



PROJET DE REDYNAMISATION DU CENTRE ANCIEN DE ville x

**Accompagnement
de la Municipalité de ville x
pour la programmation participative
de son projet**

Composition du groupe pluridisciplinaire acteurs locaux

ATOUPS/POINTS FORTS

centre ancien de ville x

- Patrimoine architectural
- Site castral
- remparts

- Métiers de bouche

- Richesse associations

- gastronomie

- Présence de services publics et divers (pharmacie, médecins,...)

- Patrimoine naturel
- Notoriété mondiale du Toarcien
- Vigne du vieux ville x
- Bords du Thouet

- Espaces disponibles propices à toute sorte de manifestations (Place Saint Médard, Place Jeanne d'arc)

- Parkings gratuits

- Labels obtenus par la ville
- Label « 4 fleurs »

- Tourisme vert

- Situation géographique

- Office de tourisme de pôle

▼ POINTS FAIBLES

▼ ARBRES DE CAUSES & D'EFFETS

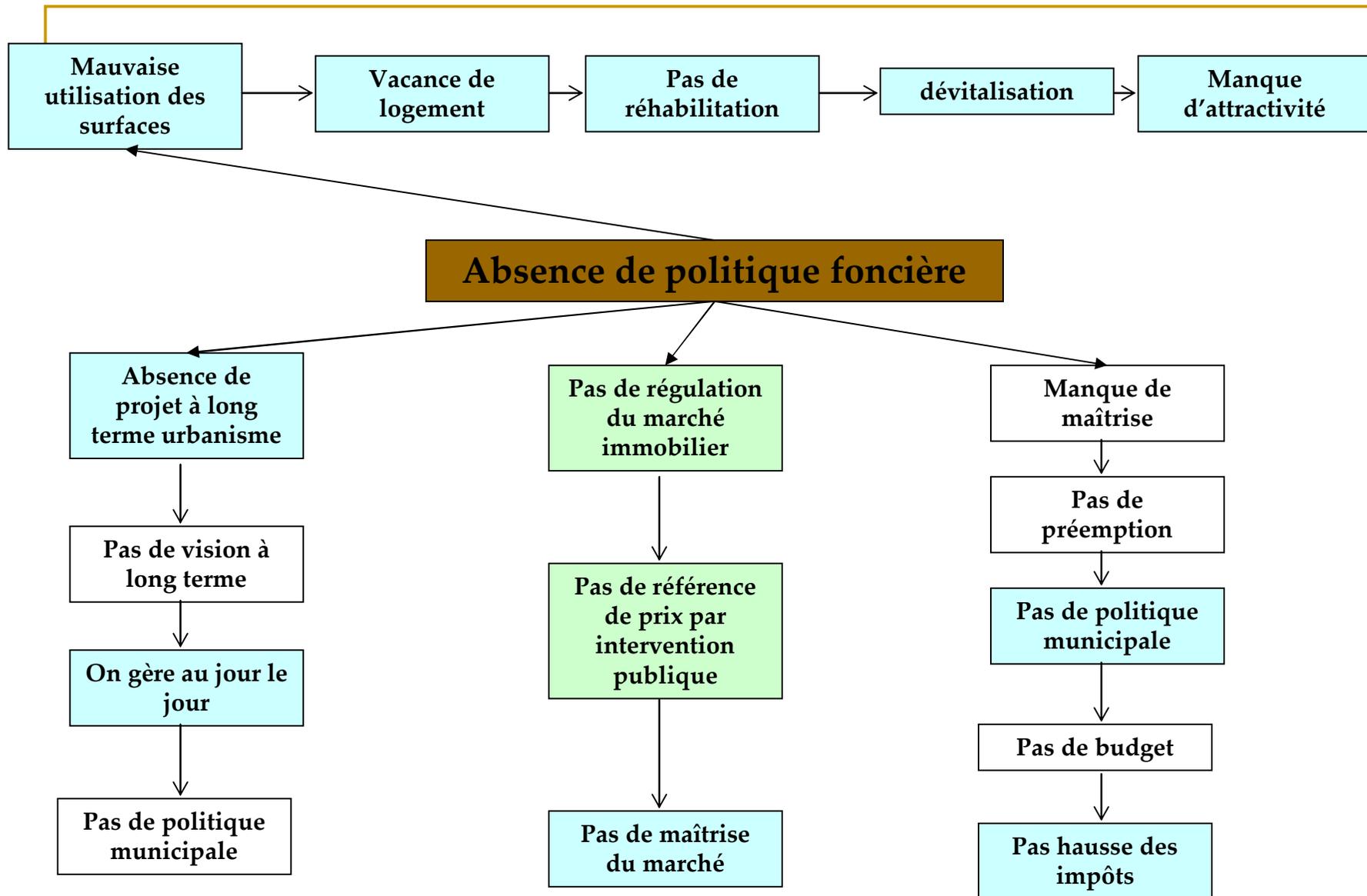
(analyse des problèmes prioritaires)

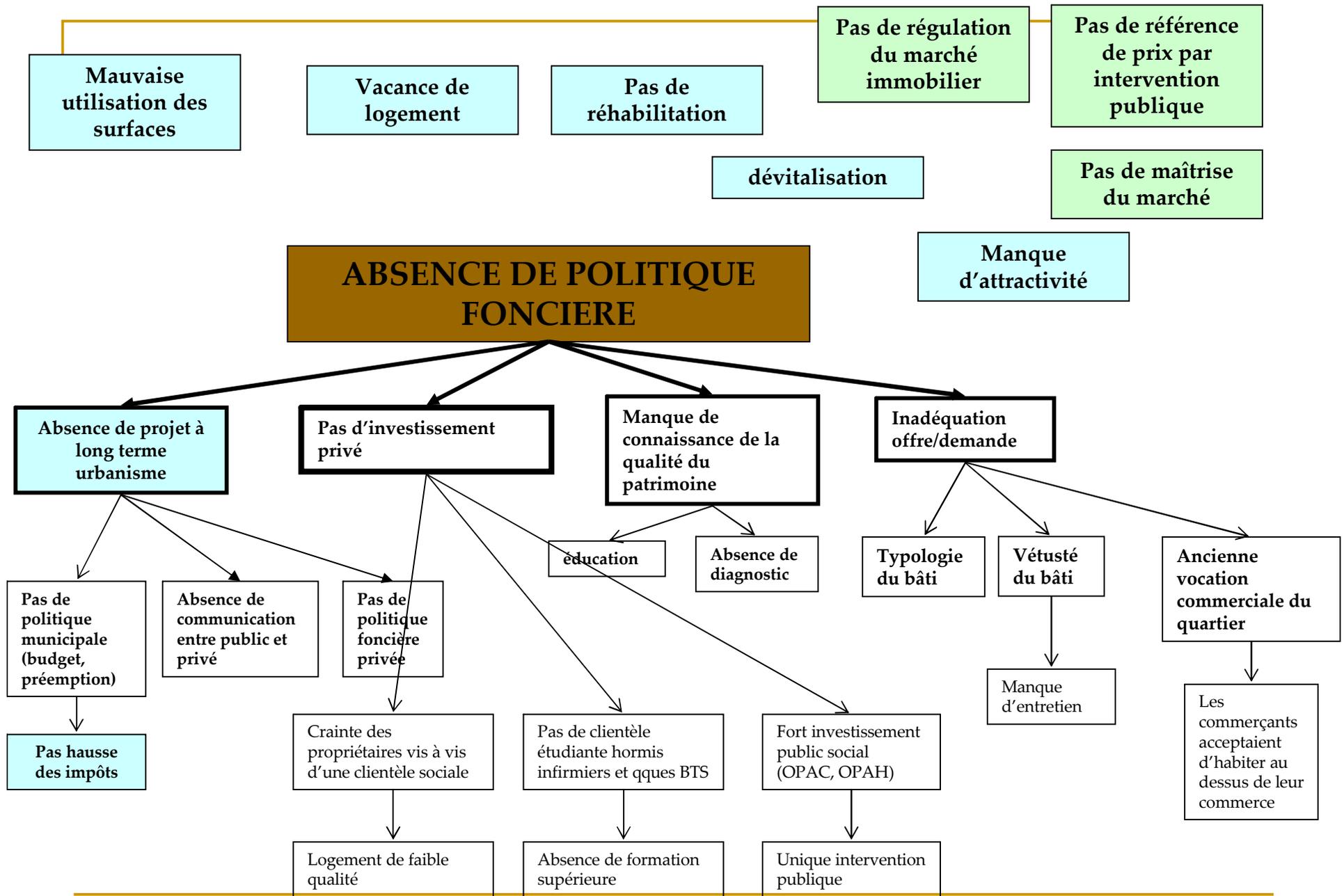
▼ ARBRES D'OBJECTIFS

POINTS FAIBLES

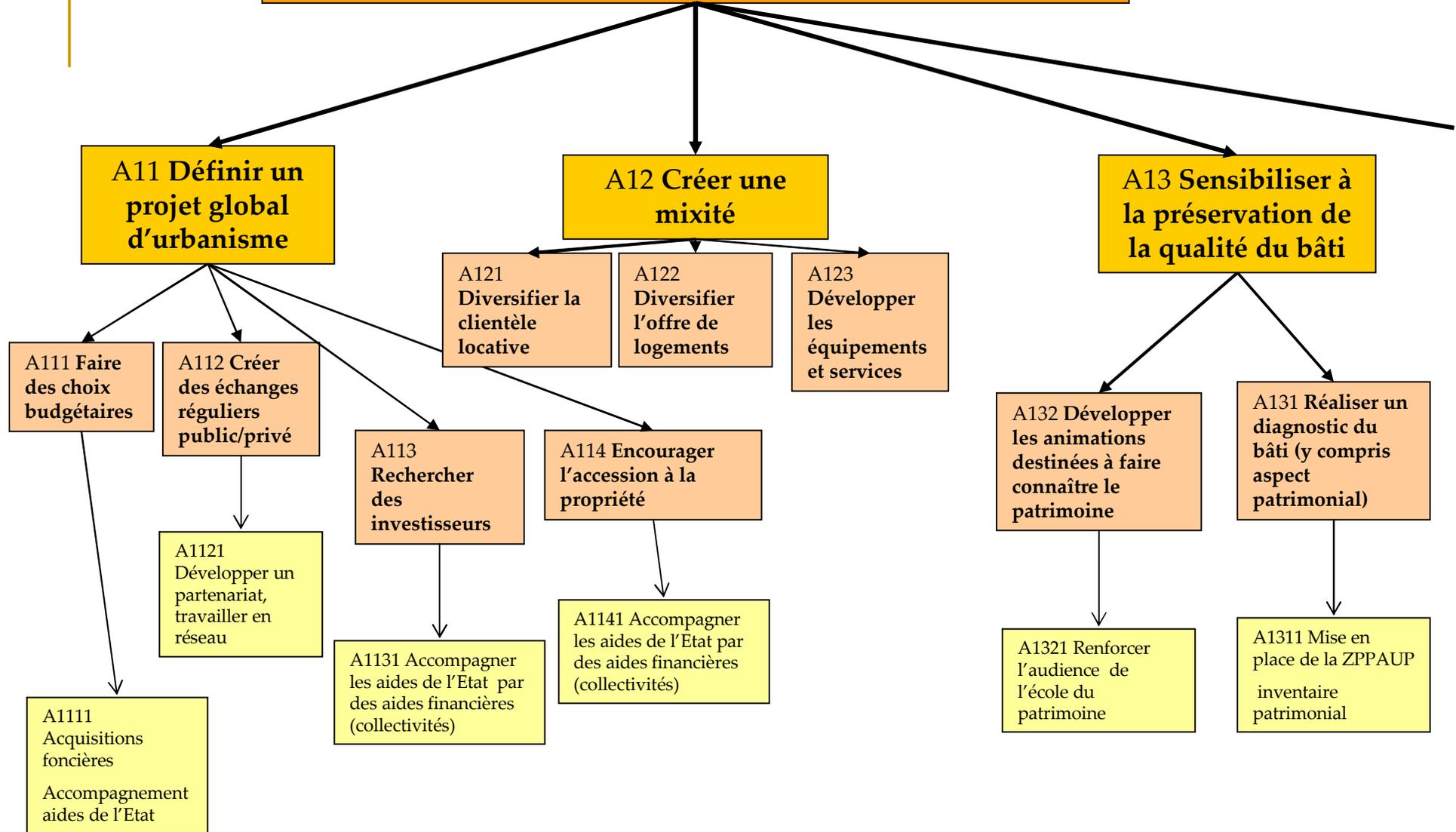
composante aménagement urbain/ immobilier

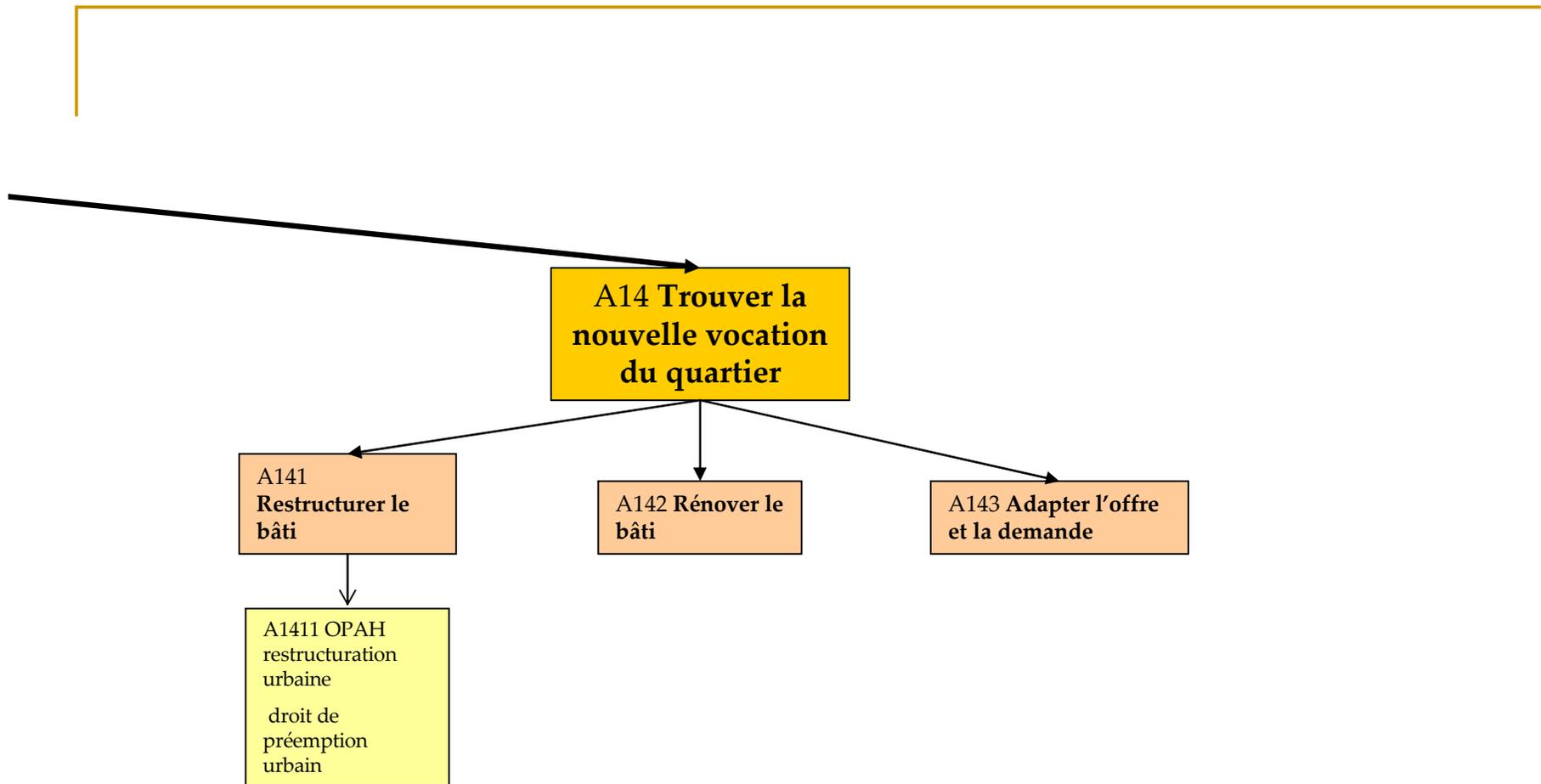
- Politique foncière
- Trop de petits logements
- Vétusté des immeubles

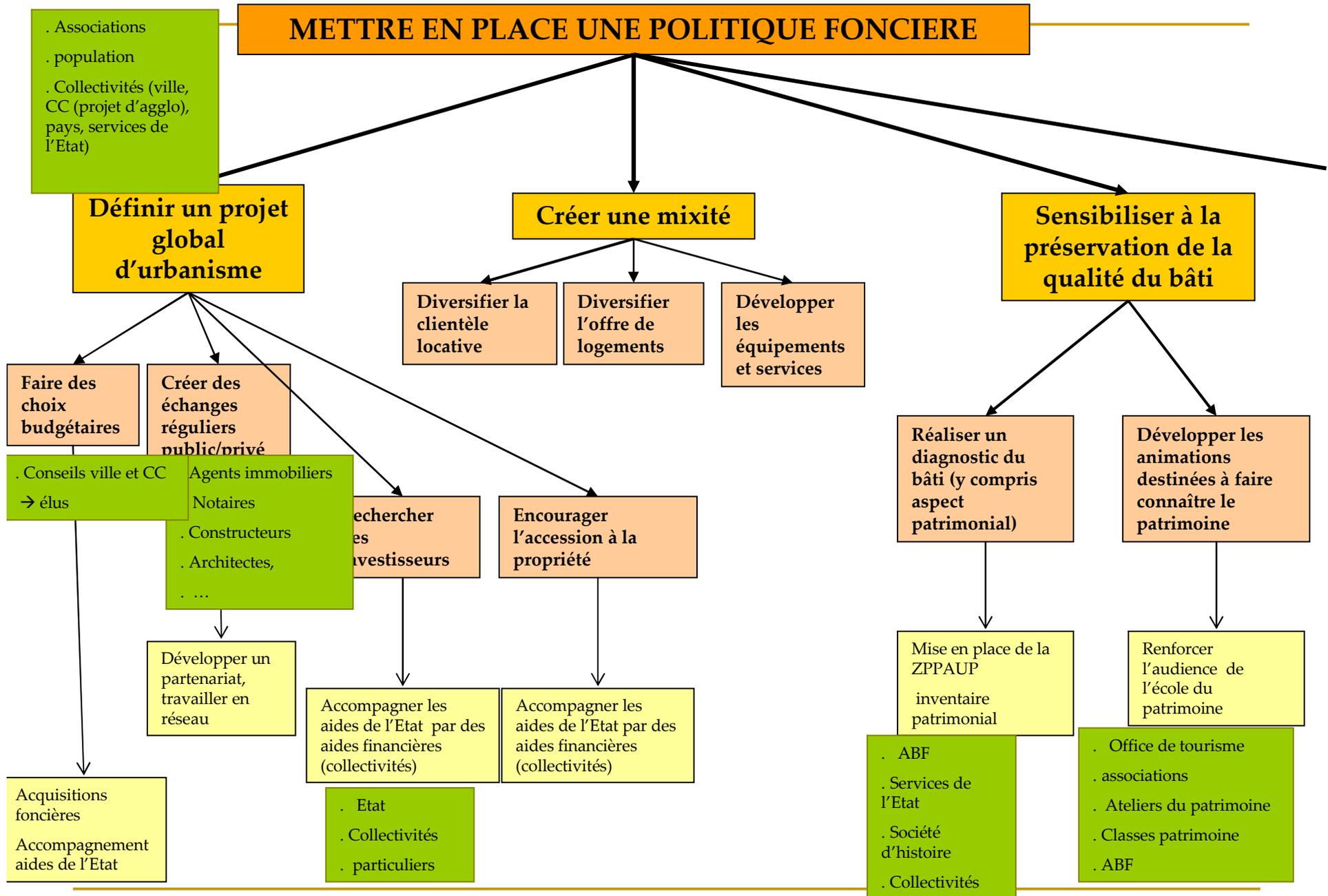


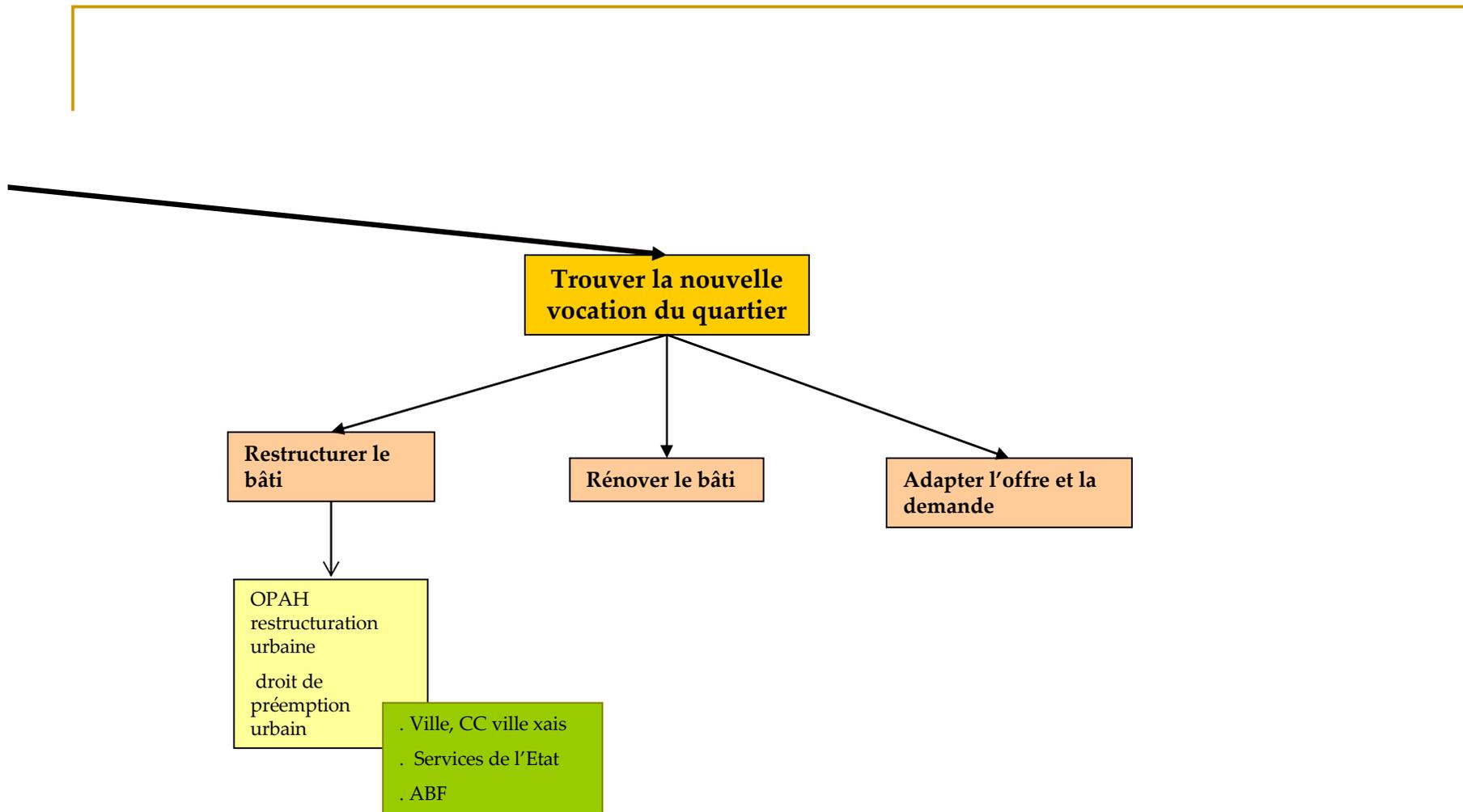


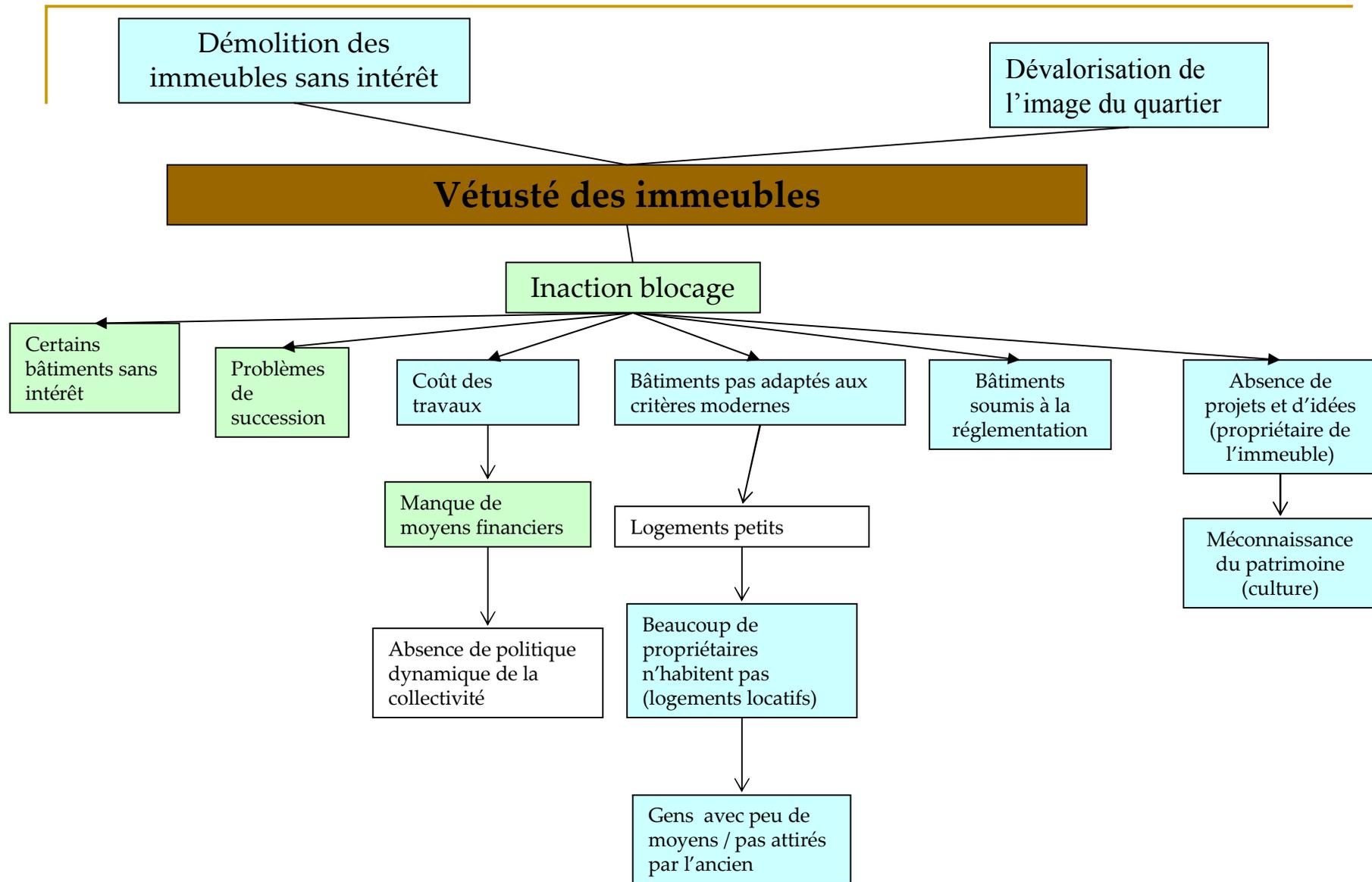
A1 METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE FONCIERE

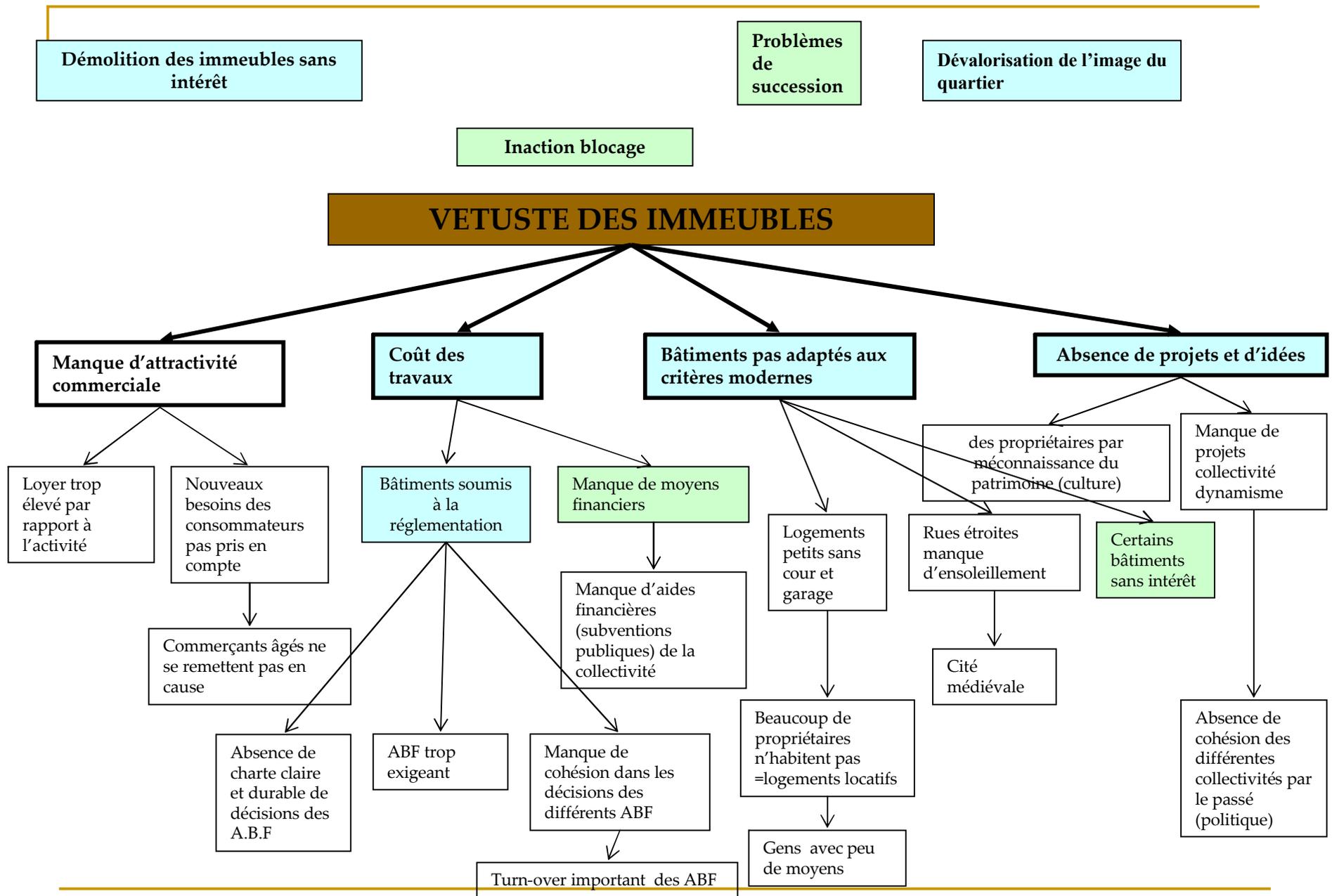


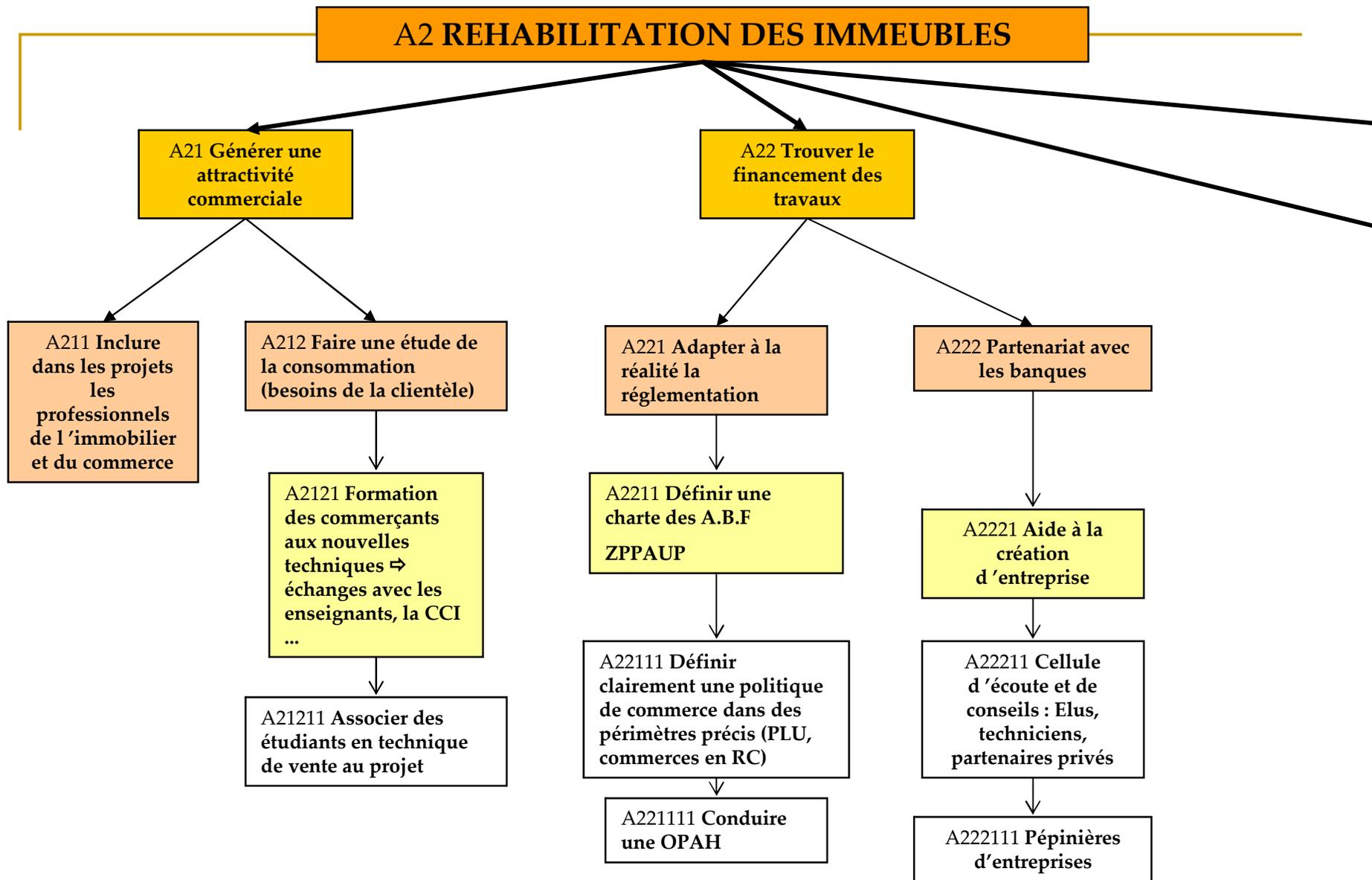


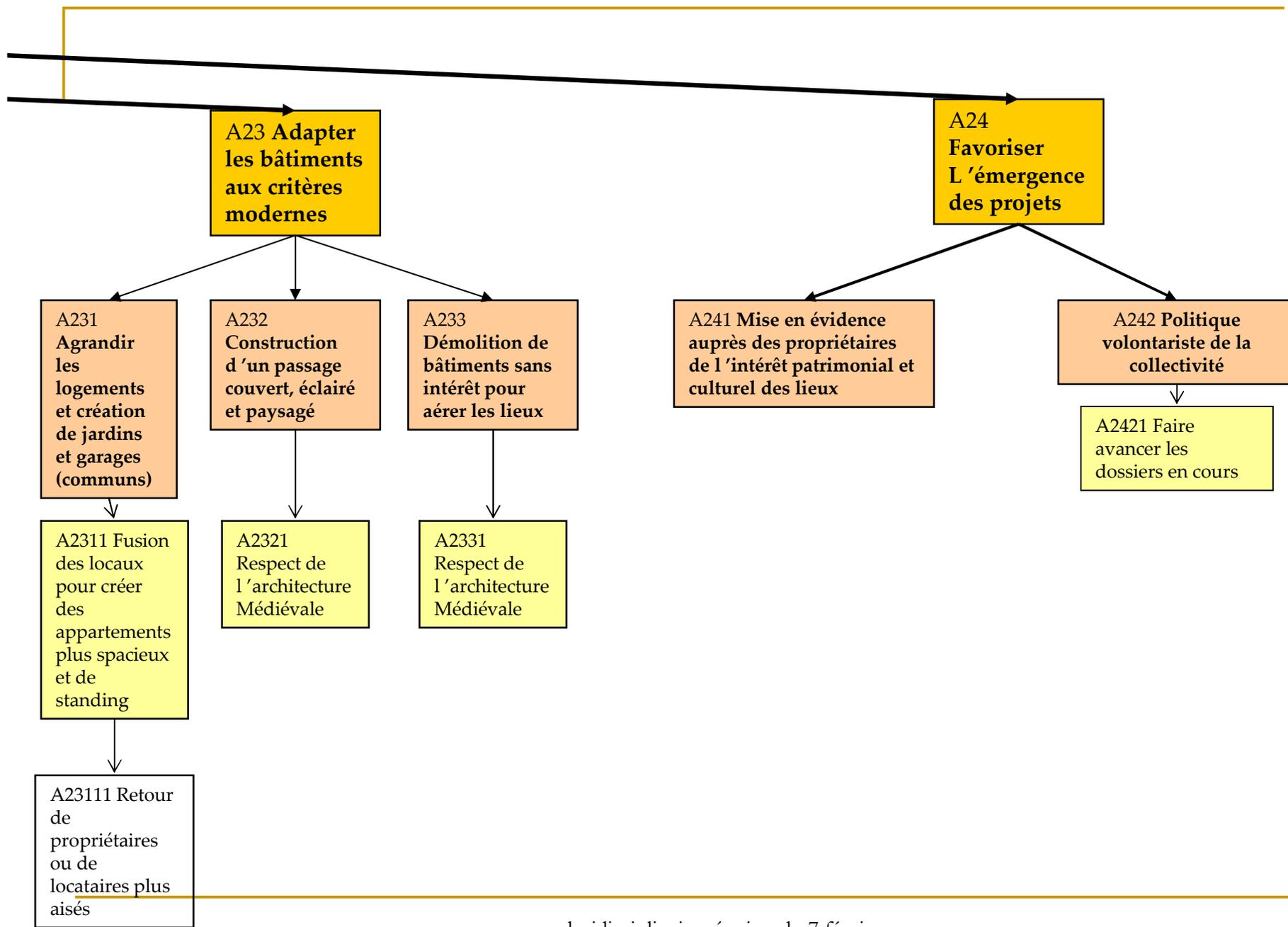




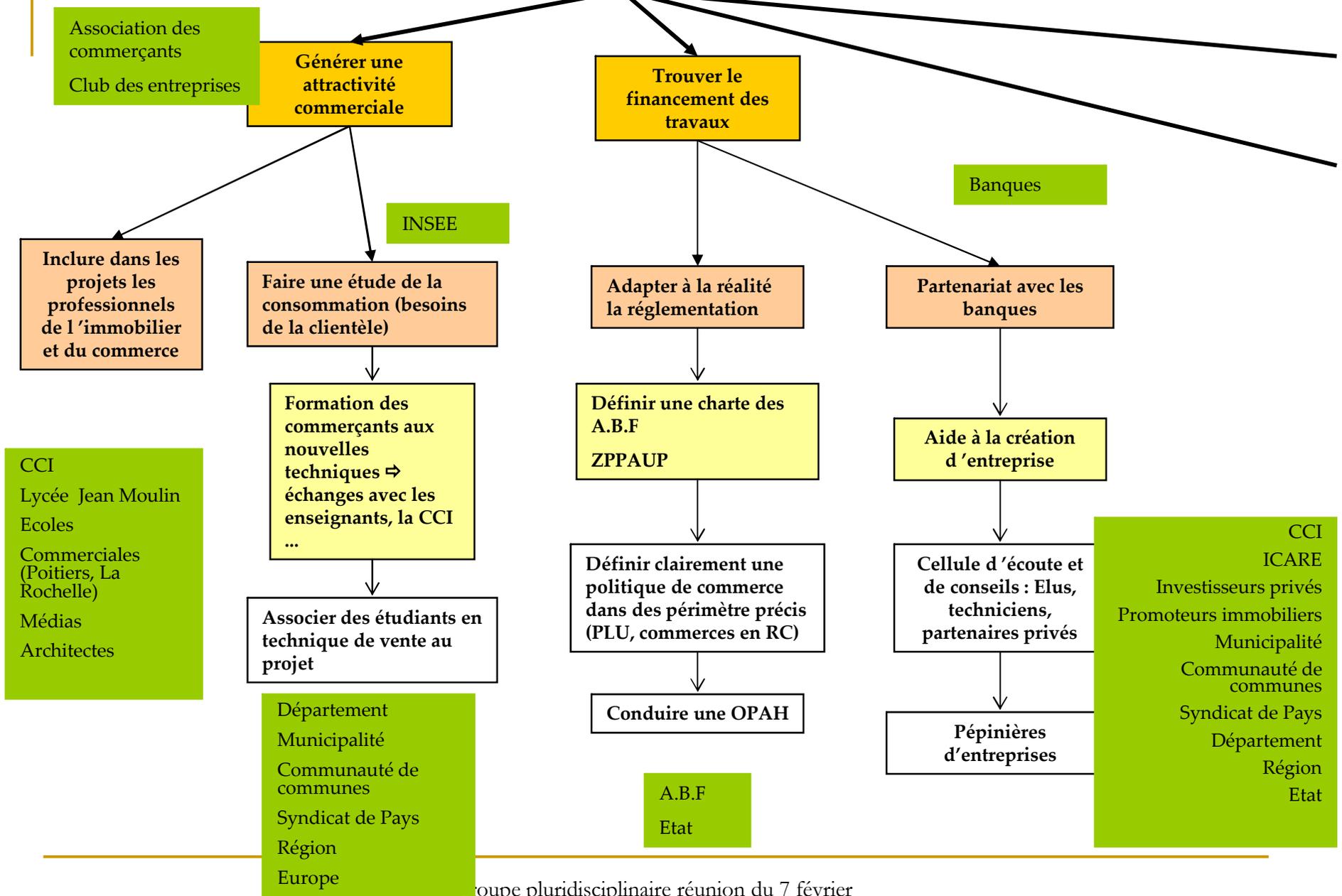


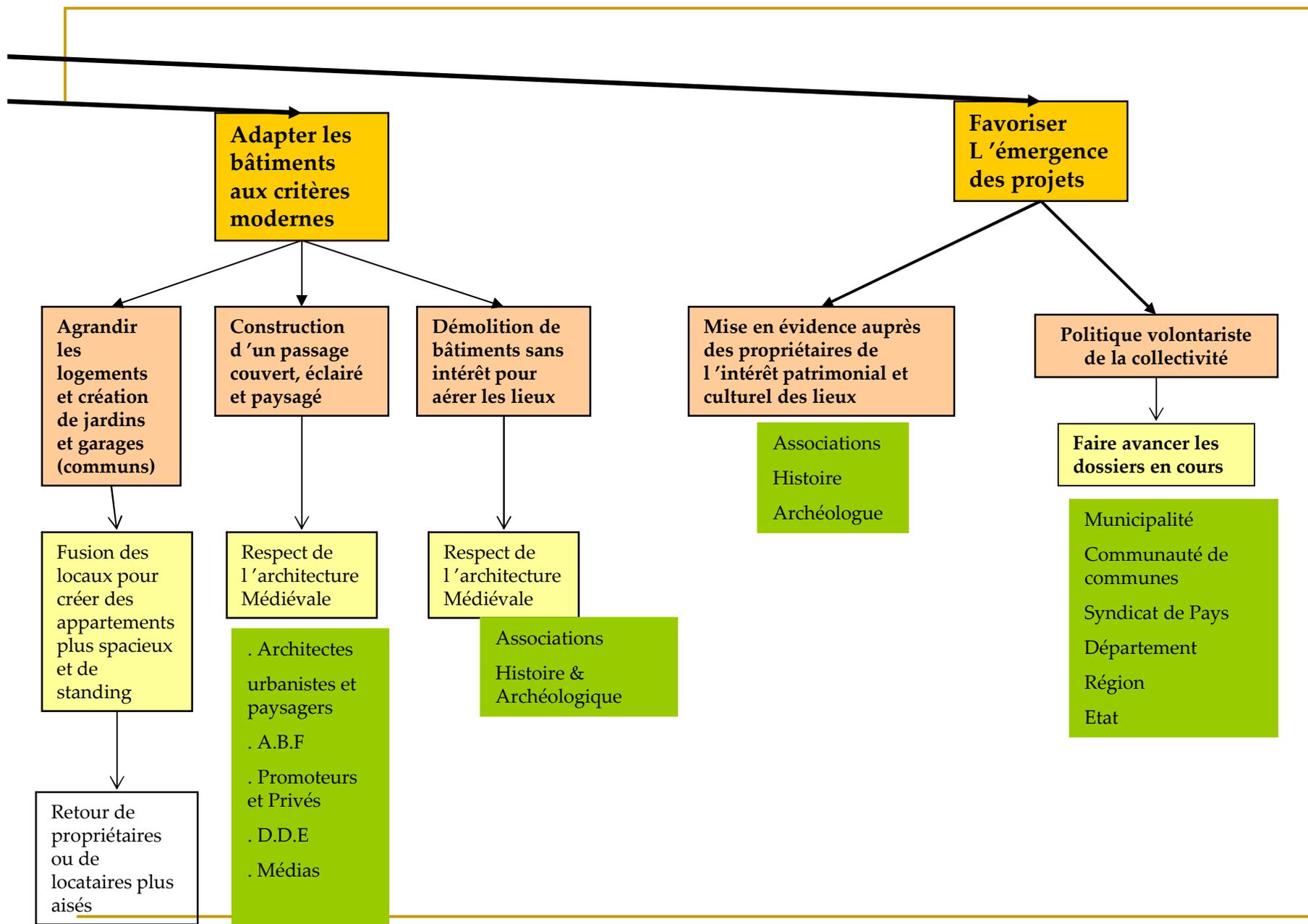






REHABILITATION DES IMMEUBLES





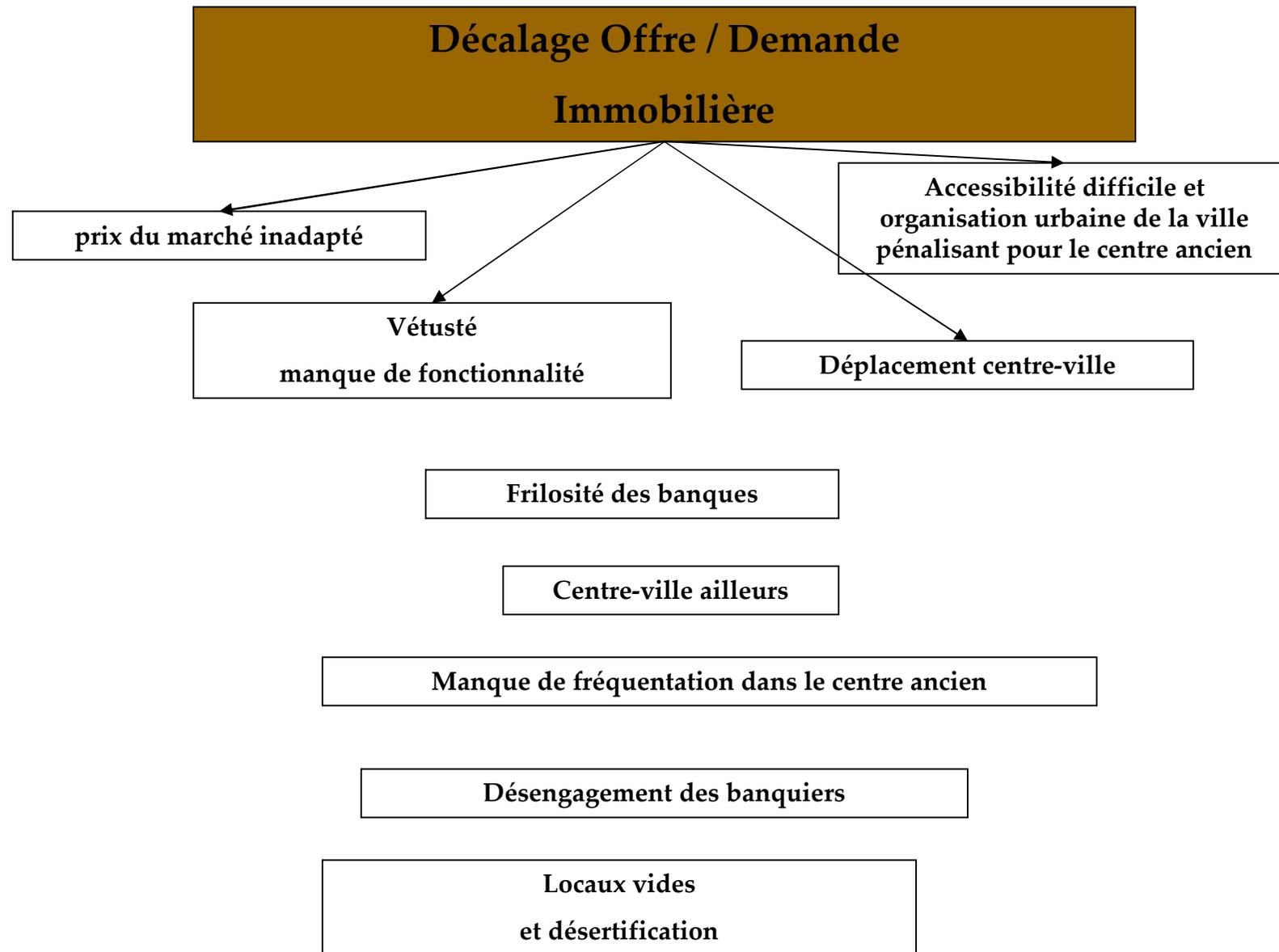
POINTS FAIBLES

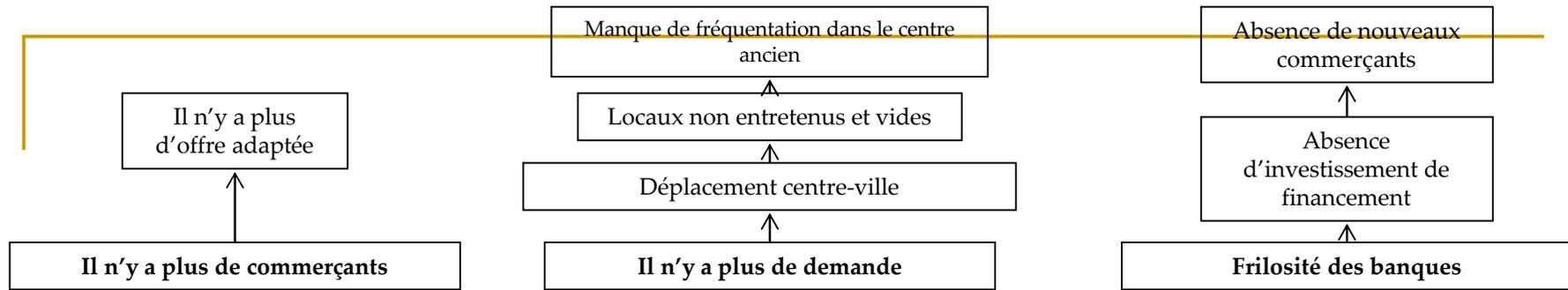
composante commerciale

- Paupérisation (logements sociaux)
- Positionnement du secteur bancaire
- Pas de pôles attractifs
- On passe mais on ne s'arrête pas (arrêt minute)
- Nouvelles habitudes du consommateur
- Petitesse et non fonctionnalité des locaux existants
- Potentiel et qualité de la clientèle
- Professionnalisme des commerçants
- Cohésion de l'association des commerçants
- Signalétique
- Difficultés d'approvisionnement
- Climat, luminosité
- Déplacement du centre ville (au delà de la Place Lavault)
- Géographie défavorable (le Thouet)

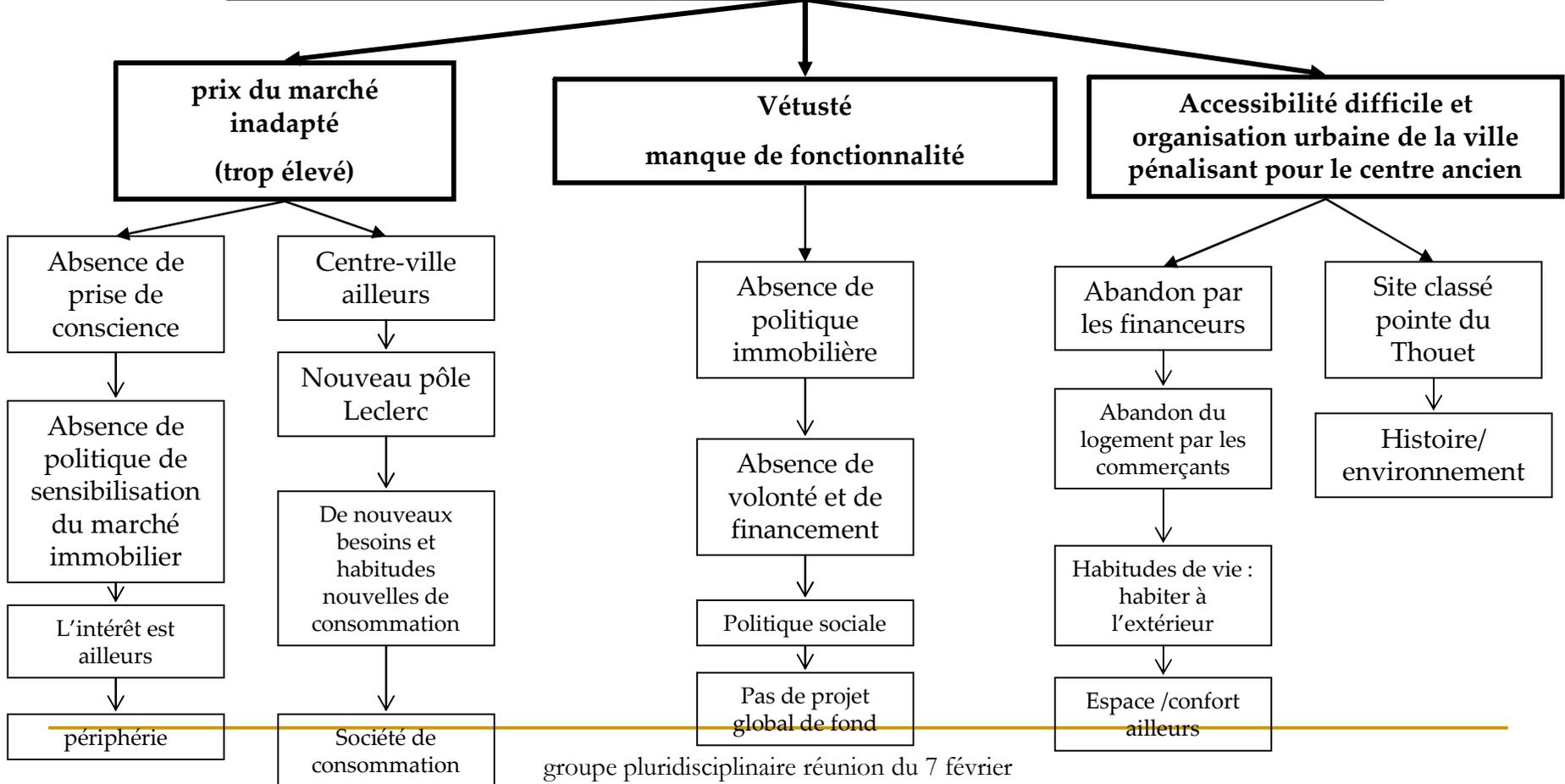
Points faibles priorisés

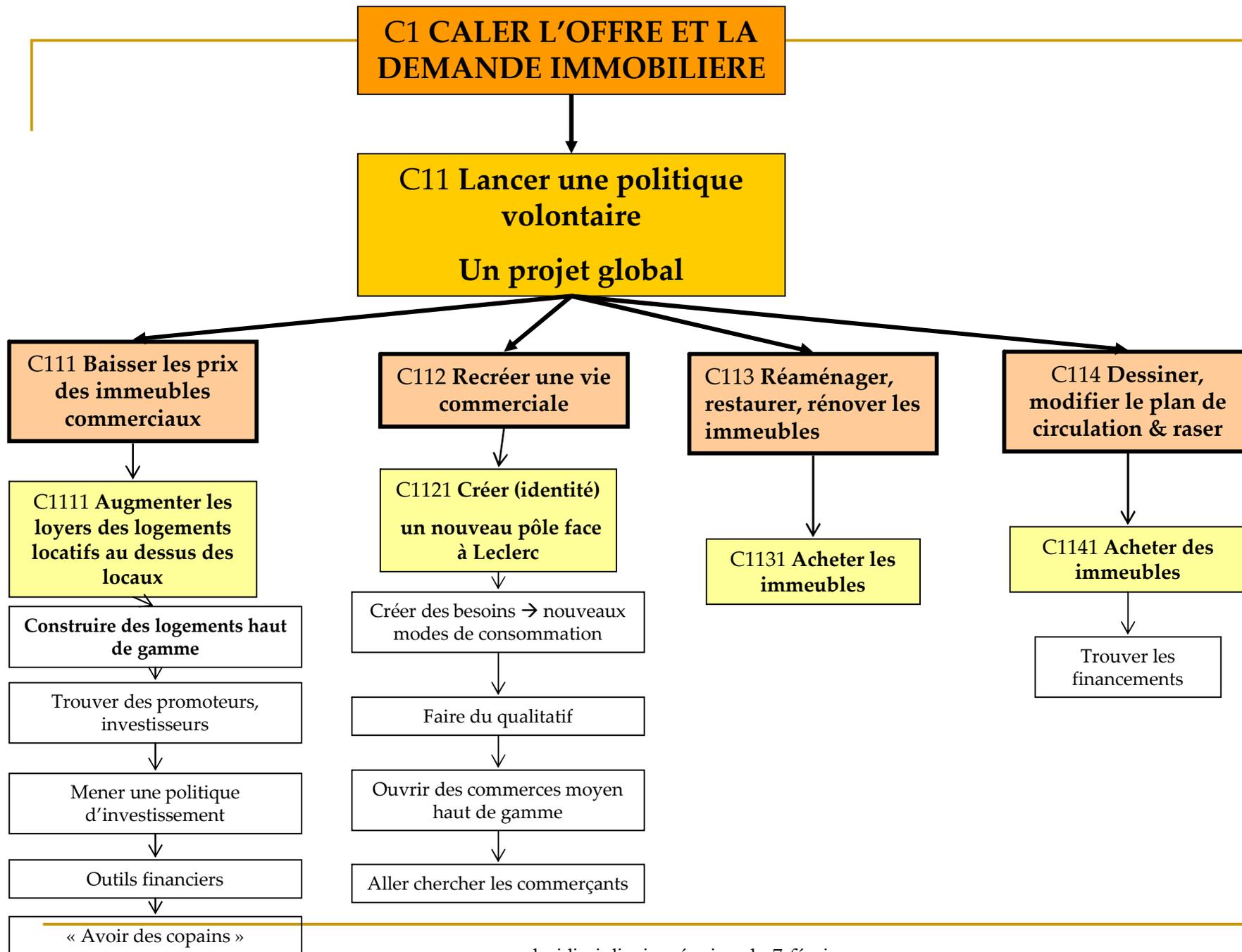
- **Pôle attractif manquant**
- **Décalage offres/demandes** immobilière, inadaptation des locaux, frilosité bancaire
- **Géographie défavorable** et déplacement du centre ville de ce fait

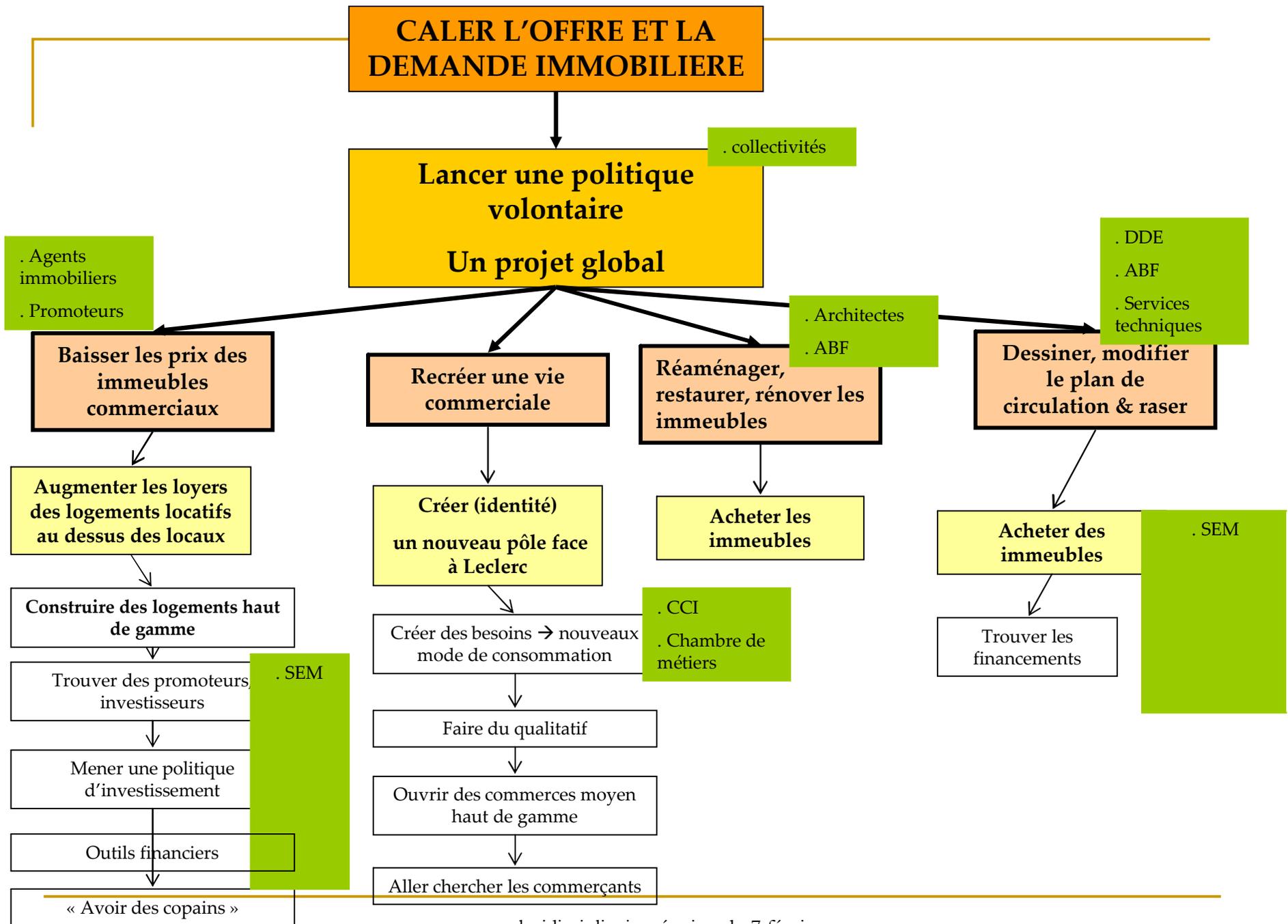


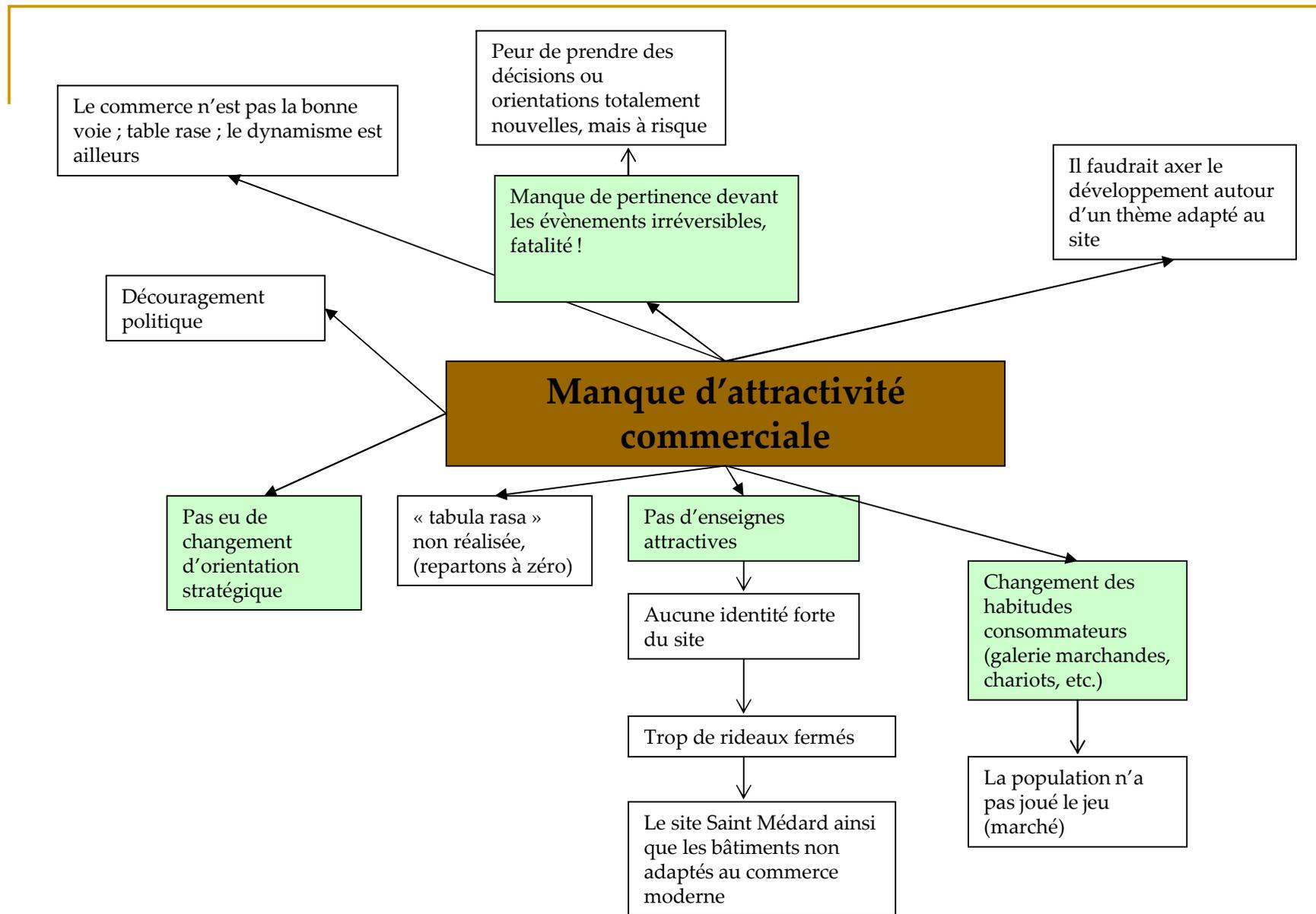


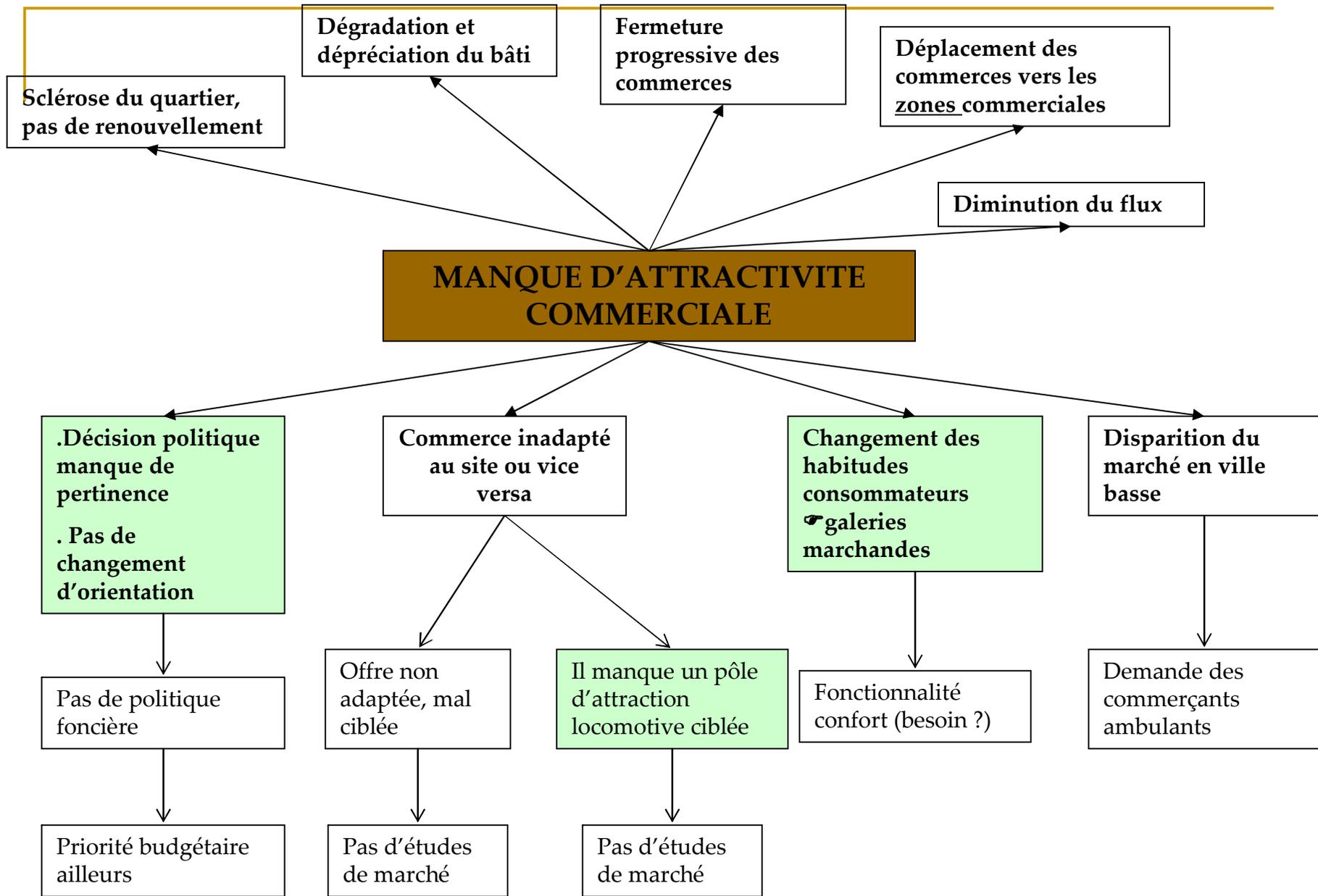
DECALAGE OFFRE/DEMANDE IMMOBILIERE

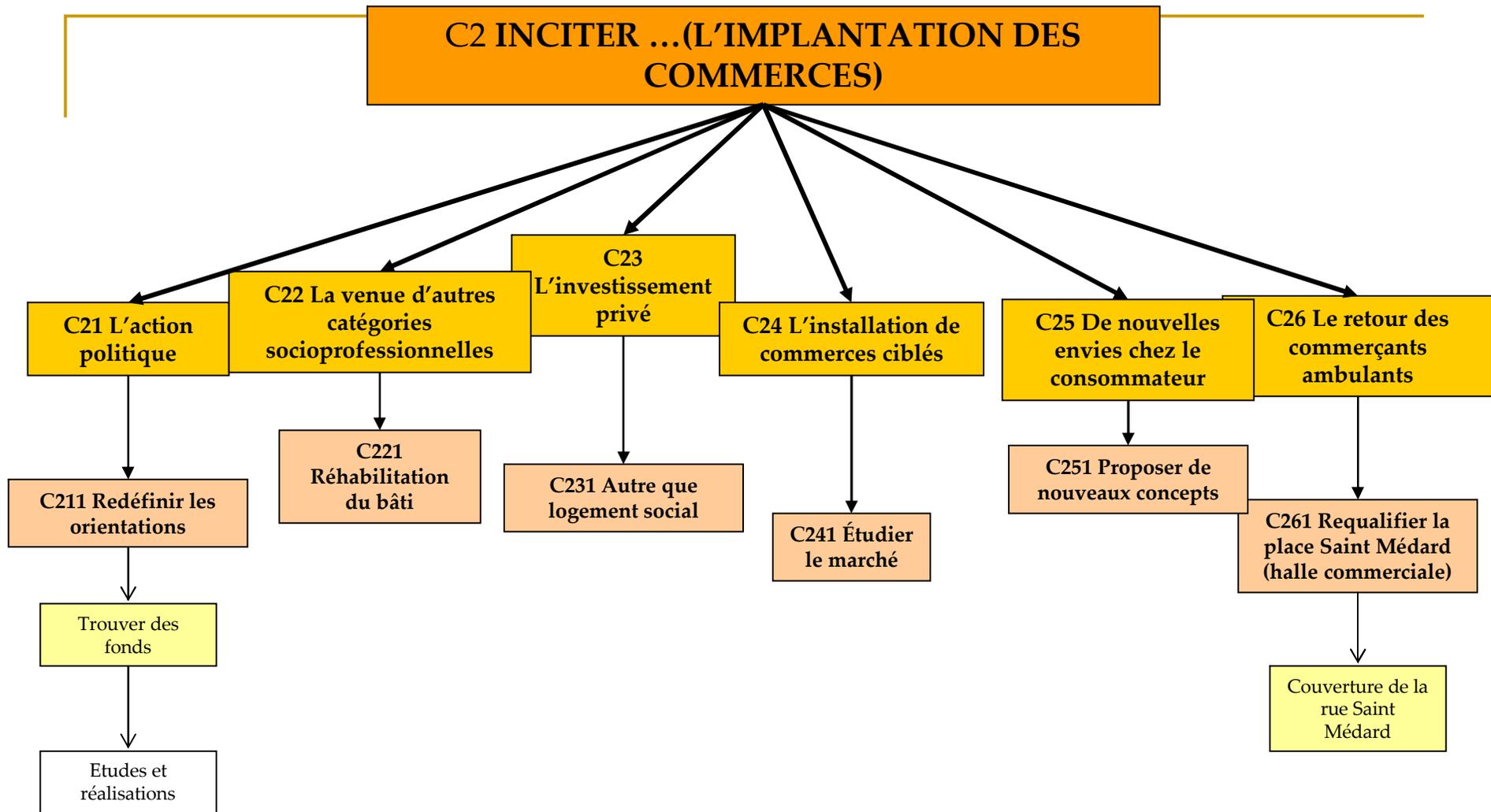


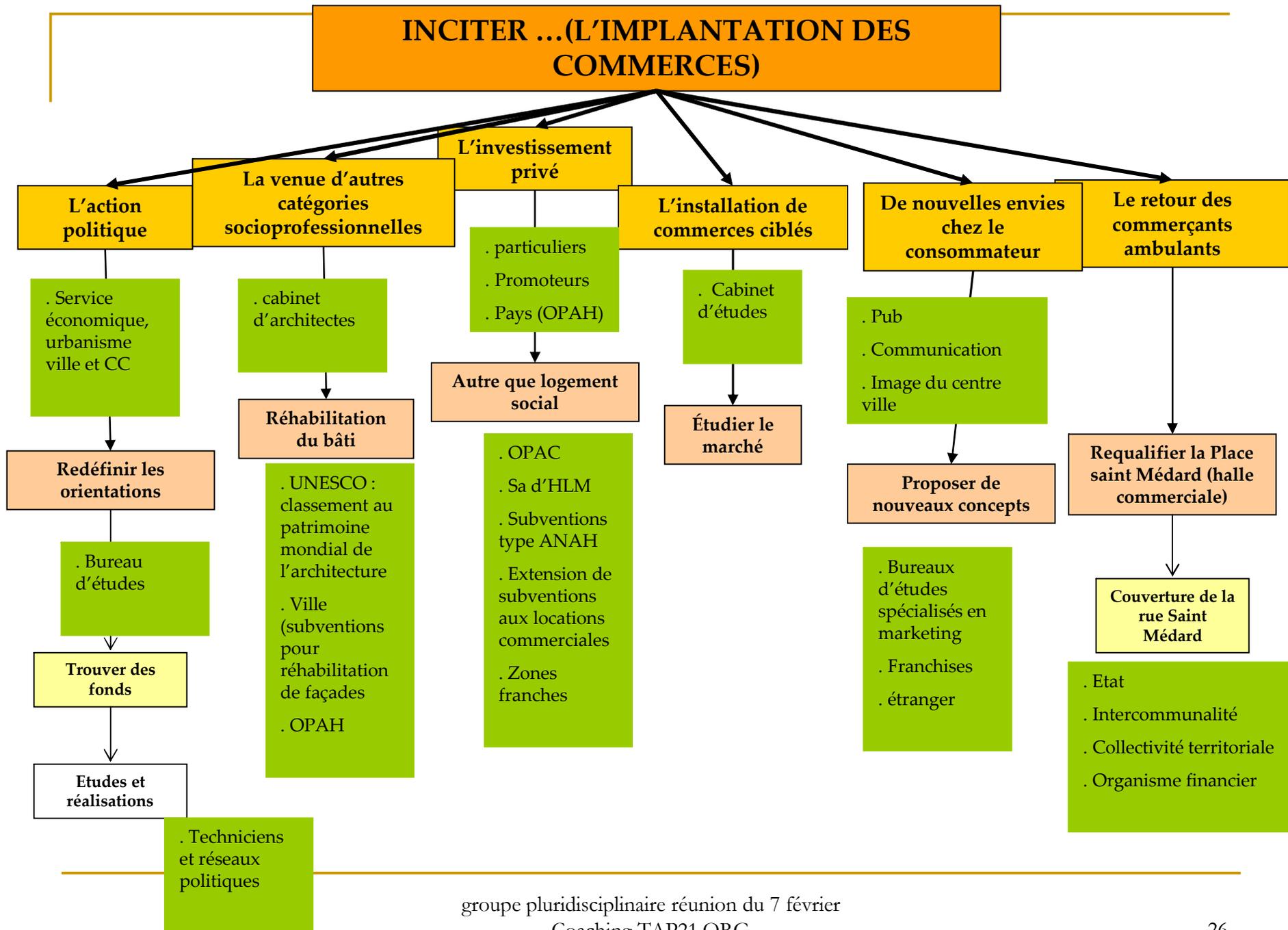












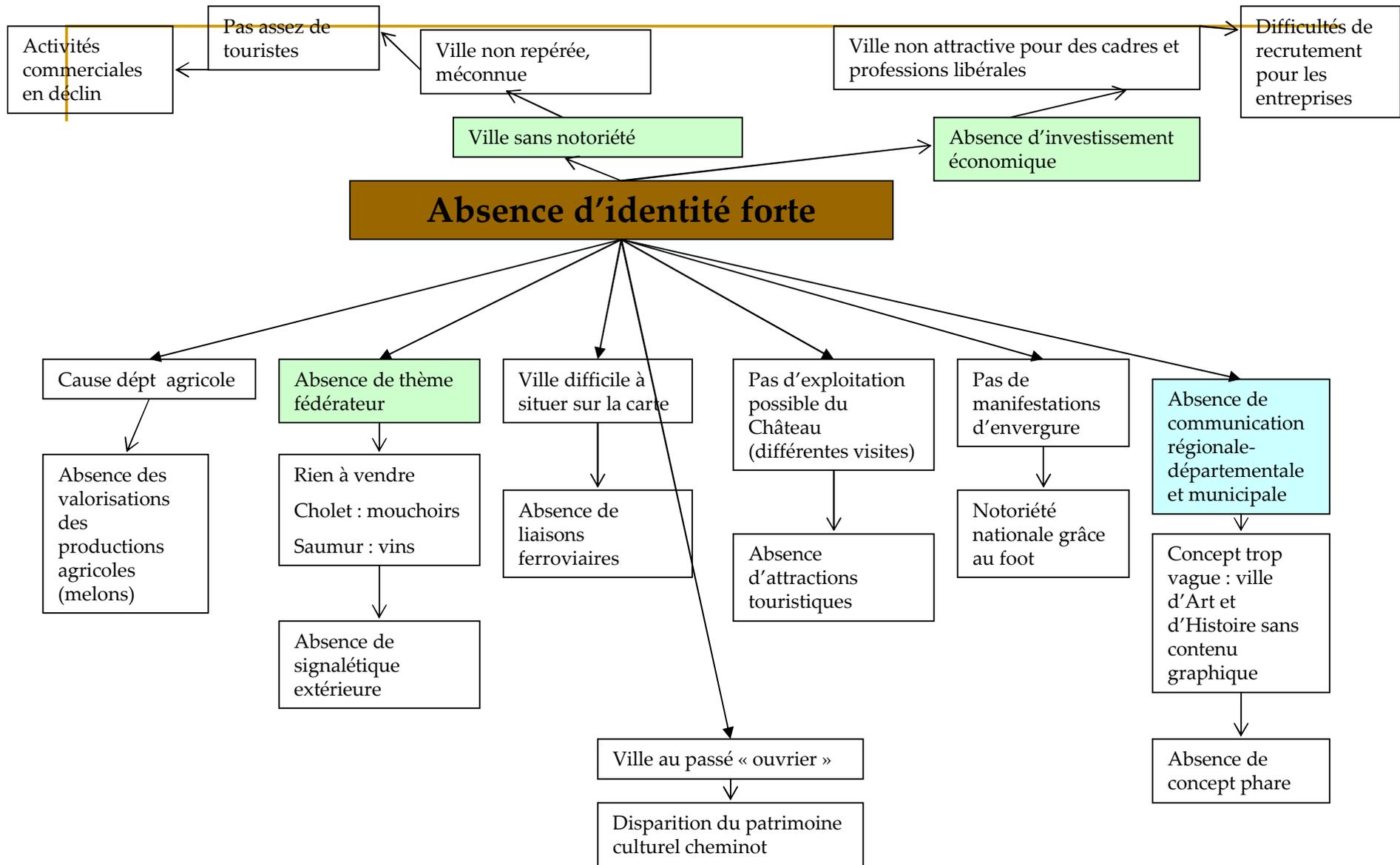
POINTS FAIBLES

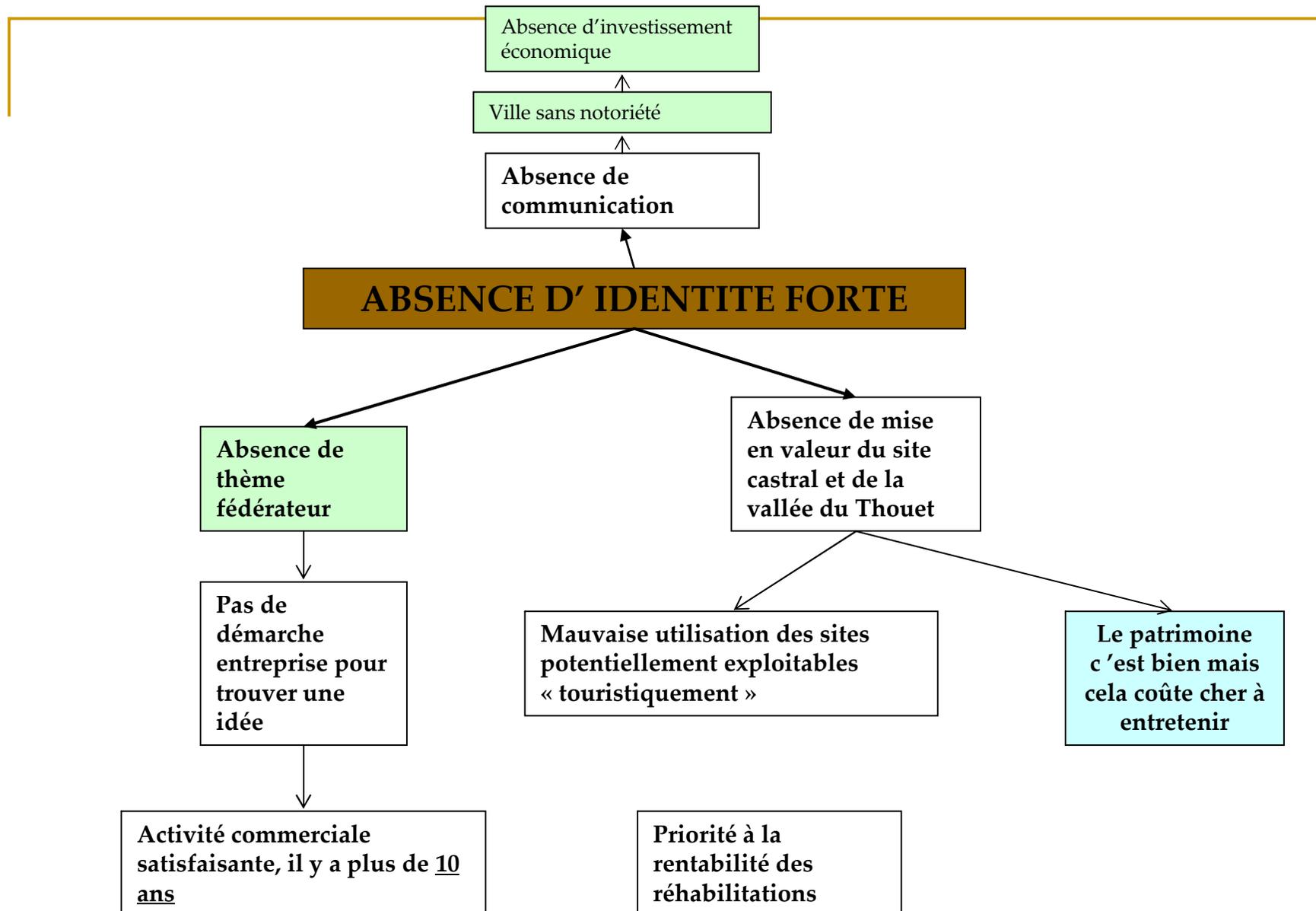
composante touristique

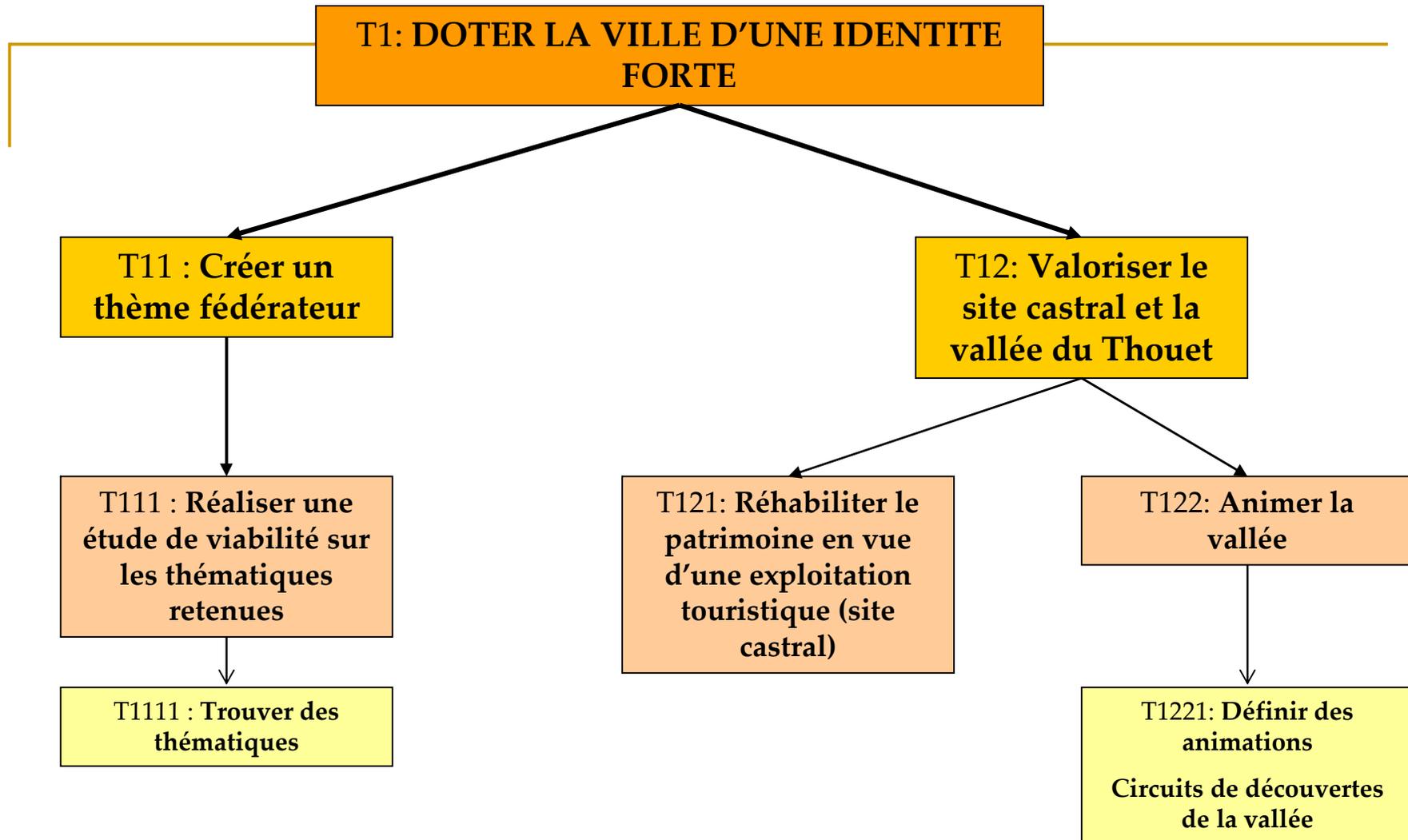
- Une poste en fonctionnement
- Pas de guichet bancaire
- Pas de stationnements suffisants
- Décalage entre les chiffres touristiques de l'activité économique et chiffres générés par les activités culturelles
- Quartier sale
- Accès au camping (le rendre plus facile)
- Attractivités (culturelles, ludiques, commerciales) pour que les séjours sur ville x soient plus longs
- Les entrées de ville (à retravailler)
- Horaires des commerçants inadaptés ?
- Non participation des commerçants locaux aux actions du type marché de Noël
- Faire connaître la ville « en dehors » de la ville
- La ville n'a pas d'identité forte au regard de l'extérieur
- Absence et mauvaises signalétiques
- Office de tourisme absent du centre ancien (paradoxal)
- Centre de congrès
- Pas de gîtes pour les marcheurs
- Pas de pistes cyclables pour les touristes
- Pas d'indications des pistes existantes
- Peu de chambres d'hôtes
- Absence à Saint Médard de jeux pour les enfants en bas âges

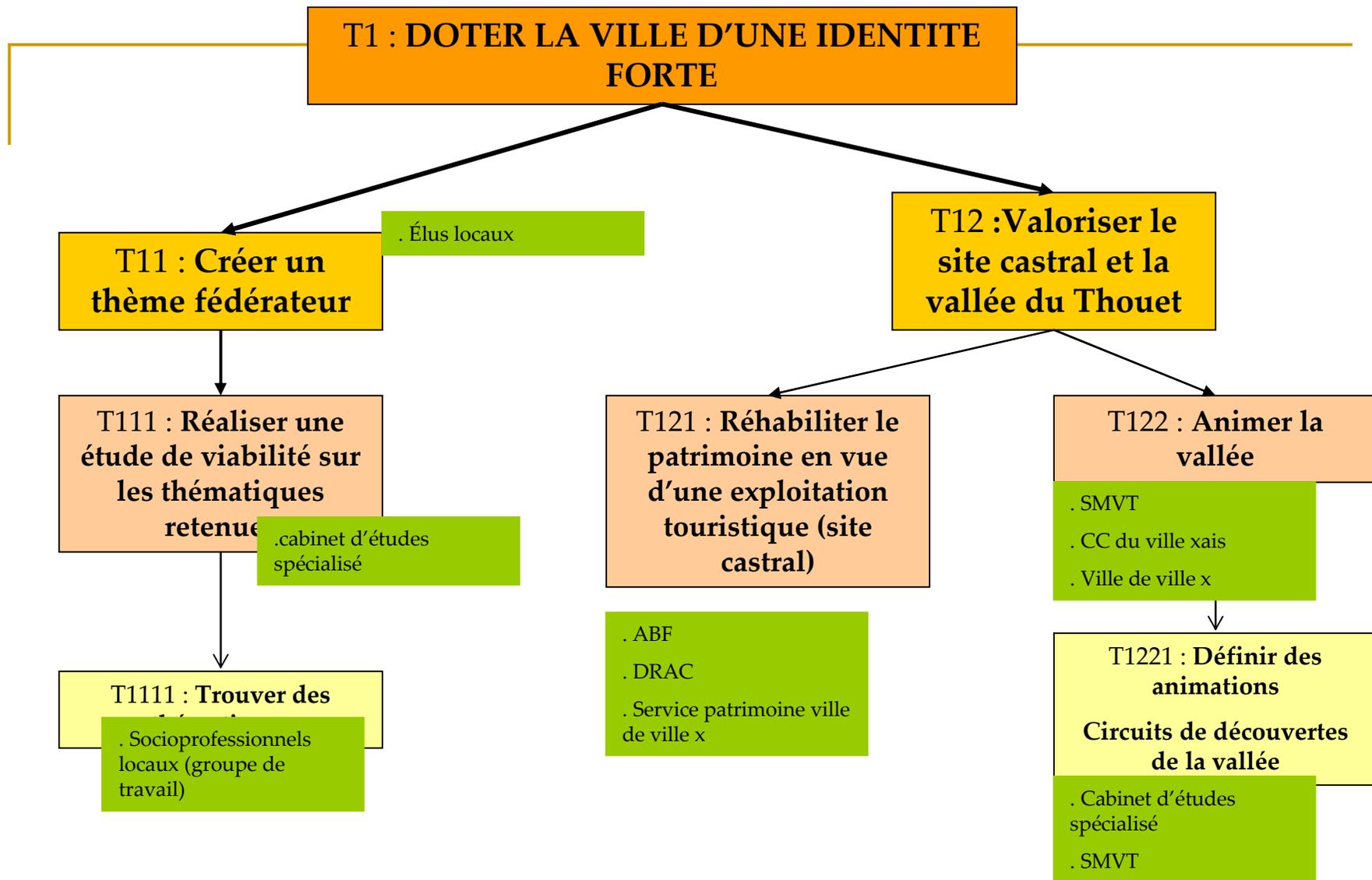
Points faibles priorisés

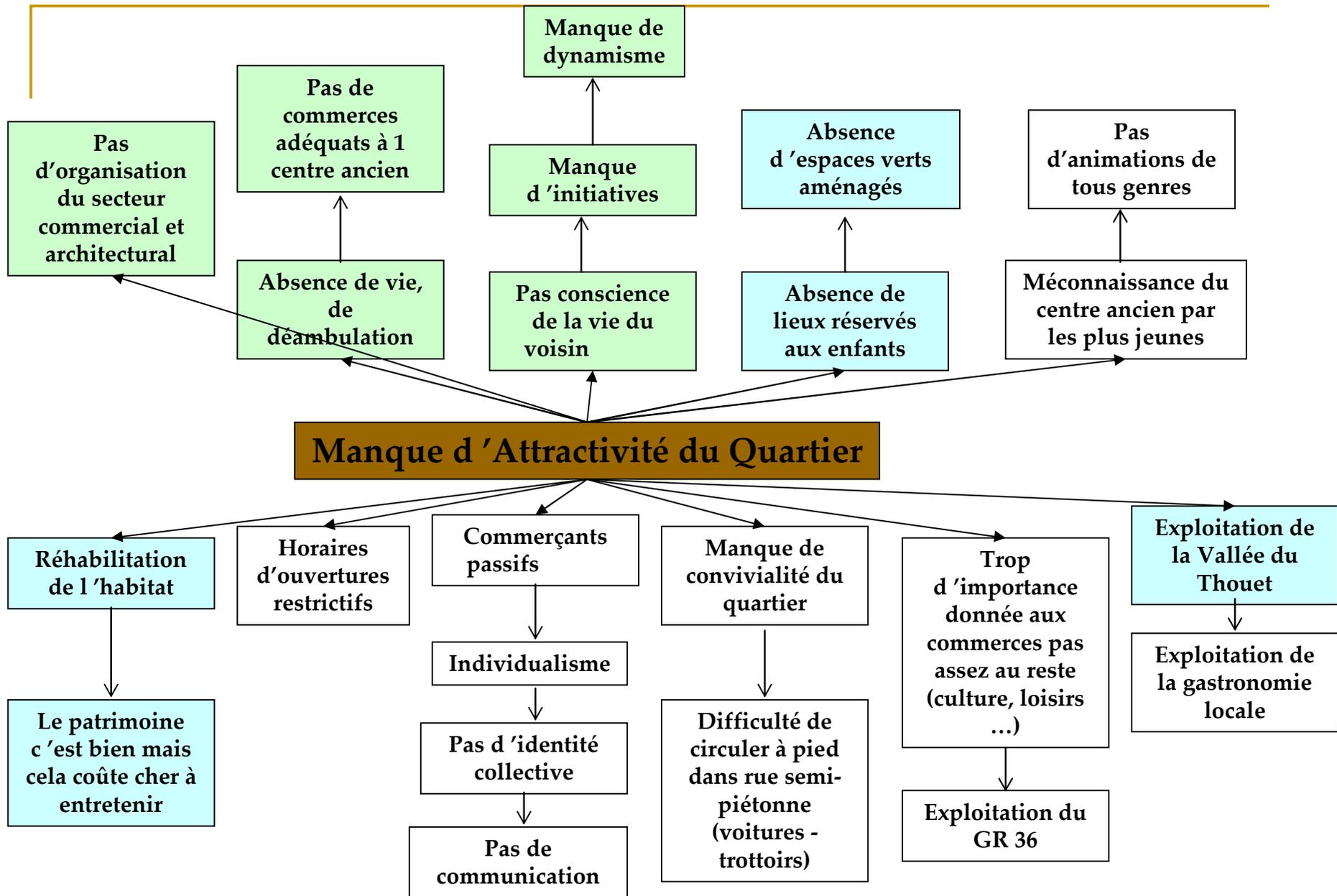
- manque d'identité de la ville à l'extérieur
- Absence d'attractivités
- Réhabilitation de l'habitat

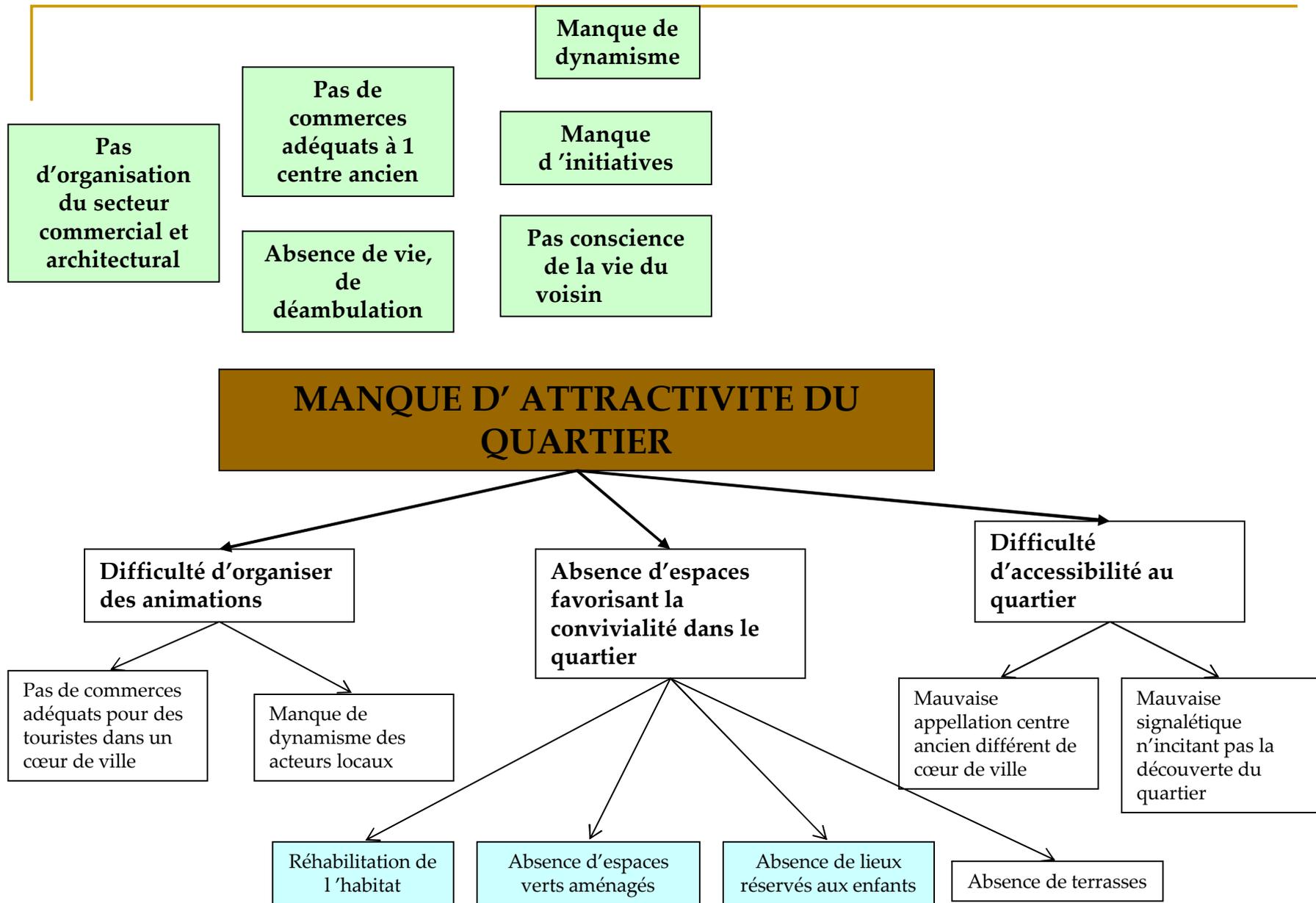


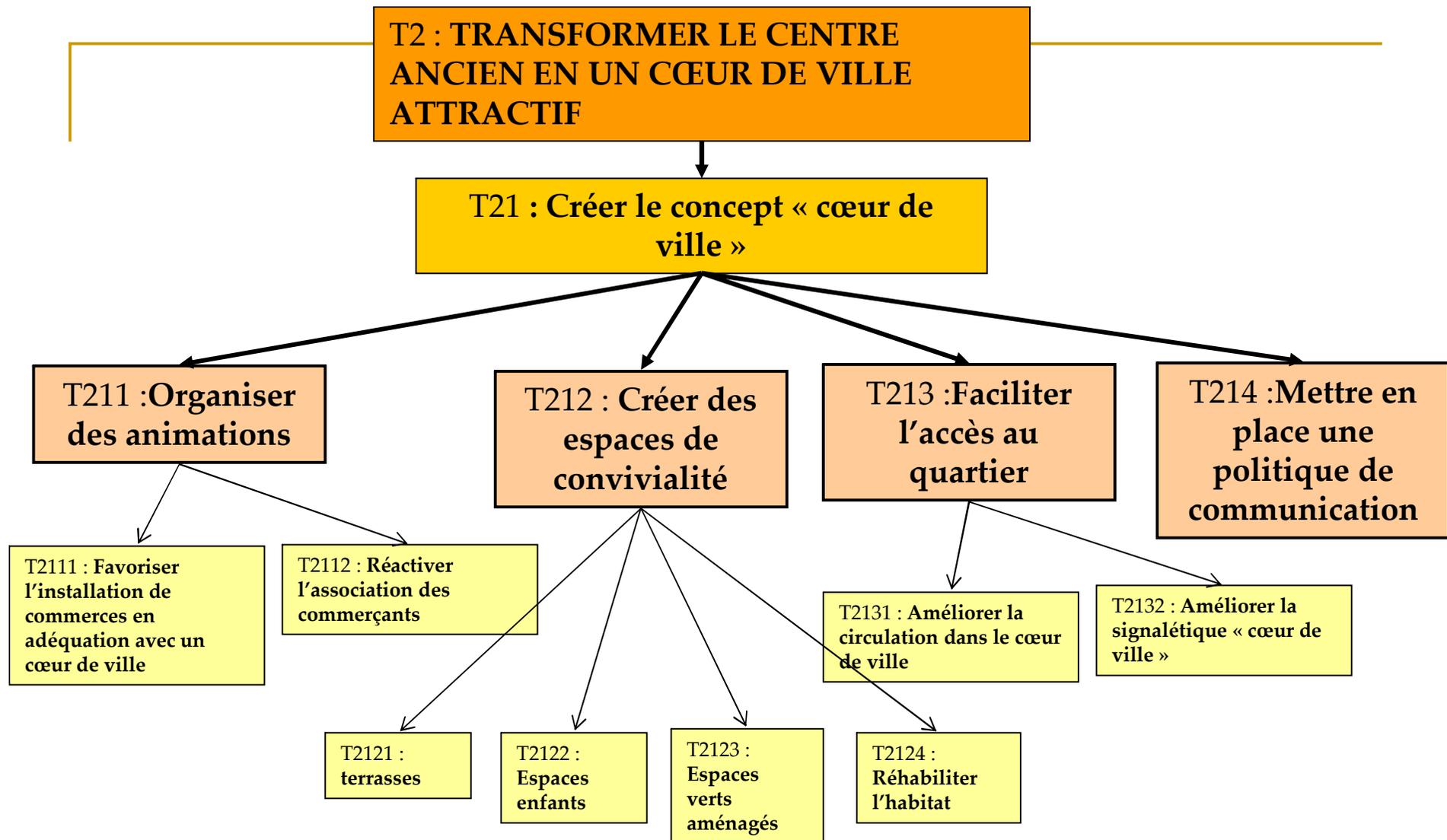












TRANSFORMER LE CENTRE ANCIEN EN UN CŒUR DE VILLE ATTRACTIF

. ville
. Prestataires extérieurs

Créer le concept « cœur de ville »

. Comité des fêtes
. Ville
. Commerçants

Organiser des animations

. Agence de communication
. ville

Mettre en place une politique de communication

Créer des espaces de convivialité

Faciliter l'accès au quartier

Favoriser l'installation de commerces en adéquation avec un cœur de ville

. CCI
. Chambre de métiers
. Ville
Pôle régional des métiers d'art (PRMA)
. Prestataires extérieurs

Réactiver l'association des commerçants

. CCI
. Chambre de métiers
. Commerçants
. Élus
. OT

terrasses

. DDE
. Commerçants
. ville

Espaces enfants

. Professionnels petite enfance
. Prestataires extérieurs
. Ville

Améliorer la circulation dans le cœur de ville

. Services techniques de la ville
. DDE

Espaces verts aménagés

. Ville : services espaces verts

Améliorer la signalétique « cœur de ville »

. Services techniques ville de ville x
. DDE
. Agence de communication

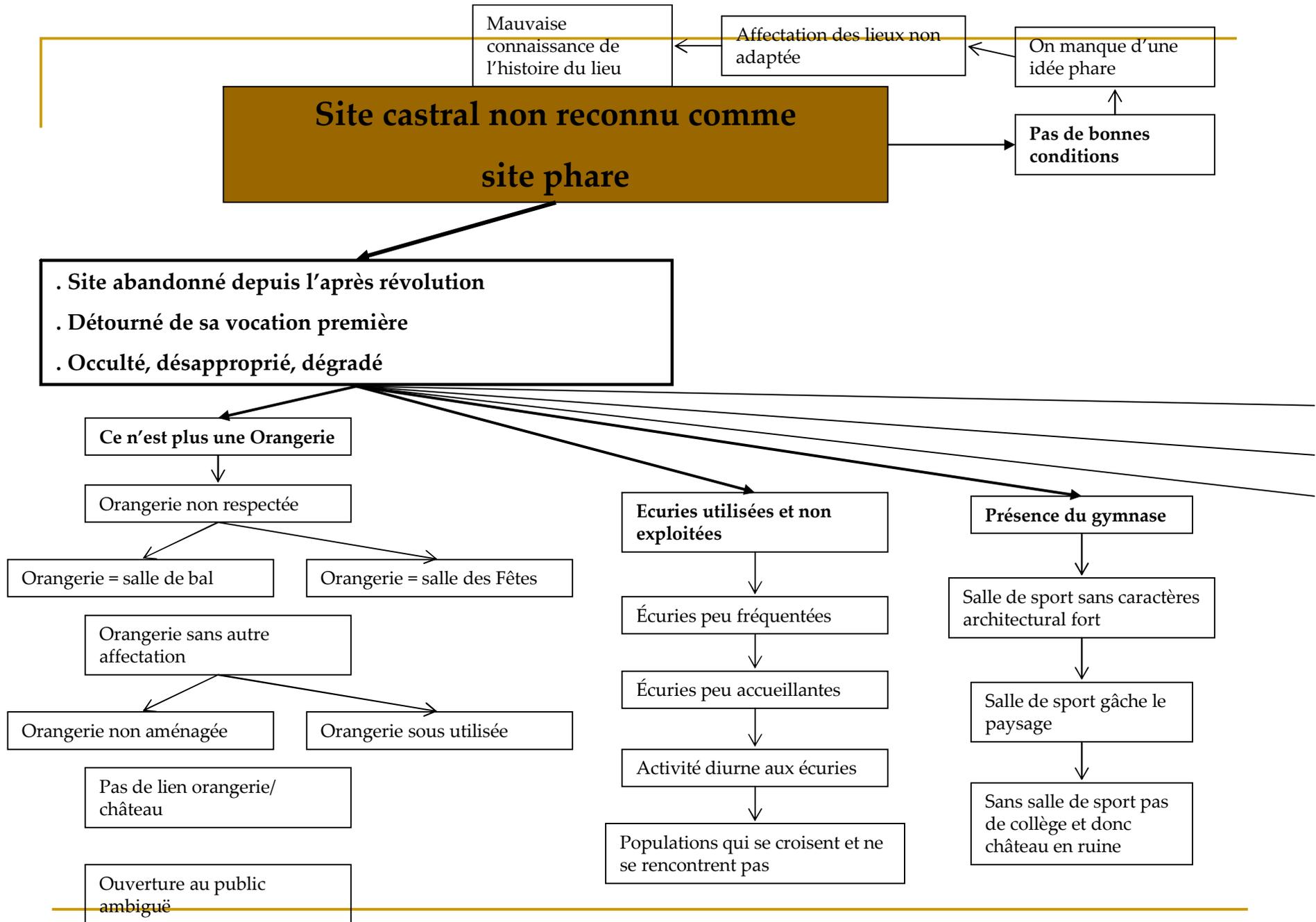
Réhabiliter l'habitat

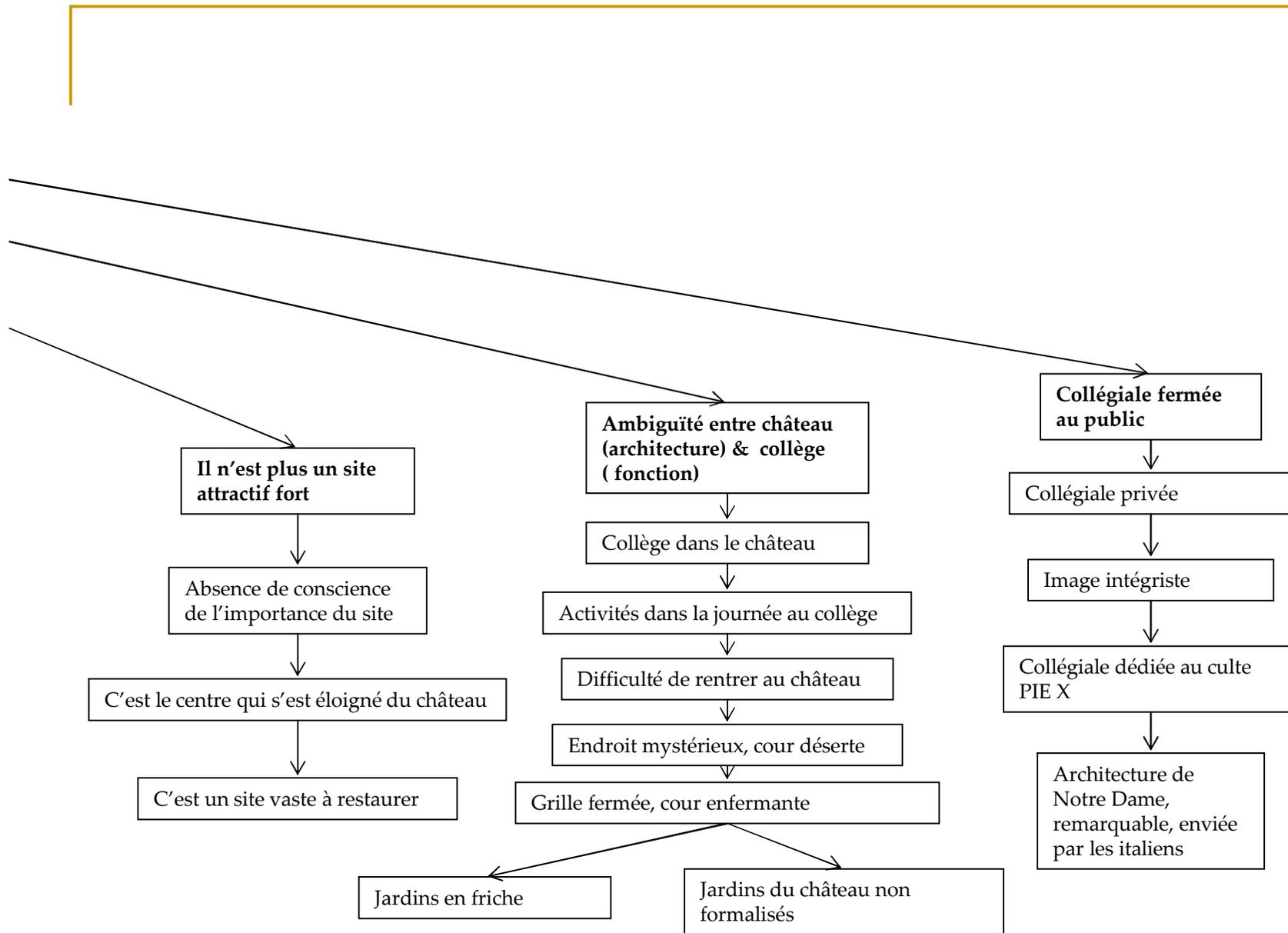
. DDE
. CC (OPAH)
ABF

POINTS FAIBLES

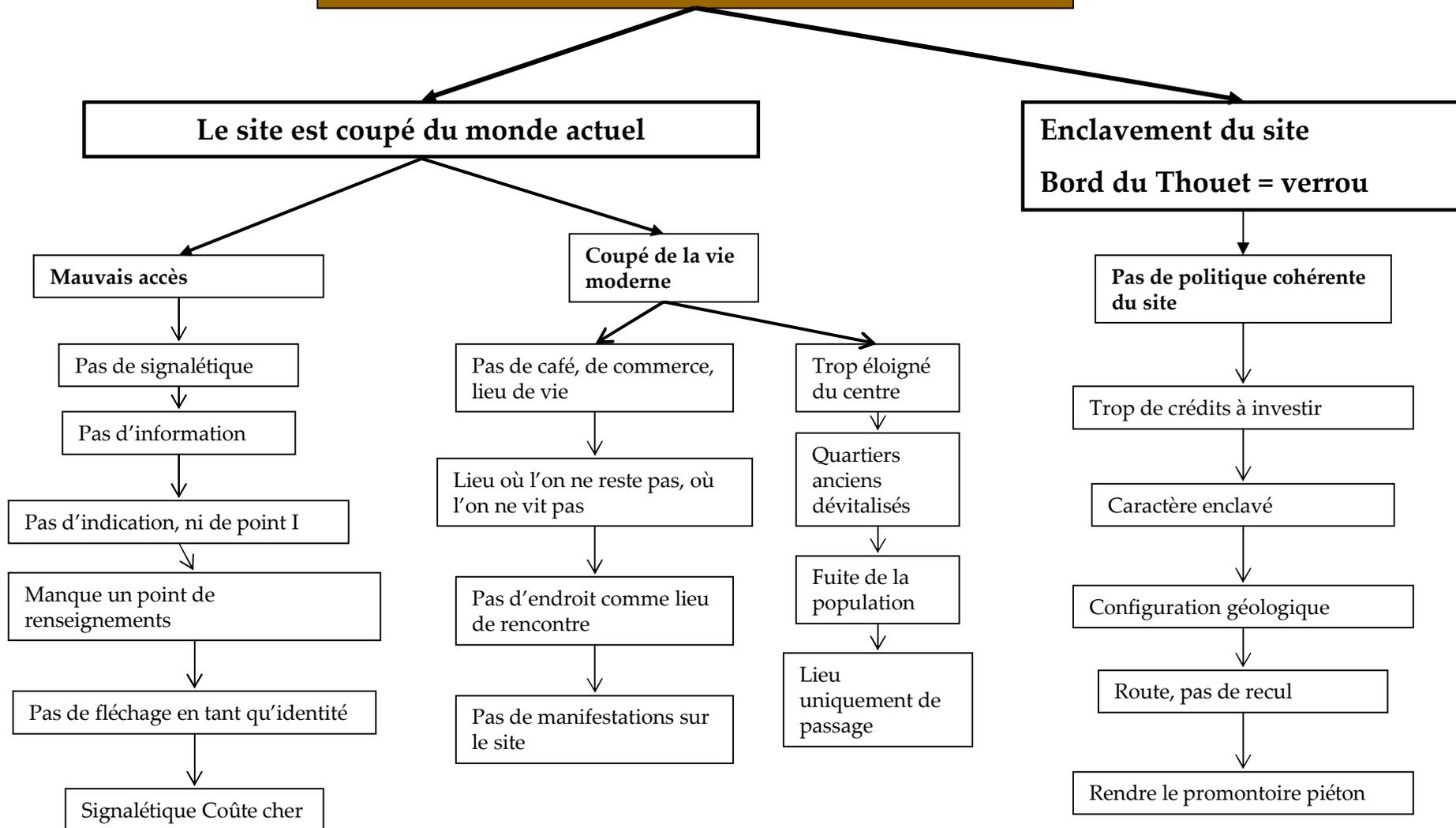
composante culture / Patrimoine

- **notoriété du Toarcien mal exploitée, pas assez grand public, trop scientifique**
- **Vigne du vieux ville x mal « exploitée »**
- **Bords du thouet = verrou, pas de fluidité du parcours, pas mis en valeur**
- **Richesse patrimoniale pas assez mise en valeur, difficulté d'appropriation de la population**
- **Difficulté à faire venir le public aux « manifestations culturelles »**
- **Site castral pas identifié, pas reconnu en tant que site phare, mauvaises affectations des Ecuries**
- **Individualisme des associations**





SITE CASTRAL NON RECONNU COMME SITE PHARE (suite II)



P1 : RENDRE AU SITE CASTRAL SON RAYONNEMENT

P11 Valoriser le site Trouver un concept identitaire

P111 Le faire réapproprier
par les publics

P1111 Clarifier l'affectation
de l'Orangerie

Valoriser l'Orangerie

Restaurer l'orangerie

Valoriser les abords

Créer un lien
Orangerie/château

P1112 Améliorer la lisibilité
des Ecuries

Développer la
fréquentation nocturne/
diurne

Développer la convivialité

Favoriser les rencontres

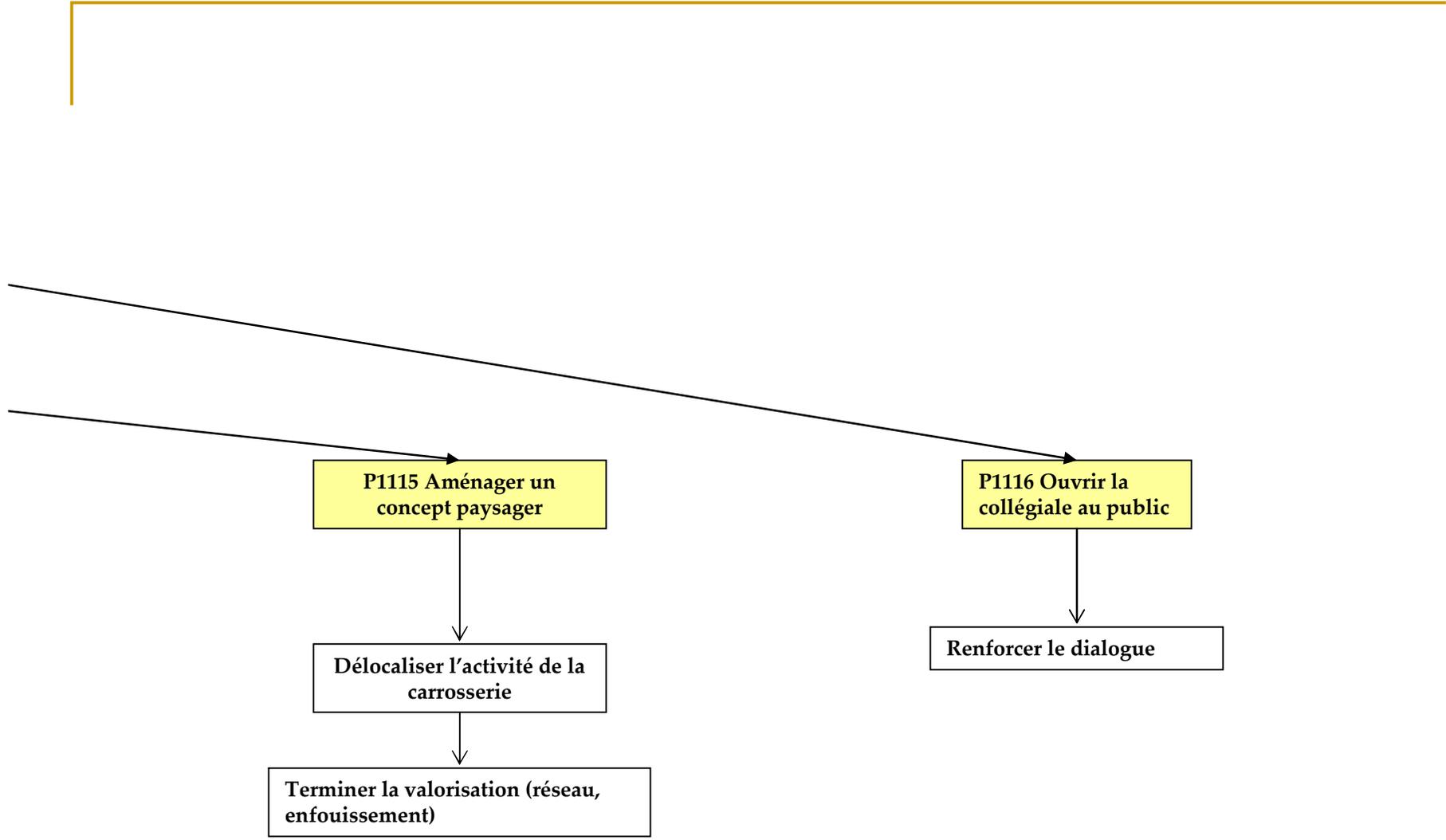
P1113 Intégrer le
gymnase

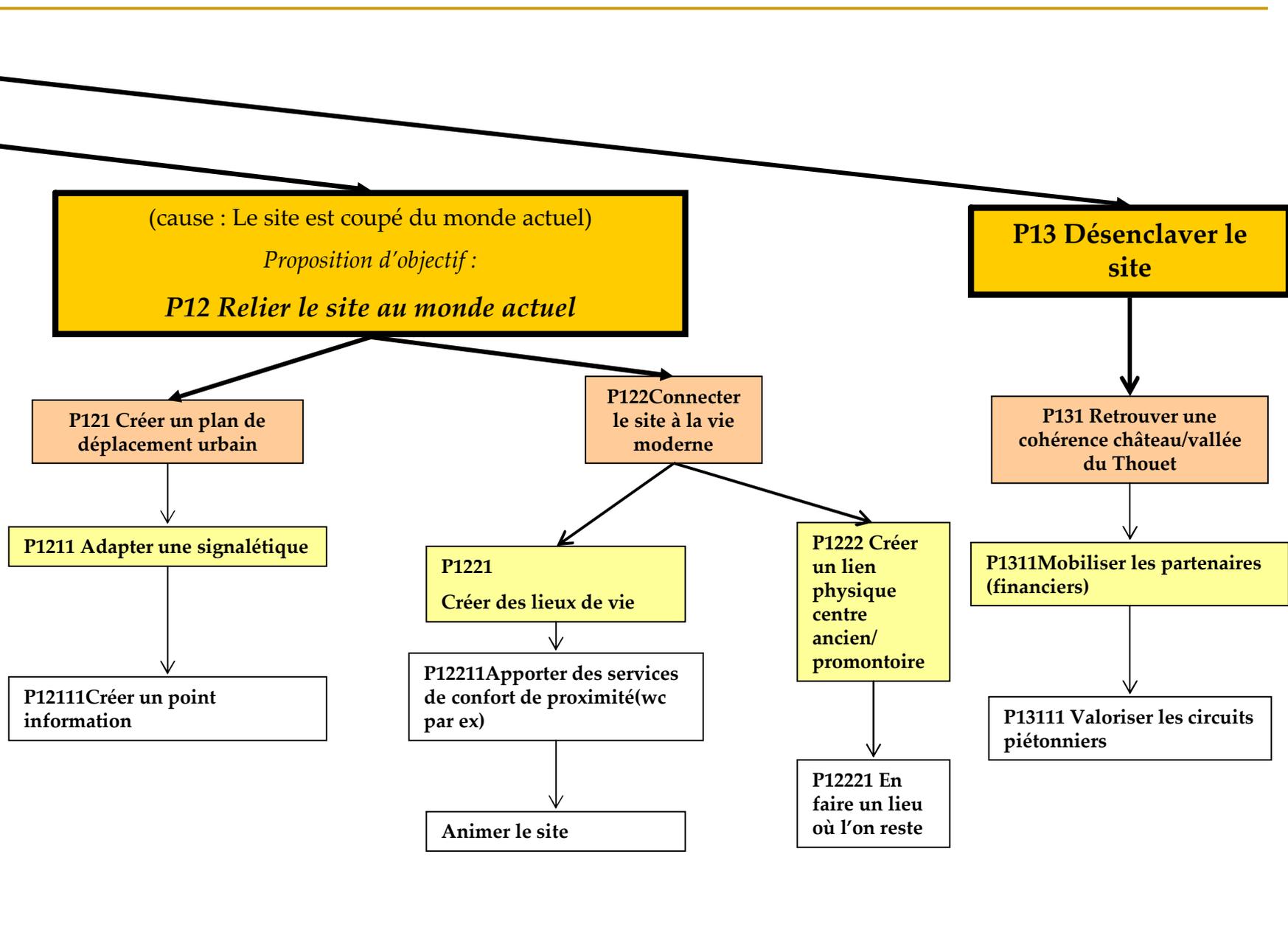
Végétaliser le gymnase

P1114 Jouer sur l'ambiguïté
château/ collègue

Développer des activités
diurnes et nocturnes

Favoriser l'ouverture du site





RENDRE AU SITE CASTRAL SON RAYONNEMENT

Valoriser le site Trouver un concept identitaire

- . population
- . Usagers (collégiens, élèves EMAP, ...)
- . Cabinet conseil

Le faire réappropriier par les publics

- . Service communication

- . Europe
- . Institutionnels (SMVT, ...)

- . Professionnels
- . Associations
- . Utilisateurs du site

Clarifier l'affectation de l'Orangerie

Valoriser l'Orangerie

Restaurer l'orangerie

Valoriser les abords

Créer un lien Orangerie/château

- . Conseil Général
- . Éducation nationale
- . DRAC

Améliorer la lisibilité des Ecuries

Développer la fréquentation nocturne/ diurne

Développer la convivialité

Favoriser les rencontres

Intégrer le gymnase

- . Com de Com

Végétaliser le gymnase

- . professionnels

Jouer sur l'ambiguïté château/ collègue

Développer des activités diurnes et nocturnes

Favoriser l'ouverture du site

- . Tissu associatif
- . Professionnels
- . Institutions (ministère de la culture)

Le faire réapproprié par les publics (suite)

Aménager un concept paysager

Délocaliser l'activité de la carrosserie

Terminer la valorisation (réseau, enfouissement)

- . Bureau d'études
- . Service économique et techniques
- . Gestionnaires du réseau

Ouvrir la collégiale au public

- . propriétaires
- . Médiateurs (associations pour le patrimoine privé)

Renforcer le dialogue

