour une cohérence de l'animation des espaces publics à l'échelle du grand centre-ville de Limoges.

Une attention particulière sera portée aux conditions de réussite de ce projet, notamment avec la définition de règles d'usages en particulier sur la fréquence des manifestations qui seront réalisées et leurs amplitudes horaires.

IV. Les enseignements de la concertation

1. Bilan général

Une concertation bien suivie qui a suscité une participation intéressante et contributive, notamment à la Maison du projet et lors des 3 ateliers de la concertation. Ces séquences collaboratives ont été très intéressantes pour enrichir le projet.

Une concertation contributive propice aux échanges : le projet intéresse et questionne. Les contributions et arguments exposés traduisent autant les attentes suscitées par le projet que les bénéfices attendus.

La concertation met en lumière un intérêt pour la suite du projet et de nombreuses attentes qui portent notamment sur :

- la poursuite de l'information, de la concertation et de l'association des différents publics à l'élaboration du projet ;
- les réponses apportées au cours de la concertation sur les différentes thématiques, et leur mise en œuvre, et qui seront affinées au fur et à mesure (lancement et poursuites des études) avec notamment une prise en compte continue des riverains.

2. La suite du projet

La ville accompagnera au mieux les études et s'assurera que l'ensemble de ces contributions seront prises en compte.

L'année 2017 sera consacrée **aux études** avant que le chantier ne soit lancé en **2018**.

- ✦ La maquette du projet sera présentée à la Maison du projet
- ✦ L'année 2017 va également « éveiller » le passé avec un programme de valorisation des fouilles
 - ✦ **Le programme des conférences :**
 - Mercredi 8 mars 2017**, 20h à l'Opéra
Théâtre : conférence X. Lhermite sur le bilan des fouilles
 - Mercredi 31 mai 2017**, 20h à l'Opéra
Théâtre : conférence JF Boyer "Limoges, ville ducale et royale »
 - Lundi 12 juin 2017**, 20h à l'Opéra Théâtre :
conférence sur la basilique romane du Sauveur
- ✦ Une information continue sera assurée à travers le site internet, la Maison du projet, la « Lettre R » etc...
- ✦ Différentes formes d'animation sont en réflexion pour dynamiser la place et continuer de faire partager ce projet qui suscite tant d'attentes.
- ✦ Enfin, la phase de chantier va être préparée en proximité avec les riverains et les commerçants.

Le calendrier prévisionnel de l'opération :



Les équipes sont toujours très mobilisées pour que ce projet soit à l'heure et réponde au mieux aux attentes et questionnements des Limougeauds.