

3^e phase de concertation

Atelier thématique

EQUIPEMENTS

ET SERVICES

13 novembre 2019





Agence Eker,
AMO du projet Chinon Cœur de Ville
chinon-coeurdeville@agence-eker.fr

SCET
Spécialistes sur les questions
d'équipements et de services

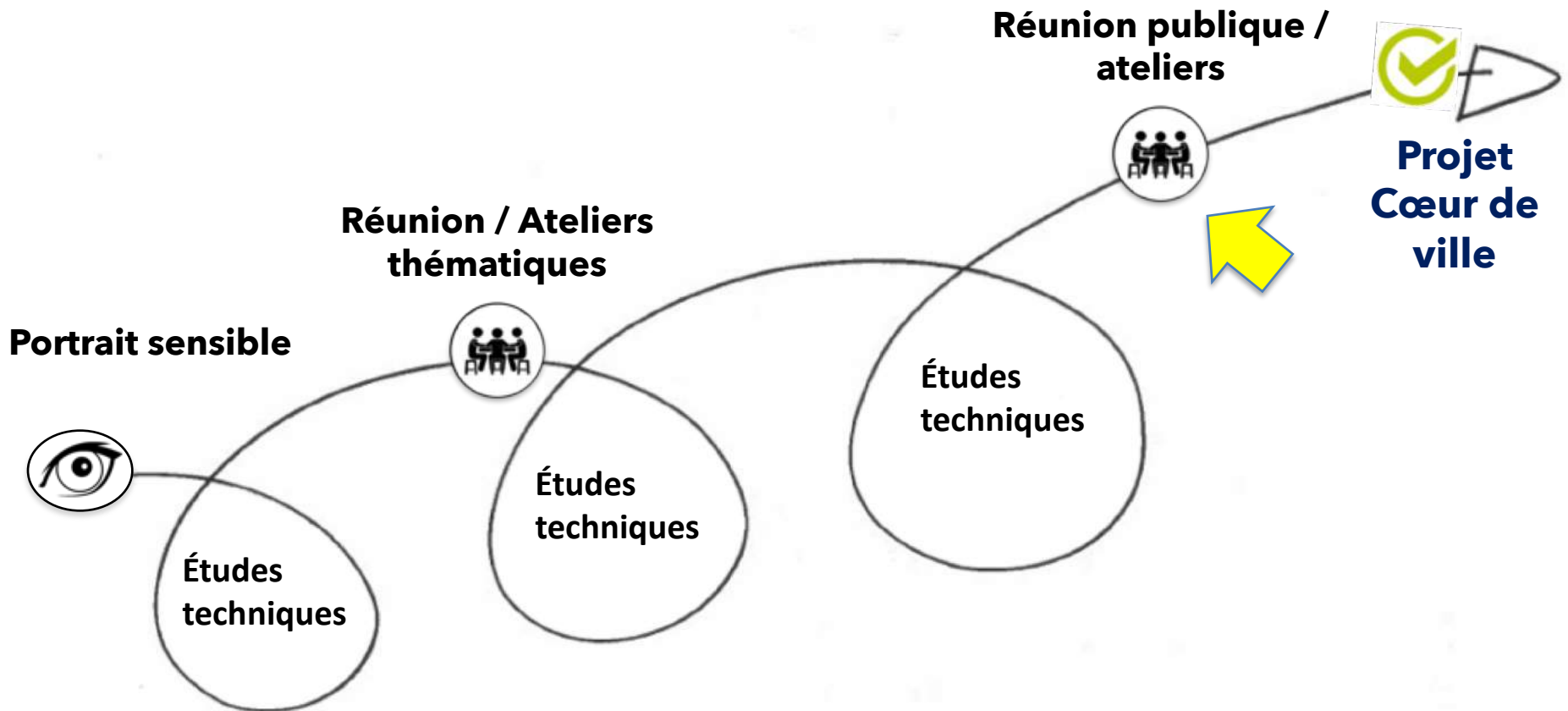
Le programme de la soirée

1. 18h30 - LA DEMARCHE
 - Rappel de la démarche menée depuis janvier 2019
2. 18h45 - LE DIAGNOSTIC ET LES 5 ORIENTATIONS THEMATIQUES :
 - Rappel du diagnostic global de la situation à Chinon Cœur de Ville
 - Présentation des 5 orientations thématiques
3. 19h - LES EQUIPEMENTS ET SERVICES, enjeux et propositions d'actions
4. 19h 45 - Travail en groupes, par piste d'actions puis restitution en plénière
5. 20h45 - SYNTHESE
 - Éléments partagés, proposition d'amendements, compléments
 - Conclusion

1

La démarche
CHINON CŒUR DE VILLE :
point d'étape

La démarche



Zoom sur cette 3^e phase de plan d'actions

- 20/9 : COPIL
- 8 et 9/10 : réunion des élus municipaux, réunion des élus communautaires
- 15/10 : comité de projet
- 16/10 : réunion des bureaux d'études à Chinon
- 16/10 : groupe technique sur les espaces publics
- 16/10 : réunion avec le conseil de développement de la CCCVL
- 5/11 : COPIL dédié à l'habitat
- 7/11 : groupe technique sur le développement économique et le commerce

- Du 5 au 19/11 : ateliers thématiques

- 26/11 : COPIL
- 26/11 : réunion des élus municipaux
- 2/12 : comité de projet
- 17/12 : conseil municipal dédié - vote de l'avenant à la convention
- 19/12 : conseil communautaire
- *Fin décembre : signature de l'avenant à la convention Cœur de Ville*

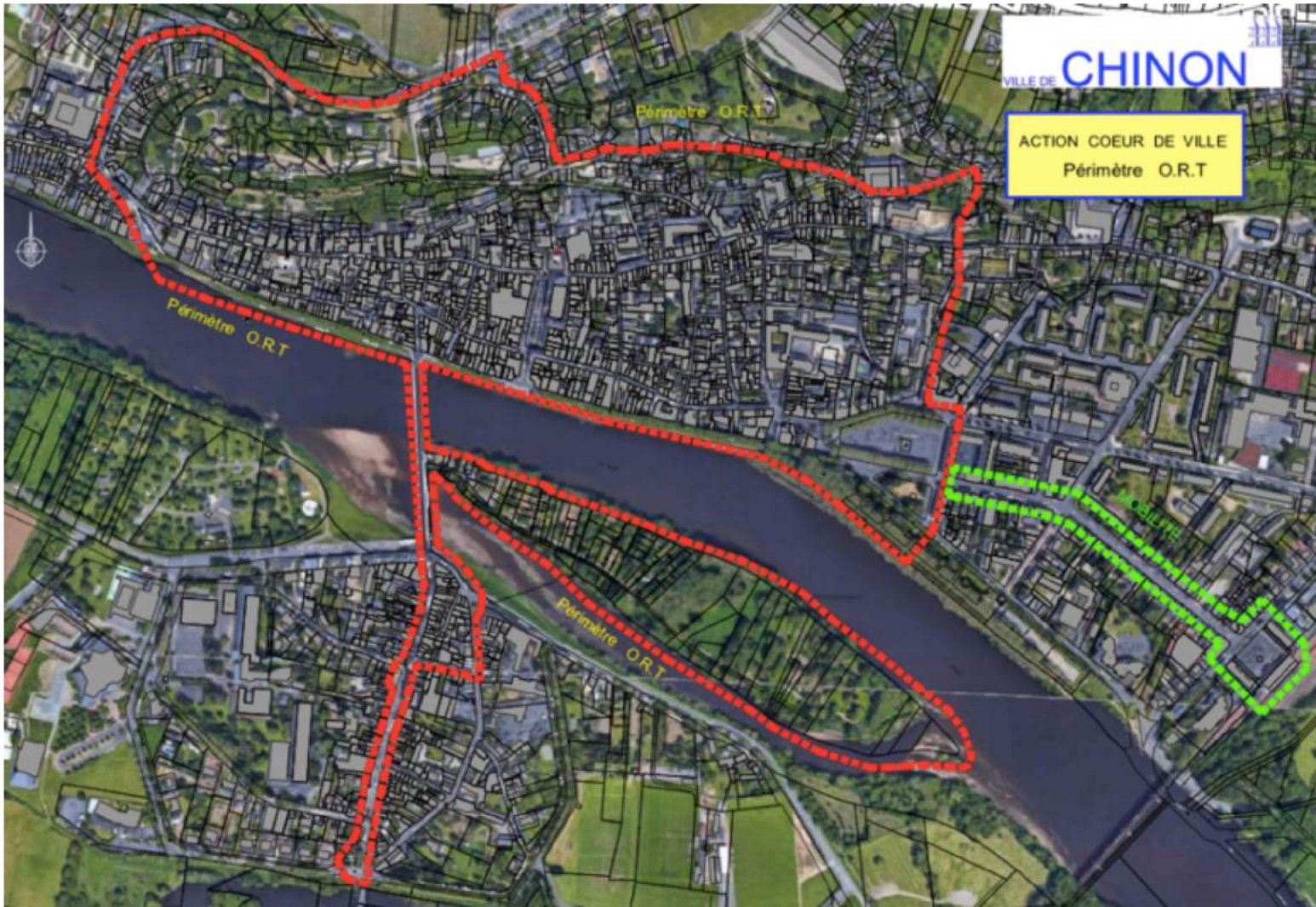
Zoom sur l'avenant à la convention et les fiches actions

- **L'avenant à la convention rappelle le diagnostic établi, précise les enjeux thématiques et présente les actions envisagées : les actions matures (sur lesquelles les financeurs s'engagent), et les actions partagées par le territoire qui restent à financer.**
- **Contenu type d'une fiche action :**
 - L'objet et la justification au regard du diagnostic
 - La description et la localisation de l'action
 - Les publics cibles
 - Les résultats attendus
 - Le coût et les financements mobilisables en investissement et fonctionnement
 - Le(s) maître(s) d'ouvrages et partenaires
 - Le calendrier de réalisation détaillé
 - Les risques et conditions clés de réussite
 - Les indicateurs de suivi et d'évaluation

Et après ?

- Dès 2020 : mise en œuvre des actions financées
- Chaque année : signature d'un avenant précisant les actions à mettre en œuvre pour l'année, permettant ainsi une gestion évolutive du plan d'actions
- Evaluation avant / après (modalités d'évaluation précisées dans les fiches actions)
- Concertation continue :
 - Information régulière sur le déroulement du programme
 - Concertation sur certaines actions qui vont être précisées
- Animation du programme

Zoom sur le périmètre ORT



2

Le diagnostic et les 5 orientations thématiques

Diagnostic général

Atouts du Cœur de ville

- Un paysage naturel et patrimonial exceptionnel
- Une destination touristique reconnue autour du vin et de la forteresse
- Un centre de gravité clair situé place Charles de Gaulle
- De nombreux équipements
- Une offre « santé et handicap » reconnue

Faiblesses du Cœur de ville

- Une vacance importante des logements et des cellules en rez-de-chaussée
- Un patrimoine bâti souvent dégradé
- Une visibilité relative de la destination touristique
- Un lien ville haute/ville basse pas évident
- Un fonctionnement de la ville qui suscite des critiques (propreté, éclairage...)

Opportunités sur lesquelles s'appuyer

- Un territoire intercommunal attractif en termes d'emploi
- Une dynamique spontanée d'installation (commerces, activités, etc.)
- Une croissance de la population ces dernières années (arrivée de familles notamment)
- Des productions locales diverses
- Des acteurs associatifs dynamiques
- Une situation intéressante à distance des métropoles

Points d'attention

- Des projets de développement périphériques
- Le vieillissement de la population
- Le lien avec les autres quartiers
- Le lien avec les autres villes de la CC : le Cœur de ville doit profiter à tous

Une identité partagée, à valoriser

- Cadre de vie médiéval // Vin & gastronomie
- Rabelais // Art de vivre



Objectifs pour le Cœur de ville

Redynamiser le Cœur de ville de Chinon toute l'année

- Une augmentation des flux en Cœur de ville
- L'installation de nouveaux habitants, notamment les familles



Grands principes stratégiques pour le programme d'actions

- S'appuyer sur l'existant et les dynamiques actuelles
- Faire de l'action publique un levier
- Identifier des actions sobres et efficaces
- Créer les conditions de l'animation et du suivi du programme



THEMES	Orientation	Pistes d'action
ACTIONS TRANSVERSALES		Action 1 : Garantir le développement des activités génératrices de flux en Cœur de ville Action 2 : Animer et promouvoir les actions Cœur de ville
ESPACE PUBLIC	Valoriser le patrimoine bâti et naturel de Chinon en créant des lieux de convivialité	Action 1 : Réinvestir les quais de Vienne Action 2 : Redynamiser les places de Chinon
HABITAT	Rénover l'habitat pour créer une offre attractive	Action 1 : Ilot Cheval Blanc Action 2 : Ilot Beaurepaire Action 3 : Ilot rue du Commerce/Voltaire Action 4 : Sensibiliser les habitants quant à la rénovation des logements
DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE et COMMERCE	Créer les conditions d'un retour des clients en Cœur de Ville, toute l'année	Action 1 : Structurer le parcours marchand Action 2 : Inciter à l'installation de nouvelles formes d'activités
MOBILITE	Faciliter l'accès de tous au Cœur de Ville	Action 1 : Renforcer les liaisons entre Chinon et les communes voisines Action 2 : Favoriser le lien ville haute / ville basse Action 3 : Développer le vélo pour des usages quotidiens, mais également touristiques et sportifs Action 4 : Améliorer l'offre de stationnement
EQUIPEMENTS et SERVICES	Favoriser l'attractivité du Cœur de ville en confortant services et équipements	Action 1 : Attirer des actifs (lieux de travail et de vie, services liés) Action 2 : Conforter les équipements existants (cinéma, etc.) Action 3 : Animer et promouvoir Chinon cœur de ville

3

EQUIPEMENTS ET SERVICES

Favoriser l'attractivité du Cœur de ville en confortant services et équipements

EQUIPEMENTS et SERVICES - Favoriser l'attractivité du Cœur de ville en confortant équipements et services

Forces

- Un bon niveau de dotation en équipements & services, des
- Un tissu associatif et des habitants impliqués
- Un cadre de vie agréable, une qualité patrimoniale indéniable
- Une offre « santé et handicap » reconnue
- Une bonne cohabitation entre habitants & touristes
- Une politique volontariste sur l'implantation des activités art & artisanat en cœur de ville
- La jeunesse qui fait vivre le Faubourg Saint-Jacques, autour du Lycée Rabelais

Faiblesses

- Des équipements encore très thématiques et peu mixtes dans leurs usages; une fonction d'animation ou de convivialité non pensée
- Pas d'invitation à la circulation entre les équipements
- Une gestion non optimisée des équipements
- Un déficit d'équipements en accès libres, lieux de pratique libre
- Manque d'une offre pour les actifs (services numériques et de télétravail...)



EQUIPEMENTS et SERVICES - Favoriser l'attractivité du Cœur de ville en confortant équipements et services

Pistes d'action

5.1 : Attirer des actifs (lieux de travail et de vie, services liés)

5.2 : Conforter les équipements existants (cinéma, etc.)

5.3 : Animer et promouvoir Chinon cœur de ville

GRANDS PRINCIPES

- Maintenir et renforcer les équipements générateurs de flux, dans le Cœur de ville
- Garantir la mise en œuvre et le suivi du programme Action Cœur de Ville
- Veiller à la complémentarité avec les équipements et services existant sur le territoire de la CCCVL

Sujets liés, traités dans les autres ateliers :

- L'animation des quais de Vienne (atelier espace public)
- La mise en place de nouveaux services de mobilité (atelier mobilité)

5

EQUIPEMENTS et SERVICES - Favoriser l'attractivité du Cœur de ville en confortant équipements et services

Pistes d'action

5.1 : Attirer des actifs (lieux de travail et de vie, services liés)

5.2 : Conforter les équipements existants (cinéma, etc.)

5.3 : Animer et promouvoir Chinon cœur de ville

PROPOSITIONS

Les propositions ont vocation à illustrer la stratégie, et montrer comment revitaliser des espaces publics par le biais de micro-interventions économes en moyens et en coût. Ces propositions sont ouvertes, c'est-à-dire qu'elles doivent évoluer grâce au débat, tant quantitativement que qualitativement.

5.1 Attirer des actifs

DEVELOPPER DE NOUVEAUX SERVICES AUX HABITANTS

REACTIVER DES BATIMENTS EMBLEMATIQUES DU CŒUR DE VILLE

Principe général de mise en œuvre :

- Des services et/ou activités développés en fonction des initiatives des acteurs locaux
- Des phases d'expérimentation

5.1 Attirer des actifs

DEVELOPPER DE NOUVEAUX SERVICES AUX HABITANTS

Exemples :

- **Une conciergerie solidaire :** point multi-services avec par exemple un point colis/livraison à horaires complémentaires de ceux existants, recyclerie en lien avec Emmaus, des services pour les seniors, etc.
- **Un lieu de médiation et d'inclusion numérique :**
En partenariat avec l'action des structures sociales du territoire - EPN, CLAAC, ...
- **Un lieu d'incubation de nouveaux services :**
pour mettre en avant les circuits courts alimentaires et les ressources locales (artisanat, ESS) - dans la continuité de l'opération « art et artisanat ».



5.1 Attirer des actifs

DEVELOPPER DE NOUVEAUX SERVICES AUX HABITANTS

Zoom sur l'action du GIP RECIA

- Mise en place et animation d'un réseau d'espaces de Coworking et de FabLabs en région Centre Val de Loire
- Appel à propositions, avec fonds européens FEDER

Aujourd'hui, sur le bassin de vie de Chinon, 3 lieux existent :

- **WellComWork**, coworking à Avoine
- **Casavox**, enseignement artistique et bien-être à Chinon
- **La Cité Richelieu**, coworking à Richelieu



Un tiers-lieu ne se décrète pas... Il faut travailler avec les acteurs existants pour bien définir le positionnement et les usages utiles au territoire, en se donnant la possibilité d'expérimenter et de faire évoluer le projet.

5.1 Attirer des actifs

REACTIVER DES BATIMENTS EMBLEMATIQUES DU CŒUR DE VILLE

Les rénover et en refaire des lieux de vie

- **Le bâtiment place Hohfeim** : un tiers lieu ? la maison du projet Cœur de ville ?
- **L'hôtel Bodard de la Jacopièrre** : des logements ? une cité internationale du patrimoine ?
- **L'ancien tribunal**
- **L'immeuble Pirondeau, ancienne maison des associations** : des logements ? maison d'hôte ? activité tertiaire ?

5.2 Conforter les équipements existants

**GARANTIR LE DÉVELOPPEMENT DES
ACTIVITÉS GÉNÉRATRICES DE FLUX EN
CŒUR DE VILLE**

RENFORCER LE CINEMA

**OPTIMISER L'UTILISATION DES
EQUIPEMENTS**

**DEVELOPPER UNE SIGNALÉTIQUE ET DES
PARCOURS LUDIQUES POUR RELIER
EQUIPEMENTS**

5.2 Conforter les équipements existants

GARANTIR LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS GÉNÉRATRICES DE FLUX EN CŒUR DE VILLE

Le principe :

S'engager à maintenir les équipements générateurs de flux en centre-ville, et à contraindre le déploiement concurrentiel en périphérie

Comment :

- Cohérence des actions sur le territoire
- Etude de l'innocuité pour le Cœur de ville de tout projet en périphérie
- Etude de tout projet déposé en CDAC à la préfecture

5.2 Conforter les équipements existants

RENFORCER LE CINEMA dans son rôle de polarité dans le Cœur de ville

Un cinéma actif en Cœur de ville : 800 séances annuelles, 36 800 entrées en 2018 (33 100 en 2017), une politique volontariste d'animation et d'éducation à l'image

- La préservation du cinéma en Cœur de ville : un choix fort de la Ville, inscrit au projet de PLUi
- Un marché favorable à l'extension du cinéma à 2 ou 3 salles (fréquentation potentielle du cinéma avec 3 salles : 58 700 entrées)
- Un scénario d'extension du cinéma, à privilégier sur le site actuel

5.2 Conforter les équipements existants

OPTIMISER L'UTILISATION DES EQUIPEMENTS

Il s'agit d'optimiser la gestion de l'accès aux équipements, notamment sur les créneaux mis à disposition des écoles et associations :

1. **Mise en place d'un agenda partagé** en ligne : avec inscription en direct sur des créneaux dédiés, affichage des créneaux fixes (écoles, associations) et libres (tout public), coordination avec un agenda « vitrine » des événements de la Ville, etc.
2. **Faciliter l'usage**: permettre aux habitants d'accéder aux équipements (sportifs prioritairement) sur certains créneaux de pratique libre.
3. **Développer la fonction lieu de vie et de socialisation** des équipements : à étudier par exemple avec le cinéma dans le cadre de son extension



5.2 Conforter les équipements existants

DEVELOPPER UNE SIGNALÉTIQUE ET DES PARCOURS LUDIQUES POUR RELIER LES EQUIPEMENTS

COMMENT

- Associer les habitants et usagers des équipements
- Procéder progressivement avec des dispositifs transitoires, à adapter et pérenniser en lien avec l'ABF
- Travailler avec un appui « art et espace public » comme le POLAU

QUOI

- Une signalétique orientée « usages » (existants, à imaginer) réalisée sous forme de cartopartie
- Des marquages au sol pour inciter aux traversées (quartiers, ponts), orienter vers les places et les équipements, proposer des espaces de jeux et de détente dans l'espace public
- Des points de vue/belvédères éphémères pour valoriser des espaces phares et inciter à découvrir la Ville.
- Un jeu de piste à travers la ville



5.3 Animer et promouvoir Chinon Cœur de ville

**METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE
TERRITORIALE DE COMMUNICATION**

**MAISON DU PROJET ET / OU MANAGER
d'ATTRACTIVITE**

5.3 Animer et promouvoir Chinon Cœur de ville

METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE TERRITORIALE DE COMMUNICATION

POURQUOI

- Faire des Chinonais des ambassadeurs du territoire
- Valoriser l'offre et les spécificités de Chinon
- Structurer l'offre de manière lisible et séduisante

COMMENT

- Associer les acteurs économiques et associatifs, et partir des initiatives existantes (Destination Chinon, par l'AVEC)
- Engager une dynamique positive, en co-construisant à chaque étape (ateliers, enquête, vote pour le choix d'une identité visuelle, etc.)
- Différencier le territoire des territoires voisins et concurrents, et le formaliser dans un discours d'attractivité commun et des argumentaires ciblés.
- Construire un plan d'actions marketing et communication, voire une marque de territoire



Le Village-monde
positif

Plateforme collaborative d'information et d'échange de la marque
partagée « Isle-sur-la-Sorgue Village-monde »

Je deviens ambassadeur

Je me connecte



5.3 Animer et promouvoir Chinon Cœur de ville

METTRE EN PLACE UNE MAISON DU PROJET ET/OU UN MANAGER D'ATTRACTIVITE

ROLE DU MANAGER D'ATTRACTIVITE

- Animation et suivi du programme Action Cœur de ville
- Lien avec les propriétaires et les porteurs de projet
- Promotion du Cœur de ville lors des événements et animation
- Gestion de la communication sur les réseaux sociaux notamment

CONDITIONS DE REUSSITE

- Un budget de fonctionnement
- Une fiche de poste et des objectifs précis
- La tutelle d'un élu dédié

4 Travail en groupes

Les prochains ateliers :

- mardi 19/11 : développement
économique et commerce



chinon-coeurdeville@agence-eker.fr
chinon-coeurdeville.consultvox.co