



*Rejoins-moi  
je suis en ville!  
Lourdes*

# Conférence de Presse

## Jeudi 11 juillet

**Lourdes : stratégie d'une cité historique  
aux portes des Pyrénées**

*Lourdes*  
L'INSPIRATRICE

### ... des atouts

Patrimoine / Identité marqués  
Une ville « panorama »  
Tissus urbains anciens conservés  
Compacité : tout à 5/10mn  
Offre d'équipements  
Offre commerciale  
Axes structurants en greffe avec animation CV

### ... des opportunités

Flux touristiques proches de la ville ancienne /  
proximité montagne  
Relogement familles Ophite  
Réseau de placettes ponctuant la ville  
Le Gave de Pau et ses berges  
Espace vert du château  
Ex-gymnase Coustète : pépite foncière  
Potentiel de report modal vers modes actifs  
Marché très accessible

Un  
cœur  
de ville  
avec

...

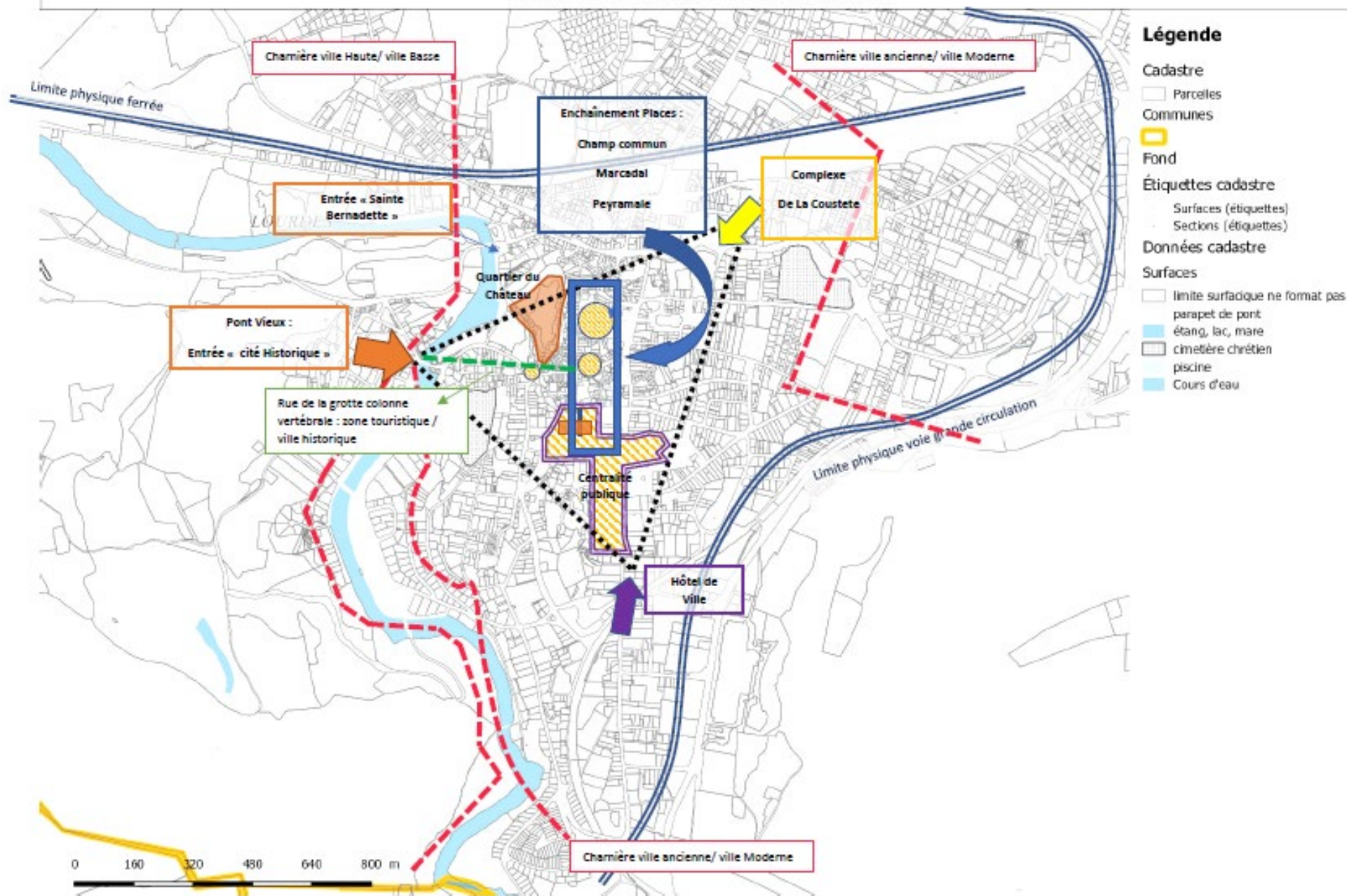
### ... des faiblesses

Déficit d'attractivité résidentielle  
Vieillesse du cœur de ville : *population, commerces, habitat, équipements, ... pas de dynamique de renouvellement*  
Ruptures urbaines et fonctionnelles  
La ville ancienne en perte de vitesse  
Très peu d'espaces publics et d'espaces verts invitant à la pause  
Parcours piétons : inconfortables, peu lisibles  
Présence forte de la voiture (*flux / stationnement*)

### ... des menaces

Vieillesse forte de la population  
Départs à la retraite commerçants  
Dilution commerciale en centre-ville  
Développement commercial périphérique / e-commerce  
Actions sur espaces publics sans pacification flux  
voiture  
Actions sur espaces publics sans mise en réseau  
Dégradation du parc de logements + mэрule

# Carte des données cadastrales



# Les étapes du dispositif

## Phase 1 : Etape administrative

Signature de la convention cadre Cœur de ville 2018

Validation d'un périmètre

Elaboration d'un diagnostic

Elaboration d'une stratégie sur les 5 axes

Inscription des projets 2019

## Phase 2 : Etape opérationnelle

Signature de l'ORT (juillet 2019)

Mise en place de l'agence de développement (été 2019)

Elaboration d'un schéma d'aménagement urbain (plan guide 2030/2035)

Définition de projets et de plan d'investissement

## FICHE MISSION HABITAT POUR LE CŒUR DE VILLE LOURDAIS

### ENJEU ET STRATEGIE CŒUR DE VILLE

**ENJEUX :** Retrouver du peuplement dans un cœur urbain de qualité afin de conforter le fonctionnement citoyen.

**STRATEGIE :** Construire un programme de rénovation et de revalorisation de l'habitat du centre-ville Lourdais qui confortera la politique de mixité sociale.

- 6- Travailler l'image intellectuelle de l'Habiter de la ville de Lourdes
- 7- Contribuer à la création du confort des logements, (rénovation des logements, énergies...)
- 8- Amélioration du cadre de vie : qualité architecturale et des espaces publics
- 9- Attirer une nouvelle population en centre-ville

## FICHE MISSION ECONOMIE POUR LE CŒUR DE VILLE LOURDAIS

### ENJEU ET STRATEGIE CŒUR DE VILLE

**ENJEUX** : Retrouver une dynamique économique favorable et structurée

**STRATEGIE** : recentrer son cœur commerçant, concentrer et structurer son offre commerciale artisanale et de services sur une zone définie. Travailler une économie sous-jacente, liée à la montagne pyrénéenne.

- 1- Construire des outils pour l'amélioration de l'économie de centre-ville
- 2- Améliorer le cadre de vie : relations commerces services et espaces publics qualitatifs
- 3- Etablir une lisibilité de l'espace pour améliorer les flux : mobilité/signalétique
- 4- S'appuyer sur l'animation pour créer une ambiance citadine et une image dynamique
- 5- Positionner économiquement Lourdes comme ville innovante au cœur des Pyrénées

## FICHE MISSION FORMES URBAINES PATRIMOINE POUR LE CŒUR DE VILLE LOURDAIS

### ENJEU ET STRATEGIE CŒUR DE VILLE

**ENJEUX** : construire le centre-ville de demain. Les villes sont à l'aube d'une nouvelle aire d'urbanisation qui doit prendre en compte l'urgence climatique et le besoin de renouvellement urbain, de recréer le sens commun et du vivre ensemble. La ville de Lourdes doit retrouver un cœur urbain apaisé, confortable et de qualité.

**STRATEGIE** : construire une image citadine positive basée sur cadre de vie idéal, dynamique et novateur permettrait à Lourdes de se repositionner dans l'attractivité du territoire comme lieu de vie privilégié et d'avoir des retombées économiques directe.

- 1- « Reconstruction » du son socle identitaire Lourdais,
- 2- revalorisation des espaces publics et la reconversion/requalification des quartiers dégradés ou en friches
- 3- Utilisation du patrimoine local comme symbole, pilier du paysage urbain et base de la mémoire des habitants.
- 4- restructuration de qualité du fonctionnement global de la ville, et cohérence inter quartier.

## FICHE MISSION MOBILITE POUR LE CŒUR DE VILLE LOURDAIS

### ENJEU ET STRATEGIE CŒUR DE VILLE

**ENJEUX :** Lourdes est une ville de 15 000 habitants au rayonnement international, avec une position géographique à l'articulation des vallées pyrénéennes, et un rôle de deuxième pôle majeur de l'agglomération Tarbes-Lourdes Pyrénées, elle doit combiner équipement de service urbain/équipement « exceptionnels » / et infrastructure performante pour diffuser les flux sur l'ensemble du territoire tout en confortant un centre aux déplacements apaisés.

#### **STRATEGIE :**

1. Centrer les réseaux de Transports de toutes échelles sur des nœuds multimodaux identifiés
2. Permettre le développement des infrastructures de transport au rang d'une ville d'une strate supérieure durant la saison Touristique
3. Favoriser les déplacements urbains, doux et collectifs au sein du cœur de ville.



## FICHE MISSION EQUIPEMENT POUR LE CŒUR DE VILLE LOURDAIS

### ENJEU ET STRATEGIE CŒUR DE VILLE

**ENJEUX :** la ville doit proposer un écosystème basé sur une diversité des fonctions (habitat, services, activités économiques...) et concentrer notamment son offre d'équipements.

#### **STRATEGIE :**

1. Conforter le statut de Lourdes comme centralité administrative avec des services municipaux conséquents, des services à la population importants et centralisés à l'échelle du territoire local.
2. Accueillir des équipements « uniques » à l'échelle intermédiaire locale, accompagnés d'une visibilité nationale et internationale pour attirer un flux supplémentaire et conforter les forces centrifuges d'attraction.
3. Traduire une image identitaire d'une ville d'histoire au cœur des Pyrénées, d'une ville à la montagne. Le but est de créer « un camp de base » des sports de montagnes qui diffuse les flux vers les vallées Pyrénéennes et les grands sites.