



Direction centre-ville

Blog boosteur de centre-ville

Lien Internet direct pour lire l'article en ligne :

<https://directioncentreville.wordpress.com/2015/03/26/le-plan-marshall-du-centre-ville-de-saint-nazaire/>

Copie de l'article :

Le plan Marshall du centre-ville de Saint-Nazaire

26 mars 2015

À l'instar de nombreuses villes, la mairie de Saint-Nazaire (Loire-Atlantique) a placé la revitalisation de son cœur de ville au centre de ses préoccupations. Les élus ont ainsi voté en décembre 2014 un plan pour redynamiser l'hypercentre. Commerce, habitat, patrimoine, jalonnement, animations, circulation, ... sont au cœur de ce projet (parce qu'il n'y a pas que des paquebots à St-Nazaire !). Les premières actions vont voir le jour dès 2015 pour s'échelonner tout au long du mandat municipal.

Les objectifs du plan de redynamisation du cœur de ville de St-Nazaire

La municipalité décrit ainsi les grandes lignes de son programme :

- « Soutenir le commerce, développer des animations,
- Venir en centre-ville plus facilement,
- Offrir un centre-ville verdoyant, habité et plus agréable. »

Les axes de la stratégie de relance de l'hypercentre nazairien

Le programme de redynamisation du centre-ville de St-Nazaire, décrit dans plus de 10 pages de délibération, s'articule autour de 7 axes d'intervention :

Axe n° 1 : Construire un centre-ville marchand moderne et attractif

Axe n° 2 : Faire du centre-ville un lieu habité, riche de diversité sociale et démographique

Axe n° 3 : Maintenir et développer une offre d'emploi diversifiée de centre-ville

Axe n° 4 : Implanter ou repositionner des équipements structurants, programmes leviers symboles d'un centre-ville revitalisé

Axe n° 5 : Proposer des lieux de convivialité agréables et sécurisés, notamment d'animation, et renforcer l'agrément du végétal

Axe n° 6 : Garantir une aisance d'accès et de déplacement vers et à l'intérieur du centre-ville

Axe n° 7 : Assurer une animation attractive et ciblée et mettre en place une stratégie et des actions de communication et de promotion efficaces, par des outils appropriés au projet et à ses différentes composantes

Quelques actions concrètes

Ce plan de relance traite de toutes les dimensions du centre-ville. Il prévoit, notamment :

- La préemption des locaux vides ou dégradés pour inciter de nouveaux projets à s'installer,
- La réalisation d'une étude afin de réhabiliter le Bon Passage, petite galerie commerciale,
- Une meilleure signalétique,
- Une charte relative à la couleur des façades,
- Une aide à destination des propriétaires voulant rénover,
- La construction de nouveaux logements,
- La transformation de l'ancien cinéma France en salle d'art et d'essai,
- La réhabilitation des Halles,
- La rénovation du groupe scolaire Jean-Jaurès,
- Le lifting du centre commercial Le Paquebot,
- L'organisation de nombreuses animations toute l'année,
- La redéfinition du plan de circulation et de stationnement,
- La poursuite de la mise en place de « zones 30 » et de contresens cyclables,
- L'embauche d'un manager de centre-ville,
- La création d'un Office du Commerce.

La délibération de la Ville de Saint-Nazaire

Voici la délibération-cadre présentant la stratégie urbaine pour la redynamisation du centre-ville dans son intégralité, adoptée à l'unanimité, par le Conseil Municipal du 19 décembre 2014 (elle est un peu longue, mais ça vaut le coup !) :

« M. SAMZUN, Maire, lit l'exposé suivant :

Mes Chers Collègues,

La revitalisation du centre-ville figure au cœur de notre projet politique et est un des objectifs prioritaires du mandat municipal. Elle fait l'objet de la présente délibération-cadre qui s'inscrit dans les grandes lignes de notre programme politique :

- *soutenir le commerce, développer des animations,*
- *venir en centre-ville plus facilement,*
- *offrir un centre-ville verdoyant, habité et plus agréable.*

De fait, Saint-Nazaire est une ville moyenne dont le rôle territorial porte en soi toutes les raisons d'un projet pour le renouveau de son centre-ville.

Les villes moyennes sont rarement sous les feux de la rampe, souvent éclipsées par les grandes métropoles qui sont les regards, programmes et financements. Pourtant, les villes moyennes sont des points nodaux, charnières entre l'échelle locale et l'échelle nationale, pouvant proposer en même temps emplois et cadre de vie. Leurs éléments de compétitivité reposent sur ce rôle de charnière entre espace métropolitain et espace rural, sur leur contribution au maillage du territoire. Mais qu'est-ce qu'une ville moyenne ? Communément une aire urbaine de 20.000 à 100.000 habitants qui joue un vrai rôle de centre d'un bassin de vie proche, qui remplit une fonction dans l'offre de services publics et de services en général, tant dans leur multiplicité que leur proximité.

Parmi les catégories assez différentes de villes moyennes, il y a celles qui jouent tout à la fois leur fonction de centralité et de ville « en réseau » sur un territoire en complémentarité et en synergie avec une métropole, comme c'est le cas de Saint-Nazaire. Certaines de ces villes moyennes, intégrées dans un « système métropolitain » polarisé par la capitale régionale, se sont retrouvées « satellisées ». D'autres, à l'instar de Saint-Nazaire, ont su garder un véritable rôle vis-à-vis de leur bassin, parce qu'elles ont su rester ou redevenir attractives grâce à leur dynamisme industriel, commercial, résidentiel, culturel et touristique.

Mais quelle que soit leur situation, un des enjeux des villes moyennes reste de vitaliser leur développement économique pour favoriser la création d'emploi, tout en préservant leurs atouts – ceux de leur cadre de vie. Dans ce dynamisme à soutenir, les volets du renouvellement urbain et de la revitalisation des centres villes jouent un rôle majeur.

Cependant, dans la situation actuelle, la centralité des villes moyennes, telle celle de Saint-Nazaire, est fortement mise à mal par la concurrence des communes péri-urbaines de leur pourtour, qui connaissent un nouveau développement sur des territoires dits intermédiaires. De plus, des services publics et activités économiques se dispersent dans l'agglomération, notamment en périphérie, ce qui provoque une perte de substance renforçant l'affaiblissement de leur centralité. Une dévitalisation progressive des centres villes s'opère donc au profit d'une périphérie dynamique (zones commerciales, quartiers pavillonnaires, péri-urbains...) et avec la baisse démographique et économique qui l'accompagne.

Dans cette tendance générale, le centre-ville de Saint-Nazaire se retrouve face à de nombreux défis dont l'ancienneté des habitations, le vieillissement du patrimoine hérité de sa reconstruction, les tensions démographiques et commerciales. Les enquêtes et analyses menées sur le centre-ville, que ce soit par les enquêtes de l'INSEE, l'enquête sociologique menée par l'ADDRN en septembre dernier, ou les expertises du cabinet BERENICE spécialisé en urbanisme commercial, ont pu mesurer et attester de la réalité de ces défis :

- en l'espace de 5 ans, de 2006 à 2011, le centre-ville a perdu plus de 700 habitants, soit un peu plus de 7 % de sa population, alors que depuis la population communale regagne des habitants,*
- le revenu fiscal médian annuel des habitants du centre-ville est inférieur de 6 % à celui du reste de la ville,*
- le profil des habitants du centre-ville est également différent de celui de l'ensemble de la ville : 54 % des ménages sont constitués de personnes seules (contre 42 % pour l'ensemble de la ville) et 23 % seulement ont des enfants (contre 30 % pour la ville),*

– sur le plan commercial, les zones d'activités du bassin de vie captent aujourd'hui 79 % du chiffre d'affaires total de la zone de chalandise, le centre-ville n'en captant que 14 %,

– la réalité de la zone de chalandise du centre-ville de Saint-Nazaire se situe aujourd'hui autour de 132 000 habitants,

– l'offre marchande du centre-ville présente un taux de vacance important, supérieur à 20 % soit près de 2 fois supérieur aux autres villes moyennes comparables.

Notre projet politique vise donc au renouveau du centre-ville, renouveau dans ses différentes dimensions et singularités, avec une stratégie gagnante de revitalisation pour redevenir le centre de la ville pour tous (habitants de tous les quartiers, de l'agglomération, du bassin de vie, visiteurs réguliers et occasionnels).

Mais qu'est-ce qu'un centre-ville ? Lieu de diversité et de proximité, c'est avant tout un lieu qui concentre l'ensemble des fonctions, des services et des usages qu'offre la ville.

Le centre-ville est donc par définition le centre de la ville, et par conséquent il en devient le lieu de rassemblement et de représentation de tous les habitants. Notre centre-ville est notre bien commun à tous. Il se doit d'être attractif et d'être générateur de flux, d'être rassembleur et ouvert, de proposer un cadre de vie agréable et convivial qui puisse être accessible à tous, un lieu de convergence naturel.

Le renouveau du centre-ville signifie donc croissance et équilibre démographique, création de richesse et d'emplois, renforcement du lien social, qualité du cadre de vie, valorisation du patrimoine, développement de l'offre culturelle et touristique, et le tout dans une stratégie de projet.

Cette stratégie de projet, forcément transversale et complexe, peut se décliner ainsi en 7 volets, « ressorts » de la mise en œuvre de champs d'action combinés dans le temps et dans l'espace.

Ces ressorts se déclinent en 2 périmètres : l'un correspond au périmètre d'intervention sur l'habitat de la reconstruction, l'autre se recentre autour de la structure du centre-ville marchand, pour concentrer les efforts sur un périmètre resserré, seule manière d'agir concrètement sur le centre-ville et d'éviter la dispersion des efforts.

Ces axes stratégiques d'intervention constituent ainsi l'armature du projet : chaque axe est fondamental pour sa réussite et tous, interactifs, doivent être considérés dans une logique d'ensemble où l'un ne va pas sans l'autre. Cette stratégie, construite sur des principes de réalisme et de pragmatisme, se compose ainsi d'un ensemble d'actions dont certaines ont des effets à très court terme et d'autres à moyen et long terme, mais qui n'en sont pas moins à engager dès aujourd'hui.

Axe n° 1 : Construire un centre-ville marchand moderne et attractif

Le commerce est une vitrine de la vitalité d'un centre-ville. Les enjeux aujourd'hui identifiés sur la redynamisation commerciale positionnent ainsi cet axe comme une urgence à court terme : certaines actions peuvent être mises en place très rapidement, d'autres nécessiteront cependant une mise en œuvre plus longue.

Ces différentes actions s'inscrivent dans les objectifs suivants :

o En premier lieu, structurer la démarche de développement commercial, ce qui est fondamental pour la coordination des intervenants et des interventions, et pour proposer un « guichet unique » qui incarne le portage et le pilotage sur le terrain, supposant ainsi une connaissance précise et toujours actualisée de l'état de la dynamique commerciale :

– constitution de bases de données sur les locaux vacants, les cibles commerciales, et le suivi des projets des commerçants locaux (en 2015),

– création d'un poste de « manager de centre-ville » à l'initiative de la collectivité, seul garant et incarnation de ces dynamiques, responsable de la fédération des énergies, de la gestion coordonnée de l'ensemble des actions, de la prospection, du suivi et de la gestion des projets d'implantations (en 2015),

– mise en place d'un Office du Commerce, structure de gouvernance associant les partenaires institutionnels et le monde du commerce, outil spécifique animé par le manager de centre-ville (2015-2016).

o Dans le même temps, mettre en valeur la destination commerciale et touristique, pour combler le déficit d'image marchande dont souffre le centre-ville, renforcer sa commercialité, et affirmer son rôle de destination :

– l'affirmation d'un périmètre, le marquage des entrées, le jalonnement vers et à l'intérieur du centre-ville, l'accessibilité, les capacités et la gestion du stationnement... sont un préalable majeur pour la mise en valeur de la destination commerciale. Ces actions sont inscrites au sein d'un axe spécifique sur les déplacements,

– le design urbain est un élément essentiel de l'identité commerciale et visuelle du centre-ville marchand, pour sa mise en valeur et sa mise en scène : par des visuels plus attractifs, par une signalétique dédiée, par du mobilier urbain qui soit un vecteur d'identité et d'ambiance venant souligner le caractère différent de ces espaces publics... Cette action ne s'approche pas que dans une finalité commerciale mais est fondamentale pour révéler le cœur du centre-ville, pour en intensifier les usages, l'animation, les flux. Un prestataire designer sera sollicité pour mener une mission spécifique en 2015.

o En parallèle, il est aujourd'hui indispensable d'évaluer concrètement la manière dont la collectivité peut accompagner la mutation de l'immobilier commercial : c'est incontournable pour le traitement des sites commerciaux dégradés et pour la résorption de la vacance en facilitant l'installation de nouveaux commerces ou de nouvelles activités.

Deux types d'outils existent :

– les outils réglementaires, liés au PLU : un périmètre de préemption commerciale (locaux et fonds) sera mise en place dans le PLU sans attendre sa révision, dès 2015. Il constituera également un outil de connaissance des mutations commerciales,

– les outils opérationnels, liés au portage de locaux commerciaux, notamment sur des linéaires commerciaux très fragilisés (passage Lebon) ou sur ceux aujourd'hui en-dehors du centre-ville marchand et dont le décrochage s'intensifie depuis 10 ans (partie nord de l'avenue de la République). A cet effet, il sera confié à la SONADEV un mandat de portage et elle pourra également être opérateur de nouveaux outils tel le Contrat de Revitalisation Commerciale,

dispositif conventionnel d'intervention proposé par la loi du 18 juin 2014 pour l'Artisanat, le Commerce et les TPE, dite loi PINEL.

o Enfin, c'est l'offre commerciale elle-même qui sera amenée à évoluer, en lien avec la CCI et les acteurs commerciaux :

– dans l'étoffement de l'offre de moyenne gamme, ainsi que de secteurs peu représentés (notamment l'offre de culture et loisirs, et l'offre alimentaire),

– dans la structuration et qualification de l'offre de restauration, à court terme, pour intensifier l'animation du centre-ville marchand,

– dans l'optimisation des conditions d'accueil (horaires, services, conseil...) pour les visiteurs réguliers ou occasionnels, résidents et touristes.

Axe n° 2 : Faire du centre-ville un lieu habité, riche de diversité sociale et démographique

L'habitat est un levier fondamental pour un centre-ville vivant et animé. La valorisation de l'habitat issu de la reconstruction est ainsi un levier majeur du peuplement du centre-ville, avec les 610 immeubles qui le composent aujourd'hui. L'intervention sur ce parc d'habitat, au vu de son importance, son ampleur et sa complexité, fait l'objet d'une démarche à part entière portée par la CARENE depuis 2012 et au sein de laquelle figurent plusieurs ensembles d'actions dont notamment :

o celles contribuant à la rénovation d'immeubles en copropriétés et à la requalification des cœurs d'îlots : en organisant et accompagnant les propriétaires (par la veille et prospection, conventions et partenariats, et inscription dans le deuxième appel à projet national « Ville de Demain ») : un appel à projet sera lancé au second semestre 2015, proposant un accompagnement technique et financier renforcé auprès des copropriétés lauréates, avec pour objet de constituer des opérations de références menées par des copropriétaires,

o celles contribuant à la rénovation d'immeubles en monopropriété : en attirant et accompagnant les investisseurs (appels à projet, incitations, aides financières, ingénierie...) : un projet de convention est envisagé dès le premier semestre 2015 avec le SIRES, organisme de prospection et d'intermédiation locative, afin de capter des locatifs conventionnés par une incitation aux travaux de remise à niveau,

o celles contribuant à mieux faire connaître le parc de maisons individuelles du centre-ville, plus particulièrement adapté aux familles : en préservant ce patrimoine et en mettant en place une communication spécifique et ciblée : cette démarche pourra être activée dès confirmation de la reconduction du dispositif d'aide en faveur de l'accession à la propriété dans l'ancien, sur laquelle elle s'appuie.

Toutes ces actions, de long terme, vont donc supposer en cohérence avec la logique globale de concentration précédemment évoquée :

o de cibler et prioriser des immeubles en position centrale et stratégique pour le centre-ville,

o de structurer et d'initier la démarche de portage que peut mettre en œuvre la collectivité et ses partenaires, notamment en lien avec Silène et la SONADEV, dès 2015,

o de réaliser des actions démonstratrices permettant de faire connaître et d'attester des caractéristiques, qualités et possibilités offertes par ce parc d'habitat particulier, afin notamment de le préserver, le mettre en valeur, et le rendre plus attractif auprès des familles : la rénovation du « Guérandais » constitue à ce titre une opération témoin d'ores et déjà engagée,

o de prolonger et accentuer une veille foncière et immobilière spécifique dès janvier 2015.

En parallèle, il importe de poursuivre la création d'une offre de logements neufs complémentaire principalement calibrée pour répondre, avec l'habitat existant, aux aspirations de populations aujourd'hui peu présentes dans le centre-ville, notamment les étudiants, cadres, jeunes ménages.

o Plusieurs opérations sur des sites maîtrisés par la ville s'inscrivent dans ces attentes :

– la reconversion du site de l'ancien Fanal, étudié en 2011 et présentant alors un potentiel d'une centaine de logements, sera engagée en 2015 pour une programmation diversifiée, notamment de maisons de villes,

– la mutation du site des ateliers municipaux, en réalisant une étude de faisabilité urbaine de manière à recevoir une offre de nouveaux logements de centre-ville.

o D'autres sites, aujourd'hui sous maîtrise foncière privée, peuvent également s'inscrire dans ces objectifs :

– le site du « Passage Lebon », qui présente une importante opportunité de mutation et d'amélioration avec le projet de déplacement du Carrefour Market – en restant dans le centre-ville – pour orienter le réaménagement du site d'une part, la sécurisation et l'amélioration du traitement du passage de l'autre. Un mandat d'étude sera confié à la SONADEV pour évaluer la faisabilité de la mutation de ce site,

– le site de l'îlot Vandernotte, en veillant à la bonne prise en compte de l'environnement urbain du site et à l'objectif de requalification de l'îlot.

L'ensemble de ces différents programmes qui seront précisés constitue aujourd'hui un potentiel de 200 à 300 logements. Et ils viendront s'inscrire dans la continuité des opérations en cours sur le centre-ville, notamment les projets « Korrigans » (Interconstruction), « Victor Hugo » (Nexity), « Bois Savary » (Silène), « Anjou/Croisic » (Lang)...

Axe n° 3 : Maintenir et développer une offre d'emploi diversifiée de centre-ville

Cet axe sera travaillé dans un lien étroit avec les politiques de la CARENE, établissement compétent en matière de développement économique, et dans une approche transversale de l'ensemble du projet de centre-ville : à titre d'exemple, redynamiser le commerce vise aussi à maintenir et développer tous les emplois qu'il génère.

En effet, institutions et équipements publics, commerces, services, activités artisanales et tertiaires, sont autant de pourvoyeurs d'emplois qu'il est nécessaire de maintenir et d' étoffer dans le centre-ville.

Nous serons ainsi vigilant à conserver et développer toute activité génératrice d'emplois et donc de flux dans le centre-ville, qu'il s'agisse de professions libérales, d'activités liées à la santé, au tertiaire...

Les opportunités de développement des activités tertiaires seront ainsi étudiées : une étude sera engagée en 2015 sur les possibilités de reconversion des locaux commerciaux vides positionnés aujourd'hui en-dehors des circuits marchands, pour l'implantation d'activités tertiaires et de micro-activités. Il s'agit aussi d'offrir, dans cette démarche de reconversion, un nouveau type de parcours résidentiel possible pour les jeunes entreprises.

Axe n° 4 : Implanter ou repositionner des équipements structurants, programmes leviers symboles d'un centre-ville revitalisé

C'est à la collectivité qu'il revient d'amener du flux et de la fréquentation quotidienne dans le centre-ville, de proposer des lieux de vie pour ses habitants comme ses visiteurs, et de mettre en place les conditions de son rayonnement et son attractivité à une échelle qui dépasse de loin celle de la ville seule.

La vitalité, l'attractivité du centre-ville, se renforce en créant des raisons supplémentaires d'y venir et d'y revenir, en enrichissant et en spécifiant ses usages, en affirmant son identité et en y insufflant de la vie qui s'adresse à tous.

Plusieurs opportunités de programmes majeurs, tant pour la vie quotidienne que pour l'attractivité du centre-ville, seront étudiés et engagés :

o situées à proximité de la médiathèque, du Palais de Justice, des parkings « cœur de ville » et « 8 et 11 mai 1945 », les Halles de Saint-Nazaire constituent aujourd'hui un équipement majeur du centre de Saint-Nazaire, un lieu de pratiques sociales reconnu et usité depuis plus de 50 ans. Installé dans un bâtiment à l'architecture remarquable et possédant un potentiel d'adaptation et de mutation important, le marché de Saint-Nazaire, bien que réputé pour la diversité et la qualité de ses produits et possédant un volume de clientèle fidélisé relativement important, est aujourd'hui dans une situation qui nécessite un redéploiement de l'équipement sur place :

- amélioration de l'organisation et de l'état du volume du bâtiment pour répondre à son vieillissement, la sous-utilisation du volume, et la très faible mise en valeur des étals,*
- amélioration des espaces extérieurs pour répondre aux contraintes relatives aux questions de stationnement, gestion des déchets, vieillissement des équipements techniques, ancrage des Halles dans l'environnement urbain,*
- développement d'espaces de convivialité et d'espaces de restauration à l'intérieur, pour pallier la faible mise en valeur des produits régionaux, bio, et l'absence de « comptoirs-buvettes-dégustation », espaces nécessaires pour attirer d'autres types de clientèles et assurer la pérennité de l'équipement, ainsi qu'en intensifier usages et lien social,*
- mise en place d'une véritable politique collective d'animation, promotion et communication de l'offre des Halles, par les commerçants avec l'accompagnement de la collectivité,*
- réflexion sur le fonctionnement même de l'équipement, sur la réorganisation du marché couvert, l'élargissement des horaires d'ouvertures, des jours d'ouvertures... et la refonte du règlement actuel,*
- le jalonnement et la signalétique de l'équipement sont là encore pointés comme fondamentaux pour sa lisibilité et sa vitalité : ces aspects seront traités au sein de l'axe consacré aux déplacements.*

Enfin, s'engager dans la rénovation des Halles permettra de réfléchir plus globalement à la situation des commerces de sa périphérie ainsi qu'aux espaces publics des abords, afin de renforcer l'inscription de ce lieu emblématique dans son environnement.

Au regard de ces éléments, la rénovation technique et programmatique de l'équipement sera lancée dans le temps du mandat.

D'autres lieux et programmes constituent également des opportunités d'équipements structurants du centre-ville :

o le Paquebot : édifice remarquable autant d'un point de vue du patrimoine architectural que pour ce qu'il représente dans l'histoire de la ville et son renouveau entrepris à la fin des années 1980. Le bâtiment, à la fois locomotive commerciale et équipement public, présente aujourd'hui d'importants besoins de rénovation : la Ville, propriétaire d'une partie des locaux, mobilise les autres copropriétaires pour en assurer la rénovation,

o la rénovation du groupe scolaire Jean Jaurès dans le temps du mandat, opération importante pour le centre-ville au vu de l'état de l'équipement, sa localisation, et les volontés d'attirer de jeunes ménages dans le centre-ville,

o le bâtiment abritant autrefois le cinéma France a subi une expertise pour évaluer la faisabilité de la relocalisation de la salle d'art & d'essai du Fanal : cette expertise s'est révélée concluante et la ville a décidé de se porter acquéreur de l'édifice afin d'y transférer cette salle et d'offrir ainsi un nouveau lieu d'animation et d'activités de loisirs au cœur du centre-ville,

o l'ouverture d'un lieu d'information et d'animation en centre-ville pour accompagner les projets des adolescents et des jeunes adultes.

Dans le prolongement de cette dernière action, notre réflexion politique tient compte de la place des étudiants dans le centre-ville. Saint-Nazaire est une ville étudiante, et c'est une dimension importante pour un centre-ville ouvert à tous et animé. Nous saisirons ainsi les partenaires institutionnels incontournables sur ces questions (rectorat, région, état) de manière à envisager les possibilités d'implantations d'équipements universitaires en centre-ville.

o Bien que déjà engagée, la rénovation de la gare ferroviaire, porte d'accès majeure de passagers de toute nature, demeure une vitrine d'accueil primordiale de la ville à particulièrement soigner. Cette rénovation – modernisation et extension – verra le jour en 2017.

Axe n° 5 : Proposer des lieux de convivialité agréables et sécurisés, notamment d'animation, et renforcer l'agrément du végétal

Les qualités et les éléments de confort et de convivialité offerts par le cadre de vie du centre-ville sont l'une des conditions nécessaires pour pouvoir s'y «sentir bien», pour en favoriser déambulations, haltes et flâneries. Rappelons que le centre-ville s'adresse à tous les quartiers de la ville, qu'il doit en être le lieu de rassemblement, de représentation. Qu'il doit être un lieu où le lien social peut s'épanouir et où la qualité de vie profite à tous. Un lieu d'échanges, de rencontres, où l'on se retrouve et où on anime l'espace public.

Le renforcement de l'atmosphère végétale et la présence de la nature en ville est par exemple une des substances de cette qualité. Le développement de l'animation et de la convivialité par l'offre d'activités nocturnes et festives en est une autre.

Deux types d'interventions participent ainsi à la construction de cette qualité, où accessibilité et convivialité prédominent :

o l'amélioration du cadre de vie :

– par le «design urbain» du centre-ville marchand, évoqué dans l'axe sur la redynamisation commerciale, fondamental pour révéler et mettre en scène le centre-ville,

– par la mise en valeur des façades de l'ensemble des bâtiments du centre-ville : la protection, le respect, et la mise en valeur du patrimoine de la reconstruction, omniprésent dans le centre-ville, est un des premiers et des plus importants leviers pour en révéler le caractère : la CARENE et la Ville ont réalisé un plan de coloration des façades des copropriétés qui répond à ces objectifs,

– par l'amélioration des interactions entre ces bâtiments et l'espace public, soit la question des rez-de-chaussée et des terrasses, intégrées dans ce même plan de coloration : l'amélioration de la gestion et du développement des terrasses constitue un levier de l'animation commerciale et du caractère convivial et accueillant d'un espace public adressé à tous. L'ensemble de ce plan de coloration fera donc l'objet d'une délibération au présent conseil municipal,

o les usages qui se déploient dans ce cadre de vie et qui participent à sa qualité : l'achèvement du front de mer, de la place Roosevelt à l'usine élévatoire, constituera un maillon essentiel du nouveau visage du centre-ville. La réalisation du projet du front de mer intègre l'amélioration de ses liaisons avec le centre-ville : par la place Blancho, en prolongement de l'avenue Léon Blum, et par la place de l'Amérique Latine, dans le prolongement de la place du Commando, cette place étant aujourd'hui ciblée comme le lieu adéquat pour le développement d'activités nocturnes et festives.

Plus que l'amélioration de quelques places particulières, il importe aujourd'hui de porter un regard global sur l'ensemble des nombreuses places du centre-ville : place du Marché, des Martyrs, des Droits de l'Homme et du Citoyen, de l'Amérique Latine, François Blancho, du Commando. Toutes ces places diffèrent dans leurs configurations, leurs usages, et doivent trouver leur propre rôle dans le centre-ville.

– La place de l'Amérique Latine, trait d'union entre le Cinéville, le LiFE, Escal'Atlantic, la place Commando... avec le Ruban Bleu, et la place Blancho, articulation majeure entre le centre-ville marchand et le front de mer, seront interrogées dans leur fonctionnement et leur rôle de lien,

– D'autres, comme la place des Martyrs, qui n'a pas encore été explorée dans les potentialités qu'elle pourrait offrir pour le centre-ville tout en maintenant une offre de stationnement indispensable, seront interrogées dans leur rôle et leurs vocations dans un centre-ville revitalisé.

Ainsi, une réflexion globale sera conduite dès 2015 pour apprécier ces différents lieux, afin d'en organiser au mieux les interventions et animations, de leur permettre de mieux jouer leur rôle de point de ralliement, de préciser leurs vocations respectives et complémentaires par rapport à la logique du projet d'ensemble, et notamment leurs possibilités d'abriter des animations permanentes (mobilier spécifique, jeux...) et des événements rassembleurs.

L'espace public est la vitrine d'un centre-ville attractif, vivant, et accessible à tous notamment aux jeunes.

Axe n° 6 : Garantir une aisance d'accès et de déplacement vers et à l'intérieur du centre-ville

Cet axe est transversal à l'ensemble des dimensions du centre-ville : il est nécessaire pour la desserte du centre-ville marchand, des Halles, pour l'amélioration de la dynamique commerciale, le confort des résidents, pour produire une offre de transport en commun ou en mode doux efficace, et pour orienter, guider, faire venir et revenir l'ensemble des usagers du centre-ville, d'où qu'ils viennent, qu'ils en soient habitants ou touristes.

La question des déplacements et de l'accès au centre-ville suppose aujourd'hui, en cohérence avec un périmètre défini, d'orienter l'ensemble des actions par une philosophie qui cherche à y faire converger les flux, à en simplifier l'accès, à s'y repérer facilement, à rendre lisibles et pratiques les points de stationnement et à favoriser les mobilités actives.

A cet égard, l'échéance du marché de stationnement au premier juillet 2015 nous offre une opportunité pour repenser les conditions de stationnement en centre-ville, la signalétique et la communication du stationnement, les zones réglementées et la place indispensable à créer aux modes doux.

Plusieurs actions doivent être menées conjointement :

o la redéfinition, pour le 1er juillet 2015, d'un plan de jalonnement depuis les principales portes d'accès de la ville vers les espaces de parkings et vers le centre-ville marchand, en s'appuyant sur la mise en place d'une signalétique et sémantique dédiée et appropriée, qui tient compte du périmètre du centre-ville et d'itinéraires privilégiés pour la voiture, le vélo et les piétons,

o la gestion du stationnement, qui va supposer :

– l'optimisation de la signalétique et l'amélioration des accès aux parkings, de l'information sur le nombre de places disponibles, en lien avec le plan de jalonnement et de circulation,

– l'évolution du périmètre du stationnement réglementé en faveur des résidents, également pour prendre en compte la future place du Commando et du front de mer, et pour assurer l'équilibre des poches de stationnement,

o la reprise du plan de circulation, qui est l'opportunité :

– de réinterroger l'ensemble du fonctionnement du carrefour de la porte d'entrée nord de Saint-Nazaire, à l'intersection entre l'avenue de la République, de la Ville Halluard, et du pont de la Matte. La rénovation de la gare est également un argument justifiant l'amélioration de cette entrée, sans dégrader la régularité d'héliYce,

– de rétablir la traversée de la rue d'Anjou au niveau de la rue de la Paix, d'apaiser les circulations en étudiant la mise en place de « zones 30 », et la poursuite du plan de marquage des contre-sens cyclable pour favoriser les déplacements en vélo en centre-ville,

o enfin, les déplacements ne se limitent pas à la voiture mais également à l'offre de transport en commun, et surtout à la capacité des modes doux à desservir le centre-ville : ces questions seront traitées dans le cadre de la politique de déplacement de la ville en lien avec la révision du Plan de Déplacement Urbain piloté par la CARENE à l'échelle de l'agglomération.

Axe n° 7 : Assurer une animation attractive et ciblée et mettre en place une stratégie et des actions de communication et de promotion efficaces, par des outils appropriés au projet et à ses différentes composantes

L'animation est un important vecteur de vie et de flux, qu'il s'agisse d'animations pérennes ou temporaires, qu'elles s'adressent à un public spécifique ou au plus large possible.

L'animation doit aujourd'hui se concentrer sur le centre-ville marchand et principalement en son cœur : le parcours allant du Paquebot au Ruban Bleu doit être le lieu d'animation privilégié du centre-ville, et son épicerie – la place des Droits de l'Homme et du citoyen – doit en être la première cible, bien qu'il ne s'agisse pas pour autant de circonscrire les animations à ce linéaire et de désertier ainsi les autres places du centre-ville, qui seront abordées dans leur ensemble en cohérence avec l'axe n° 5 portant sur les espaces publics.

Les grandes directions de la politique d'animation concernent ainsi l'amélioration de :

o son contenu, dans leur lien à la politique culturelle pour qualifier et différencier la ville, dans l'intensification de la dimension de « la ville à la mer », dans le développement des ambiances urbaines (éléments de décoration, ambiances sonores...), le tout pour des publics cibles variés mais qui sont tous à considérer : un centre-ville pour tous,

o son organisation : décloisonner et rythmer le calendrier pour ne pas concentrer toutes les actions de juin à septembre :

– en ciblant davantage les vacances scolaires et les grands week-ends (mai, juin, novembre...),

– en proposant des animations moins nombreuses mais plus qualitatives, notamment en durée (sur 4-5 jours),

– en instaurant un calendrier rythmé à 3 ans.

o enfin, la mise en place d'un dispositif d'attribution de subventions par le biais d'une convention pluriannuelle avec l'association des commerçants marquera l'engagement de la Ville envers ces acteurs essentiels de la vie du centre-ville, mais auxquels il appartient d'exploiter le flux alors généré et d'animer leurs propres vitrines.

En ce domaine, la stratégie et le plan de communication devront tout particulièrement :

o intégrer les événements ayant lieu en centre-ville, notamment les événements culturels et sportifs ainsi que les dimensions culturelles et touristiques,

o valoriser la place du centre-ville dans la communication d'ensemble de la ville : le centre-ville est le bien commun de la ville, il ne s'adresse pas qu'à ses habitants ou ses commerçants,

o intégrer la dimension patrimoniale du centre-ville : la particularité des édifices bâtis du centre-ville liés à la période de la reconstruction est un élément du caractère du centre-ville et une source de sa valorisation dans l'avenir, un levier supplémentaire de la différenciation de la ville et un levier incontournable de la réussite des actions de revalorisation de l'habitat : faire connaître, reconnaître, préserver, améliorer, promouvoir et valoriser le patrimoine bâti des années 50, est un levier fondamental pour rétablir ce parc d'habitat et valoriser l'identité de la ville,

o la démarche de candidature pour la labellisation « Ville d'art & d'histoire », engagement de campagne, viendra renforcer cette perception de notre spécificité patrimoniale.

Réussir le pari de la rénovation du centre-ville suppose donc la réalisation d'un nombre conséquent d'actions variées dans leur contenu, leurs effets, leur calendrier, et leur mise en œuvre. Cela implique de les appréhender dans une logique globale qui entraîne une méthodologie de mise en œuvre et une gouvernance appropriées.

L'organisation de la mise en œuvre du projet s'appuiera notamment sur :

o la poursuite et l'intégration du travail engagé par les commerçants par le biais des comités de liaisons : cette instance de travail partagée qui réunit notamment l'association des commerçants, le Ruban Bleu, et la CCI, a vocation à se poursuivre et constituer un socle de référence de la démarche de concertation,

o l'instauration d'un dispositif d'échange spécifique ouvert à tous les commerçants,

o la mise en place d'Ateliers Citoyens, notamment sur l'animation et les pratiques du centre-ville, ouverts à tous les Nazairiens sur volontariat.

Au regard de ces éléments, mes Chers Collègues, je vous propose :

- de valider la présente délibération-cadre, en considérant que l'ensemble des futures délibérations relatives au centre-ville feront désormais explicitement référence à la présente délibération,*
- d'autoriser le Maire ou son représentant à rechercher et mobiliser toutes subventions utiles au projet et à signer tous les documents y afférents. »*

Un plan Marshall, dense et ambitieux, pour le centre-ville de Saint-Nazaire. Reste à mettre les moyens pour sa bonne application ! Bonne chance à eux !

photo © Macel Dominique