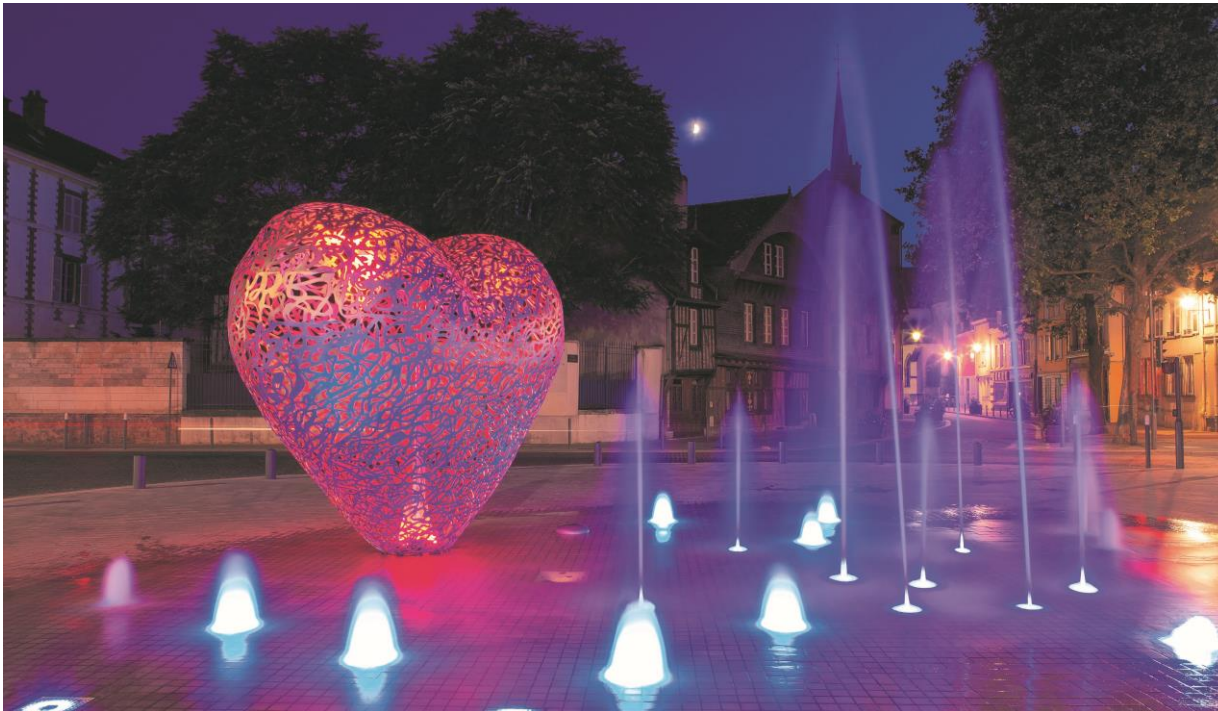

PRÉSENTATION DU CARNET PRATIQUE : REDYNAMISER LE CŒUR DES VILLES MOYENNES

Carole Delaporte, Christine Tarquis,
L'Institut Paris Region

Commission développement économique de l'AMIF - 13 avril 2023



L'INSTITUT PARIS REGION

- 60 ans d'expérience,
- 230 experts au service de la Région et des territoires,
- une expertise pluridisciplinaire unique,
- une vision à 360° des problématiques de développement et d'environnement.



PÔLE ÉCONOMIE ET SOCIÉTÉ

Économie, démographie, habitat, sécurité, santé, sports...

Un appui aux collectivités pour saisir les évolutions des modes de vie et élaborer des stratégies adaptées...



PÔLE URBANISME ET TRANSPORTS

Foncier, aménagement, paysage, planification, mobilités, gouvernance.

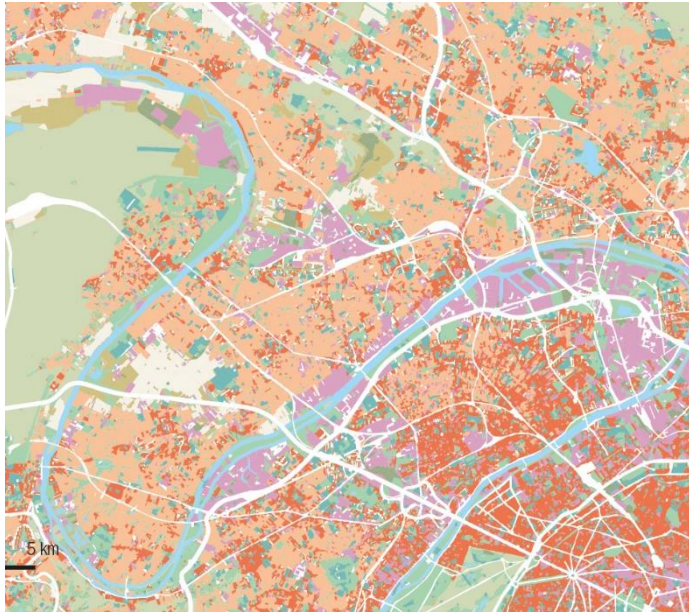
Une approche spatiale des territoires et des projets, une articulation transports, urbanisme



PÔLE ENVIRONNEMENT

Environnement urbain et rural, biodiversité, énergie-climat, gestion des déchets...

Une démarche transversale et différenciée selon les espaces et les échelles, jusqu'à l'îlot...



CARTES ET DONNÉES

Cartes interactives, storymaps,
webmaps, open data, cartoθήque,
Mode d'occupation du sol (MOS)...

*Des outils précieux pour
comprendre les mutations
du territoire et anticiper
les évolutions à venir.*

FORMATIONS

*Les fondamentaux de l'urbanisme, Les Essentiels,
des formations réservées aux élus,
des interventions in situ,
des visites thématiques...*

*Des sessions animées par
nos experts et nos partenaires, bénéficiant du
référencement qualité Datadoc.*



Présentation du carnet pratique

REDYNAMISER LES CŒURS DE VILLE



LES CARNETS PRATIQUES N° 11
DE L'INSTITUT PARIS REGION

REDYNAMISER LES CŒURS DE VILLE

Dynamiques démographiques et résidentielles en berne, rideaux baissés des commerces, baux à céder, les centres des villes moyennes subissent de plein fouet les contrecoups de la mondialisation, de la métropolisation et de l'exurbanisation. Comment lutter contre la désertification et la désaffection du public, comment enrayer la vacance commerciale et résidentielle? Recréer du lien, animer les espaces publics, améliorer le parcours client, concevoir des aménagements propices à la balade et à la détente afin d'attirer le chaland, faciliter l'accès au centre, se différencier des grandes enseignes et des e-commerçants en offrant des services personnalisés: les initiatives se multiplient pour ranimer le cœur de nos villes et bourgades. Ce carnet pratique propose un cadre opérationnel et stratégique aux acteurs de terrain en explorant et répertoriant différents types d'actions réussies à travers le pays.

10 €
N° 11 • JUILLET 2020
ISSN 21 05-4256
ISBN 978-2-7371-2141-8



 **BANQUE des
TERRITOIRES**



Pourquoi ce carnet pratique ? Pour qui ?

- **Fragilisation** des centres villes depuis de nombreuses années
- Déploiement de plusieurs **dispositifs** pour accompagner la revitalisation des commerces et centres villes
- Mais, des approches parfois compartimentées et manquant de recul

Objectif de l'Institut, appuyé par la Banque des territoires : proposer un document destiné aux élus et opérationnels afin de faciliter la mise en œuvre d'une stratégie globale de revitalisation d'un centre-ville.



Quel contenu ?

Le carnet pratique, **une boîte à outils** :

- Destinée aux **collectivités et acteurs de l'aménagement**
- Construite autour de **5 thèmes** en 50 bonnes pratiques

Vivre au **quotidien**

Accéder au centre-ville, **y circuler**

Se distraire, se cultiver, s'émerveiller

Se loger

Travailler, s'implanter, entreprendre

- Déclinées en **2 types d'actions**

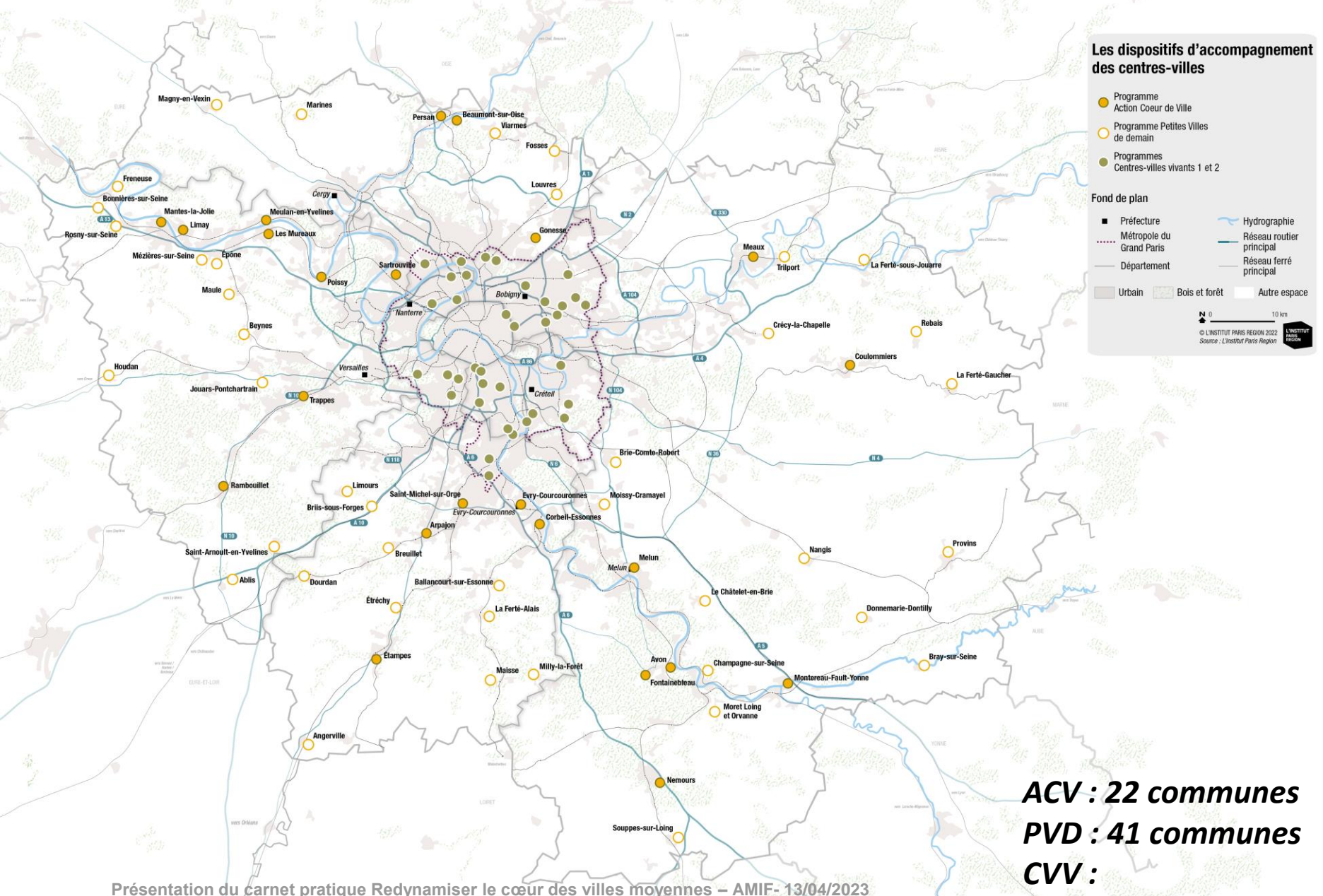
Fiches cadre : exemples de politiques, de démarches, de concepts ou d'outils

Fiches actions : exemples localisés dans des communes situées en Île-de-France et en région.

Un travail **non exhaustif** amené à être complété sur des sujets particuliers



Les dispositifs d'accompagnement des Centres-villes en IDF



Trois méthodes de délimitation spatiale des CV

Méthodes permettant un **repérage automatique**, révisable à une échelle territoriale très large des centres villes.

Utile pour l'élaboration de **documents de planification**, croiser les données et permettre ainsi des **analyses** statistiques

3 méthodes de qualification fondées sur :

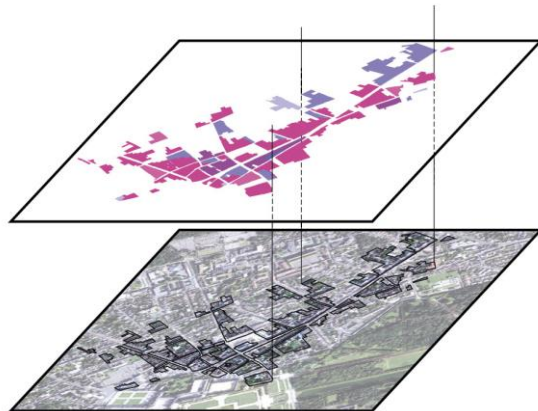
- L'analyse des tissus urbains
- Les concentrations d'équipements et leur accessibilité
- Un indice de marchabilité



Trois méthodes de délimitation spatiale des CV

1- Par la qualification des tissus urbains

Délimitation spatiale du centre-ville à partir des formes bâties



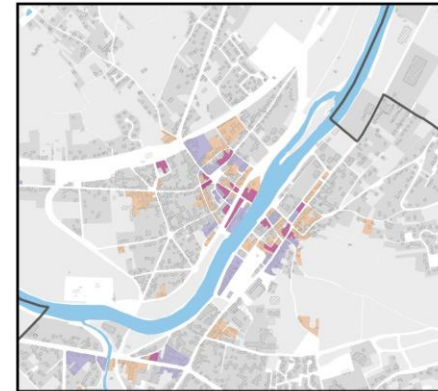
- Habitat villageois
- Ancien bas
- Ancien moyen
- Ancien haut
- Collectif bas hétérogène
- Collectif moyen hétérogène
- Collectif haut hétérogène

© L'INSTITUT PARIS REGION, 2019
Source : L'Institut Paris Region

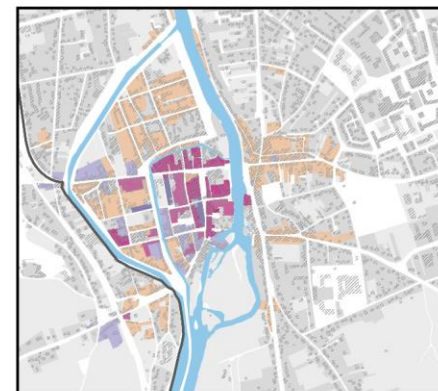


Exemple du centre-ville de Fontainebleau et caractérisation des tissus qui le composent.

Typologie de formes urbaines



La Ferté-sous-Jouarre : centre-ville de type multipolaire



Nemours : centre-ville de type aréolaire

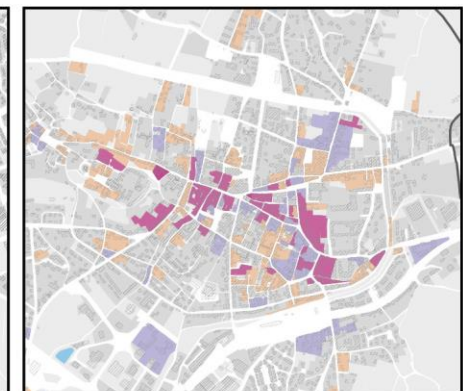
Tissus urbains de centre-ville

- Habitat villageois
- Ancien bas
- Ancien moyen
- Ancien haut
- Collectif bas hétérogène
- Collectif moyen hétérogène
- Collectif haut hétérogène
- Bâtiments
- Hydrographie

0 500 m

© L'INSTITUT PARIS REGION, 2019

Source : L'Institut Paris Region, IGN BDTOPO v3

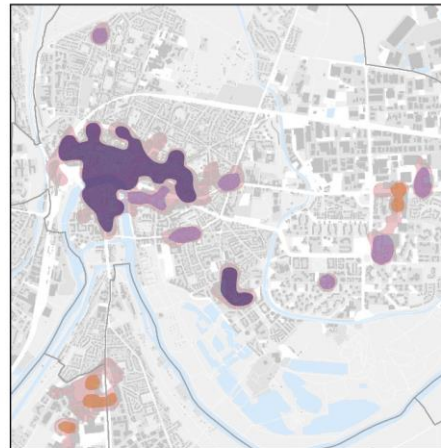


Provins : centre-ville de type réticulaire

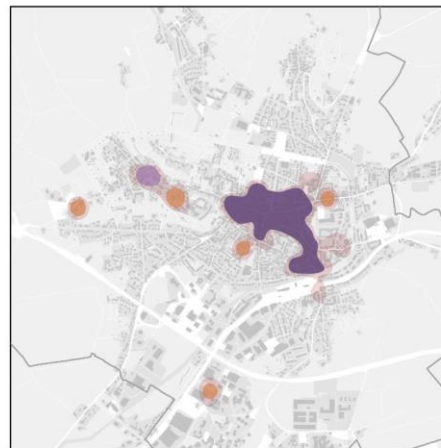
Trois méthodes de délimitation spatiale des CV

2- Qualification par la **concentration et l'accessibilité des équipements**

Délimitation du centre-ville à partir des polarités d'équipements



Meaux



Provins

Types de polarités

- Centre ville
- Polarité de quartier
- Polarité commerciale
- Zones de moindre densité

0 500 m
© L'INSTITUT PARIS REGION, 2020
Source : L'Institut Paris Region

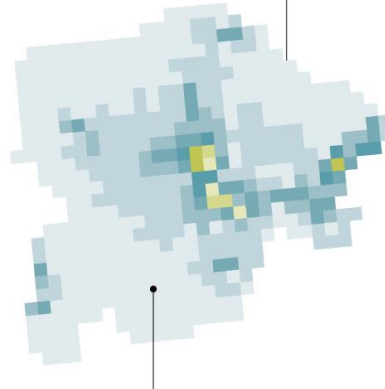


Trois méthodes de délimitation spatiale des CV

3- Qualification par le **walkscore**, ou indice de marchabilité :

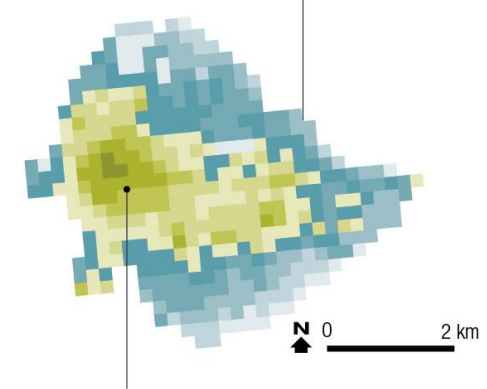
Le potentiel de marchabilité déterminé selon le nombre d'activités accessibles à pied par la trame viaire marchable

Beynes - Yvelines



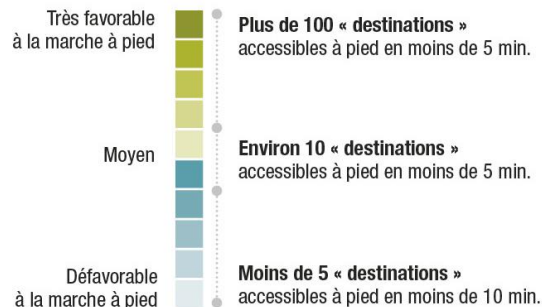
Beynes, 7 500 habitants, est un exemple de ville avec une majorité de carreaux défavorables à la marche à pied. La carte reflète également la répartition de quelques zones favorables à la marche, correspondant au cœur historique de la commune, et à une nouvelle centralité de type lotissement.

Meaux - Seine-et-Marne



Meaux, 54 000 habitants, est un exemple de ville de grande couronne, en majeure partie urbanisée, très favorable à la marche à pied. La carte des scores de marchabilité reflète cette densité d'aménités et /ou du maillage viaire.

Score d'accessibilité à pied



Qu'est-ce qu'un territoire favorable à la marche ?

Un territoire cumulant le plus de « destinations » accessibles à pied dans un rayon maximum de 3 km et dans un temps restreint. Les « destinations » les plus rapides à atteindre sont celles qui obtiennent le score le plus élevé.



© L'INSTITUT PARIS REGION, 2019
Source : L'Institut Paris Region



Volet « Vivre au quotidien dans le centre-ville »

- Le centre-ville, lieu de **convergence des différents usages** et de **mixité sociale**
- Le maintien et le renforcement de **la diversité des fonctions** en centre-ville, élément essentiel à sa dynamisation
- Ouvrir le centre-ville à de **nouveaux usages**
- **Le rôle primordial de la fonction commerciale**



Les fiches

DES OUTILS POUR CONNAÎTRE ET ORIENTER LES ACTIVITÉS COMMERCIALES

- **L'observatoire du commerce**, un outil de connaissance et d'aide à la décision
- **Le manager de centre-ville**, interface entre la ville et les commerçants
- La mobilisation des **documents de planification** pour redynamiser le centre-ville
- **Les droits de préemption** : outil d'intervention privilégié pour agir sur le commerce
- **La charte des devantures commerciales**, l'exemple de Châtillon

DES LIEUX, DE NOUVELLES OFFRES POUR RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DU CV

- Le marché, une locomotive pour l'animation du centre-ville
- Renouveler l'offre commerciale : la boutique éphémère de Sucy-en-Brie
- La vente directe de produits frais avec l'enseigne : Au Bout du Champ à Levallois



Les fiches

MAINTENIR UNE DIVERSITE DES FONCTIONS ET UNE OFFRE VARIEE

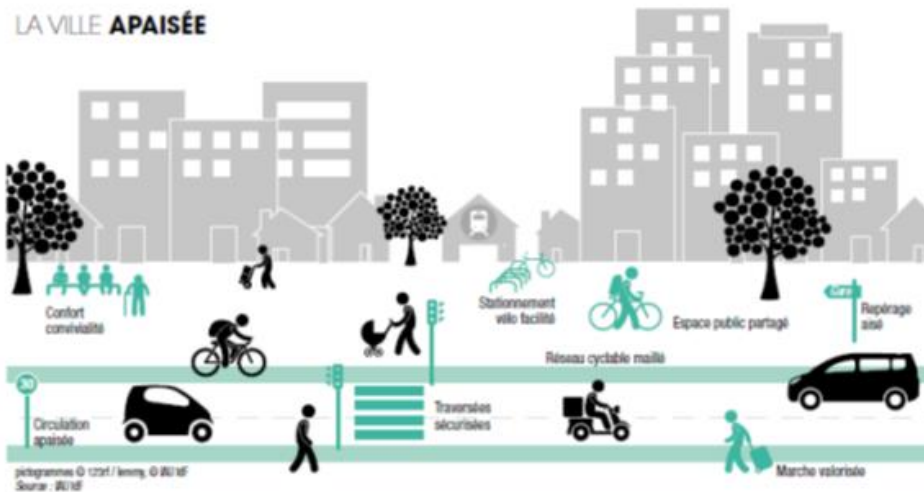
- Des rez-de-chaussée commerciaux aux **usages multiples**
- Renouveler l'organisation des services publics : **la MSAP du Val d'Essonne** devenue Maison France Services
- Le premier relais télésanté d'Essonne : **le cabinet d'infirmiers à Moigny-sur-École**



Volet « Accéder au centre-ville, y circuler »

Repenser le modèle de l'espace public dans sa conception, son organisation et son exploitation

- Pour une **mobilité locale vertueuse** : plus de marche, plus de vélos, moins de voitures
- Dans un espace public **apaisé, convivial et mieux partagé** : mobilité pour tous et notamment pour les plus vulnérables
- Grâce à une **démarche transversale, co-construite avec tous les acteurs**, riverains, commerçants, professionnels et usagers



Les fiches

AMÉLIORER L'ACCESSIBILITE

- Le **transport à la demande**, les exemples de **proxi'bus** à Coulommiers – pays de Brie et de **Covoit'ici** dans le Vexin français



DÉVELOPPER LES MOBILITÉS ALTERNATIVES EN CENTRE-VILLE

- Le **vélo** à la rescousse des cœurs de ville de grande couronne
- Les expérimentations de **navettes autonomes** avec l'exemple de **NAV.E** : une **navette autonome** pour desservir le centre-ville de Verdun



AMÉNAGER & GÉRER L'ESPACE PUBLIC DE CENTRE-VILLE

- **Requalifier** l'espace public : Le projet « **cœur de Soisy** »
- La **convivialité** au service des usagers
- **L'urbanisme tactique** : une nouvelle manière de construire la ville
- La gestion et la tarification du **stationnement**
- La **logistique** en 3D : circuler, stationner, livrer
- Un service pour **signaler les dysfonctionnements** à Mérignac



Ré-enchanter les espaces publics

DES ESPACES PUBLICS PLUS AGRÉABLES

Cette infographie est une **illustration** de la diversité des interventions possibles pour **améliorer la convivialité et le bien-être** dans différents types de quartiers.

Elle propose dans des tissus existants des **objets de convivialité** et leurs **10 univers** associés.



- Sensoriel
- Partage
- Commerce
- Événementiel
- Arts
- Sport, jeu
- Mobilité active
- Nature
- Numérique
- Fonctionnel



D'avantage de nature en ville, d'échanges, de mobilité active, de propreté, moins de pollution, de bruit, des quartiers vivants et sécurisés, sont **des objectifs largement partagés**.

Chaque projet est unique, les acteurs interviennent selon leur budget et leur vision du bien-être général.

- 10 propositions pour intervenir**
- S'appuyer sur l'existant et sur les initiatives locales
 - Prendre en compte les usages
 - Penser aux publics vulnérables sur l'espace public
 - Aménager léger
 - Expérimenter avant de pérenniser
 - Mixer les univers de convivialité
 - Adopter une attitude écoresponsable
 - Privilégier la présence humaine aux systèmes automatisés
 - Prévenir les conflits d'usages
 - Équilibrer les ambiances (animé / calme)

Volet « Se distraire, se cultiver, s'émerveiller »

- **Les lieux et événements culturels**, un atout pour l'image du centre-ville
- **La valorisation et la restauration du patrimoine** bâti pour rendre le centre-ville plus attachant
- **Le sport** comme outil d'animation par l'organisation d'événements ou l'intégration de parcours ou installations temporaires



Les fiches

DÉPLOYER OU VALORISER UNE OFFRE CULTURELLE, SPORTIVE ET DE LOISIRS

- Construire l'**identité** du centre-ville
- La mise en valeur d'un centre-ville par le tourisme (Nogent-sur-Seine, Troyes)
- Capitaliser sur un lieu culturel dynamique et hybride : **la ferme du Buisson à Noisiel**
- Organiser une **biennale d'arts** à Boissy-Saint-Léger
- Le déploiement d'une politique touristique : Nogent-sur-Seine et Troyes
- Valoriser le **patrimoine bâti** pour rendre les centres-villes désirables
- La création d'un pôle socioculturel et sportif pour animer un quartier



Volet « Se loger dans le centre-ville »

Manque **d'attractivité** des logements de CV face à l'attrait de la maison individuelle avec jardin

Développement de la **vacance**

Inadaptation d'un **parc essentiellement privé, ancien, parfois insalubre**

L'intervention sur le logement = un des leviers de redynamisation du centre-ville

Par la **rénovation du parc existant,**

Par le **renouvellement urbain**

Les cibles privilégiées : les **jeunes décohabitants, les seniors**

Les difficultés :

- des modèles économiques qui nécessitent **intervention du public** et la **créativité dans les montages**
- La difficile **compatibilité entre rénovation urbaine et préservation** du patrimoine bâti



Les fiches

REHABILITER LE PARC ANCIEN

- Prendre en compte le **parc privé ancien dans une politique globale de l'habitat**
- Pour une **offre résidentielle attractive** en centre-ville : le plan Epinal au cœur
- De **nouveaux outils** pour résorber les îlots insalubres

RENOUVELER ET DIVERSIFIER L'OFFRE DE LOGEMENTS

- Habiter autrement en créant de la diversité sociale et générationnelle : **l'habitat participatif**
- Transformer le **patrimoine industriel en habitat** : l'usine Boldoflorine à Houdan
- Développer une offre de **logements pour les plus démunis** : Solidarités Nouvelles pour le Logement
- Lutter contre l'isolement des personnes âgées : **la résidence intergénérationnelle** de Montigny-les-Cormeilles

S'APPUYER SUR LES GRANDS OPERATEURS IMMOBILIERS

- **CDC habitat**, opérateur immobilier global de la banque des territoires et acteur d'action cœur de ville
- L'intervention d'**Action Logement** dans le programme d' Action Cœur de ville



Volet « Travailler, s’implanter, entreprendre »

Fragilité économique des villes moyennes : part faible de l’emploi francilien, effectifs employés en stagnation, nombre important de navetteurs

Rôle de centralité économique et capacité de résilience face à la métropolisation

Mutation des activités économiques : désindustrialisation (friches), tertiarisation, poids important de l’économie présentielle, de l’emploi public

L’économie de proximité particulièrement présente dans les centres-villes

Quel modèle de développement économique ?

Une carte majeure à jouer pour le centre-ville : développer les emplois pour les actifs et l’offre de services aux résidents



Les fiches

REINTRODUIRE DE NOUVELLES ACTIVITES

- Réindustrialiser le centre-ville : la maroquinerie Rioland à Châteauroux
- Encourager l'artisanat d'art : la Cour des Arts à Vauréal
- Reconvertir un ancien site industriel : le Château à Nanterre

CRÉER DE NOUVEAUX ESPACES DE TRAVAIL

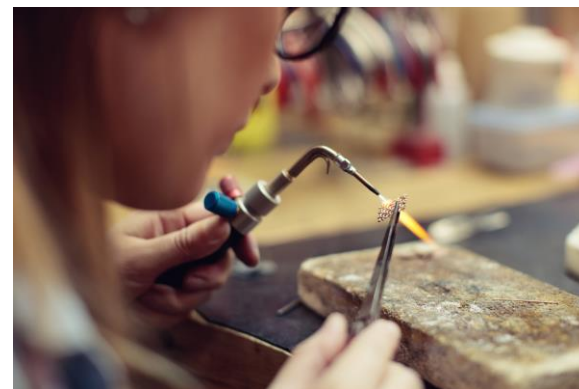
- **Les tiers lieux**, des espaces de travail innovants pour le centre-ville

FAIRE PLACE A LA NOUVELLE ECONOMIE

- **L'économie collaborative** comme levier de développement pour le centre-ville
- **L'économie éphémère**, une opportunité pour le développement d'une offre de services renouvelée et diversifiée
- Générer de l'activité économique et des emplois : la **ressourcerie** Le Cercle à Nanterre

DEVELOPPER LA FORMATION

- Déconcentrer l'offre de formation : la **Digitale Académie de Montereau-Faut-Yonne**



Le guide pratique « Prendre en main l'attractivité de son centre-ville »



SOMMAIRE

PRÉAMBULE	1
AVANT-PROPOS	3
INTRODUCTION	9
1 • LES APPORTS DU MARKETING TERRITORIAL AUX POLITIQUES D'ATTRACTIVITÉ D'UN CENTRE-VILLE	11
Marketing territorial et attractivité des centres-villes : de quoi parle-t-on ?	11
Le marketing territorial à l'écoute des publics utilisateurs	20
Une double ambition : attirer en centre-ville mais aussi ancrer	22
2 • LA QUESTION DE LA MISE EN ATTRACTIVITÉ DU CENTRE-VILLE ET MÉTHODOLOGIE	27
Bâtir sa démarche de marketing territorial autour de cinq séquences	27
Conclusion	30
3 • LES FICHES TECHNIQUES ET BONNES PRATIQUES	33
Le mode d'emploi	33
1 • Construire et mobiliser	39
2 • Diagnostiquer	49
3 • Élaborer un plan d'action et le mettre en œuvre	59
4 • Agir sur l'expérience vécue dans le centre-ville	65
5 • Bâtir un récit attractif	87
6 • Promouvoir le centre-ville	103
7 • Ancrer les acteurs et fidéliser les publics	119
8 • Attirer	133
9 • Évaluer	147
CONCLUSION	153
ANNEXES	155
Bibliographie	155
Webographie	160
Liste des contributeurs et partenaires	160
Index des lieux cités	161

En téléchargement gratuit :

<https://www.institutparisregion.fr/nos-travaux/publications/prendre-en-main-lattractivite-de-son-centre-ville/>

27 FICHES TECHNIQUES BASEES SUR UN CANEVAS

CARNET PRATIQUE PRENDRE EN MAIN L'ATTRACTIVITÉ DE SON CENTRE-VILLE

- 1 Nom de la technique
- 2 Usage proposé
- 3 Lieux concernés
- 4 Descriptif
- 5 Mise en œuvre
- 6 Acteurs à mobiliser et partenaires
- 7 Exemple concret de bonne pratique
- 8 Livrable
- 9 Visuel
- 10 Autres usages possibles
- 11 Niveau de difficulté (en temps et en budget, définir une grille d'intensité)
- 12 Aller plus loin (autres initiatives identifiées ou références)

FICHE TECHNIQUE N° 4

TESTER L'ATTRACTIVITÉ DE SON CENTRE-VILLE AVEC LA TECHNIQUE DU « PERSONA »

CADRE
 Pour mieux appréhender les usages d'un centre-ville, la technique du persona permet de vivre l'expérience de différents utilisateurs et d'analyser, à travers un personnage fictif, le comportement d'un groupe d'individus que l'on souhaite cibler.

DESRIPTIF
 Un persona caractérise un personnage imaginaire représentant le profil type d'une clientèle auquel s'intéresse la stratégie d'attractivité du centre-ville. Pour cerner au mieux sa personnalité, chaque persona se

voit assigner un prénom et une série de critères. La méthode se prête à une grande variété de profils : nouvel habitant, visiteur, salarié d'une entreprise locale, entrepreneur à la recherche d'un tiers-lieu, potentiel commerçant, etc. Aussi, il est nécessaire de se focaliser sur les cibles les plus stratégiques pour le projet d'attractivité du centre-ville.

Habituellement, chaque persona est défini de la manière suivante :

- Ses besoins et aspirations (éléments non formalisés, émotions).
- Les bénéfices tangibles et intangibles qu'il



“
 Acheter selon des critères éthiques est parfois difficile
”

Bio
 Fatou est une jeune designeuse digitale. Née à Saint-Denis, elle travaille dans une grande agence de communication parisienne. Fan de la banlieue, elle recherche des expériences enrichissantes dans les centres-villes. Souvent déçue, elle garde une forte motivation pour trouver le centre-ville qui saura lui plaire et où elle pourra vivre.

FATOU RIVIÈRE
 26 • Designeuse • Fashionista

Motivations

Variété de l'offre	★★★★
Personnalisation	★★★★★
Social	★★★

Ambitions

- Acheter selon des critères éthiques et de développement durable
- Pouvoir vivre une expérience intense dans un centre-ville

Craintes

- Offre insuffisante
- Manque d'animation

Applications les plus utilisées





Exemple de fiche persona simplifiée.
 Source : L'Institut Paris Region, 2022

Merci de votre attention

carole.delaporte@institutparisregion.fr

christine.tarquis@institutparisregion.fr

Télécharger notre carnet pratique :

https://www.institutparisregion.fr/fileadmin/NewEtudes/000pack2/Etude_2372/cp11_bat.pdf