



CONNECTONS NOS TALENTS

Scénario d'amélioration

Etude sur les équipements et services aux usagers au bénéfice de l'attractivité de Chinon

Ville de Chinon

Phase 2

18 juillet 2019



1.

Synthèse du diagnostic

Synthèse du diagnostic de l'offre d'équipements & services à Chinon (SWOT)

ATOUPS

- Un bon niveau de dotation en équipements & services, des équipements et services structurants récemment/prochainement livrés (investissements CC CVL notamment)
- Un tissu associatif et des habitants impliqués pour la dynamisation du cœur de ville
- 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, faible ouverture à l'espace public
- Une gestion de l'utilisation des équipements non-optimisée, vectrice de saturation/tension dans les usages
- Un déficit d'équipements sportifs-de loisir en accès libre/lieux de pratique libre
- Manque d'une offre ciblant les actifs: défaut d'une politique structurante de développement de services numériques et de télétravail/économie de proximité à l'échelle ville et CC
- Une offre de transport en commun et de mobilités douces à améliorer

OPPORTUNITES

- L'opportunité de (re)développer des équipements et services du cœur de ville en profitant de foncier vacant/mobilisable: Cinéma le Rabelais, Maison des associations, halles de la Mairie...
- L'opportunité de valoriser les espaces publics structurants du cœur de ville (places et berges) pour y déployer l'offre de services, animer, faire circuler
- Un potentiel de valorisation des productions et de l'économie locale à travers les équipements et services
- L'opportunité de développer une offre adressée tant aux habitants qu'aux touristes
- Un appui possible de la Région et du GIP RECIA pour soutenir le développement de tiers lieux et services numériques.

RISQUES

- Écarter le quartier des Courances qui fait la liaison Gare-centre historique: quartier Politique de la ville avec plusieurs équipements clés (bibliothèque, CIAS, centre social,...);
- Laisser le Faubourg St Jacques à l'écart de la dynamique
- Un ressenti de désertion des équipements du cœur de ville suite au déménagement/fermeture de plusieurs équipements
- Risque de perte de vitesse du cinéma mono-salle, rare lieu d'animation du cœur de ville

Principaux enseignements

La restitution du diagnostic en atelier collaboratif a fait émerger des thématiques transversales:

- L'animation et la requalification des espaces publics (berges de Viennes – places)
- La nécessité de connecter et de valoriser des parcours entre des espaces segmentés de la Ville (centre historique/Faubourg, centre historique/Courances, Ville haute/Ville basse)
- Le positionnement - l'identité de Chinon à affirmer, autour de l'art de vivre et de la valorisation des productions locales, pouvant réunir touristes & habitants
- Le potentiel redéveloppement d'une activité économique en cœur de ville, notamment autour des services et de l'artisanat

De premiers potentiels de valorisation de l'offre d'équipements et services ont émergé en phase 1

- Créer une centralité au Faubourg Saint-Jacques, un véritable pôle de services aux habitants intégré au cœur de ville
- S'appuyer sur la jeunesse pour faire vivre le cœur de ville
- Offrir un espace public animé et approprié
- Aménager des lieux de travail et de vie en cœur de ville, attirer les actifs
- Ouvrir les équipements à des usages plus mixtes, vecteurs de convivialité et de lien social

En phase 2, nous affinons et reformulons ces enseignements pour définir des axes stratégiques.

2.

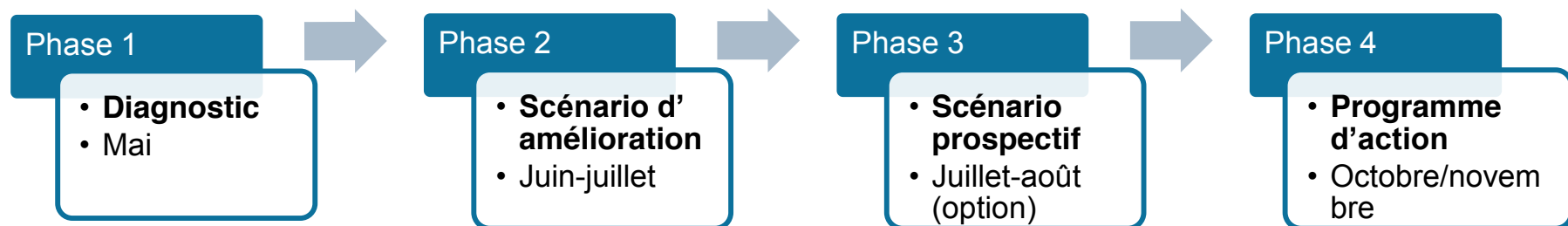
Scénario d'amélioration

Les attendus du scénario d'amélioration

A l'issue de la phase de diagnostic, le scénario d'amélioration doit traduire une stratégie d'intervention qui:

- **Structure les thèmes & enjeux à traiter et la manière de les traiter**
- **Liste les premières démarches et actions à mettre en œuvre**
- **Précise les bénéfices pour le territoire à court & moyen terme**

Le scénario d'amélioration privilégie des axes et actions déployables à court et moyen termes, et pouvant avoir un effet d'entraînement tout en mobilisant des moyens raisonnables.



Quels objectifs et leviers à actionner pour améliorer l'offre d'équipements et services en cœur de ville ?

Les objectifs à atteindre

- Favoriser et faciliter les flux entre équipements et services, bien articuler les circulations entre le cœur historique et les quartiers avoisinants
- Mixer les usages pour enrichir l'offre et la fréquentation des équipements et services
- Améliorer l'attractivité et l'image pour attirer de nouveaux usagers et habitants
- Redonner une vocation de centralité au cœur de ville

Les leviers à actionner

- l'animation et l'événementiel (à dimension culturelle)
- le marketing et la communication
- le numérique
- l'implication et la participation des habitants
- la programmation des équipements (réhabilitation, hybridation des activités)
- l'aménagement des espaces publics (mobilier urbain, signalétique)
- les parcours touristiques / la mise en tourisme

Quels axes d'amélioration de l'offre d'équipements et services en cœur de ville ?

A partir de la phase 1, nous proposons de redéfinir **3 axes d'amélioration** de l'offre d'équipements et services:

Axe 1: Positionner et structurer l'offre du cœur de ville

Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise

Axe 3: Fédérer autour du cœur de ville et développer le sentiment d'appartenance des habitants

→ Ces axes sont classés par ordre de mise en œuvre: de la structuration et valorisation de l'existant au déploiement de l'offre, dans un souci de pragmatisme et de mise en œuvre graduée, pour faire vivre le projet Cœur de Ville au plus vite.

Axe 1 : Positionner et structurer l'offre du territoire chinonais, de manière à améliorer sa qualité et la rendre plus lisible



Pourquoi ?

STRUCTURER

- Si le Cœur de Ville de Chinon est globalement bien doté en équipements & services à la population, **les équipements ont encore un fonctionnement thématique et cloisonné** : on vient y chercher un service spécifique, sans qu'il y ait d'accroche vers un autre service/l'offre globale du territoire. La fonction « lieu de vie / participation à la vie sociale / échange-convivialité » n'est pas structurée dans les équipements (pas d'espaces ou de projets dédiés).
- **La liaison / circulation entre les différents équipements du Cœur de Ville n'est pas organisée**
- **L'utilisation des équipements publics n'est pas optimisée**, générant des phénomènes de saturation ou de tension dans l'utilisation entre les différentes structures (écoles, clubs sportifs...). Il n'y a pas de créneau de pratique libre pour l'accès aux équipements.

POSITIONNER

- Aujourd'hui le potentiel touristique de Chinon demeure sous-exploité. Il n'y a pas de positionnement distinct de Chinon, assimilé à un point de la destination Val de Loire. Il y a toutefois **une bonne cohabitation entre touristes & habitants, avec une opportunité à travailler un positionnement et une offre qui puisse toucher les deux cibles et permettre leur rencontre** : un socle commun autour de l'art de vivre, de la valorisation des productions locales (dont la viticulture) paraît pertinent à approfondir.
- En termes de développement économique et agricole, il y a un intérêt de **positionner Chinon en complémentarité de Tours** et notamment de son projet alimentaire métropolitain.
- Un enjeu de positionnement de Chinon est aussi de **générer de l'activité économique** en cœur de ville – et en particulier de penser une **offre de services dédiée aux actifs**: services numériques, coworking-télétravail, encouragement à l'installation de services.



Les thématiques clés: marketing ; tiers-lieux; économie; tourisme ; gestion ; culture, loisirs & sport.

Axe 1 : Positionner et structurer l'offre du territoire chinonais, de manière à améliorer sa qualité et la rendre plus lisible



Les usagers concernés:

- Les habitants de Chinon et de la CC CVL
- Les actifs et les familles
- Les touristes
- Les structures utilisatrices des équipements: établissements scolaires, associations & clubs



Les actions préconisées

Action 1.1 : Engager une dynamique « tiers-lieu », génératrice de flux et de lien en Cœur de ville.

Niveau de priorité : 1
Difficulté de mise en œuvre: 2
Niveau de valeur : 1

Axe 1 : Positionner et structurer l'offre du territoire chinonais, de manière à améliorer sa qualité et la rendre plus lisible

Tiers-lieu, de quoi parle-t-on ?

- ✓ Un lieu collaboratif qui favorise la rencontre, le partage de compétences, la création d'innovations entre des personnes qui ne se seraient pas rencontrées dans un lieu de travail traditionnel.
- ✓ Les notions-clés:
 - **Décloisonnement** : un lieu qui accueille plusieurs usages, les hybride
 - Le « **faire** » : un lieu d'apprentissage par l'expérimentation, la recherche permanente de solutions
 - Le **collectif** : un fonctionnement collaboratif, tourné vers le partage et la création de connaissances
- ✓ Une diversité de formes possibles : espaces de travail partagés (ou « coworking »), ateliers partagés, fablab (laboratoire de fabrication) etc. et des services hybrides : salles de réunions, jardins partagés, boutiques, cafés, épiceries, ressourceries, pratique et diffusion culturelle etc.

Bénéfices pour le Cœur de Ville de Chinon:

- ✓ Créer un ou des lieux de vie qui polarisent les flux, augmentent la circulation des usagers et la fréquentation du centre-ville
- ✓ Diversifier les usagers du cœur de ville et créer de la cohésion : attirer les familles, les actifs, les étudiants, des usagers aujourd'hui peu présents en Cœur de Ville
- ✓ Impulser une appropriation des équipements et services pour les rendre plus attractifs : y favoriser le développement d'initiatives portées par les usagers, la société civile, et impliquer les forces vives locales (gouvernance).

NB. L'orientation, la coloration du tiers-lieu et les personnalités ou structures associées à son fonctionnement permettront de proposer des services adaptés aux usagers que la Ville souhaite cibler en priorité.

Axe 1 : Positionner et structurer l'offre du territoire chinonais, de manière à améliorer sa qualité et la rendre plus lisible

Créer un dynamique tiers-lieu à l'échelle du cœur de ville :

Pour créer cette dynamique tiers-lieu, on préconise de structurer un développement à l'échelle du cœur de ville à travers un ensemble d'actions:

✓ Créer un tiers-lieu phare :

- **Option 1: s'inscrire dans le projet des Halles gourmandes** (actuelle mairie): introduire une mixité d'usages, en complémentarité de l'offre alimentaire, pour faire vivre le lieu sur des temporalités élargies, avec des activités destinées tant aux habitants qu'aux touristes. Cibler une orientation de projet autour du bien-être, de l'art de vivre, des loisirs. Le concept envisagé de « halles gourmandes » peut valoriser les productions locales, les circuits courts et coopératives peu développées à Chinon. Des activités économiques liées à la filière bio / ESS / artisanat pourraient aussi se développer sur site. Le positionnement de l'offre est à penser pour qu'elle reste accessible aux moyens des Chinonais.
- **Option 2: cibler le tiers-lieu sur un bâtiment vacant.** Orientations possibles: tiers-lieu de travail orienté vers les actifs et étudiants. Lieux pressentis: bâtiment CCCVL Place Hofheim ou Maison des associations = créer un 2^e pôle névralgique du cœur de ville, plus orienté « activité économique » que « tourisme », autour de la Place Hofheim-rue JJ Rousseau.

✓ **Inclure une dynamique « tiers lieu » dans les équipements existants (Cinéma, bibliothèque etc.) et les commerces** pour en faire des lieux conviviaux, plus mixte dans leurs activités. Travailler en réseau.

✓ **S'ouvrir à l'espace public:** proposer aux usagers des tiers-lieux d'agir sur le cadre de vie et notamment sur les places (projets collaboratifs, aménagements temporaires, animations...).

Axe 1 : Positionner et structurer l'offre du territoire chinonais, de manière à améliorer sa qualité et la rendre plus lisible

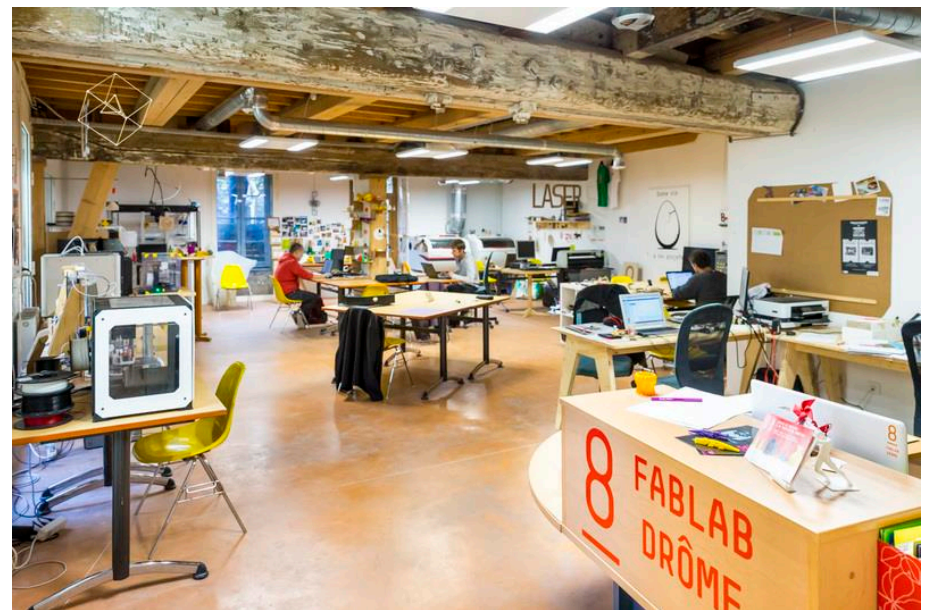


Inspiration « engager une dynamique tiers lieu » :



*La COcotte Numérique de Murat (Massif central):
Un espace de travail
collaboratif en milieu rural,
impulsé par la communauté de
communes du Pays de Murat*

*Le 8 Fablab à Crest (Drôme) :
bureaux partagés, laboratoire
de fabrication numérique et
services d'accompagnement
aux professionnels.*



Axe 1 : Positionner et structurer l'offre du territoire chinonais, de manière à améliorer sa qualité et la rendre plus lisible



Les actions préconisées

Action 1.2: Optimiser la gestion de l'utilisation des équipements

Niveau de priorité : 2

Difficulté de mise en œuvre: 1

Niveau de valeur : 2

Plusieurs équipements sont utilisés tant par la mairie que mis à disposition d'associations et écoles. Les utilisateurs sont demandeurs d'une gestion plus fluide et mieux coordonnée. Un groupe de travail est déjà lancé en ce sens et est à conforter. Des outils simples type agendas partagés peuvent être mis en place. Compte-tenu de l'évolution des pratiques sportives, de plus en plus autonomes, il serait intéressant d'ouvrir des créneaux libres notamment dans les équipements sportifs – pour permettre aux habitants de pratiquer librement sans nécessité d'adhésion à un club.

Il est également possible de mettre en place un **pass multi-équipements**, permettant d'accéder à un certain nombre de services et équipements à des prix favorisés : bibliothèque, piscine et autres équipements sportifs, etc. mais également aux transports en commun (Sittravel).

Axe 1 : Positionner et structurer l'offre du territoire chinonais, de manière à améliorer sa qualité et la rendre plus lisible



Inspiration « optimiser la gestion de l'utilisation des équipements » :

Amiens Métropole : une carte pass pour accéder aux différents services et équipements de la ville

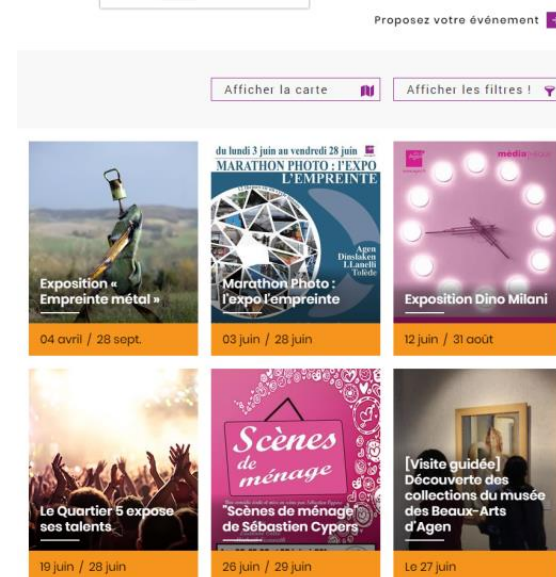
- La carte Pass de la ville d'Amiens est une carte de vie quotidienne à laquelle les usagers peuvent associer leurs abonnements à différents services de loisirs et de sports de la collectivité : des établissements sportifs (piscines, patinoire, centres sportifs), zoo, salles de spectacles et d'activités culturelles, musée de Picardie, mais aussi d'emprunter des oeuvres dans les bibliothèques d'Amiens Métropole. A terme d'autres services de la collectivité y seront associés, comme le transport en bus sur le réseau Amétis.



Un agenda partagé complet, collaboratif et quotidiennement mis à jour dans la ville d'Agen

- Un agenda complet qui présente tous les rendez-vous culturels municipaux, sportifs, ceux des associations, ou autres avec titre, date, résumé, présentation détaillée, contact (demande d'informations complémentaires ou inscriptions) et géolocalisation
- Des fonctionnalités multiples : boutons de partage sur les réseaux sociaux, ajout de l'évènement à son calendrier personnel, recherche multicritère avec filtres, carte interactive avec géolocalisation, possibilité de proposer un événement grâce à un formulaire dédié ouvert à tous (informations soumises à validation de la Direction de la Communication), mise à disposition d'un flux RSS

Plus d'informations: <https://www.agen.fr/en-ce-moment/agenda-20.html>



Axe 1 : Positionner et structurer l'offre du territoire chinonais, de manière à améliorer sa qualité et la rendre plus lisible

Action 1.3 : Développer le pôle de services aux habitants au Faubourg Saint-Jacques, le transformer en destination du cœur de ville

Niveau de priorité : 3
Difficulté de mise en œuvre: 1
Niveau de valeur : 2

L'enjeu est de générer une fluidité entre les équipements publics du faubourg pour faire de ce pôle un vrai lieu de vie qui contribue à la dynamisation du Faubourg et du cœur de ville.

Une première action peut être d'aménager l'espace public entre l'Espace Rabelais & le lycée – afin d'en faire un espace mieux adressé, permettant aux lycéens et aux autres usagers (spectateurs, associations, nageurs...) de pouvoir se réunir, s'asseoir, s'abriter. L'ouverture des équipements à l'espace public, à commencer par l'espace bar de l'Espace Rabelais, dont l'utilisation est aujourd'hui limitée, est aussi préconisée. L'aménagement d'un espace convivial permettrait aux usagers de rester sur site plus longtemps, de pouvoir par exemple faire une halte entre la fréquentation de deux services (piscine et centre de loisirs). La nouvelle implication du CLAAC sur site (via l'accueil de loisirs) est une opportunité pour travailler une meilleure liaison entre équipements, dont ils ont l'expérience sur la Maison intergénérationnelle d'Avoine, et une prise en compte des différents usagers (dont les lycéens).

> Action considérée comme hors périmètre « cœur de ville » lors de l'atelier collaboratif du 3/07/19 que nous proposons de maintenir à ce stade pour une intégration dans un autre cadre de projet municipal. Cette action répond en particulier à des enjeux de pacification de l'espace public et de cohésion sociale entre différents types d'usagers/habitants.

Axe 1 : Positionner et structurer l'offre du territoire chinonais, de manière à améliorer sa qualité et la rendre plus lisible



Le(s) site(s) ciblé(s):

- Le foncier à potentiel de reconversion: les Halles (mairie), la Maison des associations, bâtiment CC CVL place Hofheim, commerces vacants
- Équipements du Faubourg Saint-Jacques; Cinéma Le Rabelais; bâtiments à réaffecter (dont Maison des associations); espaces publics principaux (places, franchissement de la Vienne...)



La démarche :

- La dynamique « tiers lieu » peut être facilitée par la Ville & la CC CVL en co-construction avec les acteurs locaux qui seront les potentiels utilisateurs ou partenaires du/des tiers lieux. Le tiers-lieu ne peut se décréter mais la collectivité peut initier la démarche et sécuriser les conditions de sa faisabilité. Le tiers-lieu sera notamment à construire avec les acteurs économiques (dont la CCI, l'AVEC) et associatifs du Chinonais pouvant partager un socle commun de projet. Le GIP Recia peut soutenir la démarche, qui peut aussi bénéficier de dispositifs de financement régionaux ou nationaux. Une complémentarité est à travailler avec les tiers lieux existants sur le territoire (Avoine, Richelieu notamment).
- L'ensemble des actions de cet axe nécessite **une démarche co-construite qui associe les directions/personnel et autant que possible des usagers des différents équipements.**



Les bénéfices attendus à court & moyen terme:

- Un positionnement affirmé de Chinon sur l'art de vivre, pour mieux capter la clientèle touristique et augmenter les retombées économiques
- L'attraction d'actifs en cœur de ville, pour une revitalisation économique du cœur de ville
- Une meilleure exploitation de l'offre existante
- Une redynamisation des équipements
- Une diversification de leurs usagers cibles (> plusieurs vocations des espaces)

Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise



Pourquoi ?

- Chinon est bien doté en équipements et services aux usagers, avec **plusieurs équipements et services structurants récemment ou prochainement livrés.**
 - Pour autant, les constats du diagnostic sensible Cœur de Ville et des entretiens menés dans le cadre de l'étude, soulignent **un sentiment de baisse de l'animation en centre-ville**, voire de « désertification » suite à la fermeture ou au transfert d'équipements emblématiques (Maison des associations, dojo...)
 - L'offre événementielle et de services à la population (culture, sports, loisirs, jeunesse) est diversifiée et portée tant par la Ville et la Communauté de communes que par un tissu associatif dense au regard de la taille de la ville. Cette offre multiple souffre d'un **déficit de lisibilité, la communication étant disséminée entre les structures porteuses.**
 - Il existe bien un **agenda** sur les sites internet de la Ville et de l'office de tourisme, à **caractère informatif et peu attractif.**
- **Il y a donc un enjeu de valorisation et de communication : il s'agit de donner à voir la richesse et la diversité de l'offre existante aux différents usagers (habitants, touristes, etc.) et d'affirmer ainsi la centralité de l'offre Chinonaise à l'échelle de la CC CVL.**



Les thématiques clés:

Marketing & communication ; animation; culture, loisirs & sport ; numérique

Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise



Les usagers concernés:

- En priorité les habitants de Chinon et de la CC CVL, pour qu'ils (re)découvrent le panel d'activités et services disponibles
- Les touristes dans l'esprit de leur donner à découvrir « le vrai Chinon ».



Les actions préconisées

Action 2.1: Créer une identité visuelle & marketer l'offre via le lancement d'un label valorisant l'offre événementielle.

Niveau de priorité : 2
Difficulté de mise en œuvre: 1
Niveau de valeur : 1

La création d'une identité graphique propre au cœur de ville permettrait de gagner en impact communicationnel, en la déclinant facilement sur l'ensemble des supports informatiques et de promotion, ainsi qu'en développant un système de signalétique unifié. L'objectif est de **véhiculer une image forte et lisible de l'identité chinonaise et de l'offre du cœur de ville** en matière d'équipements et de services, mais également de commerces.

Pour aller plus loin, nous préconisons de **développer un label dédié à l'offre événementielle du type « Sortir à Chinon »**, en définissant une identité éditoriale & graphique du projet et un plan de communication lié, sur l'exemple de *Dimanche à Rennes* (voir « inspiration »). Cette action doit valoriser l'ensemble des initiatives existantes – animations, activités & services (événementiel & récurrent) – en ciblant l'offre de loisirs, culture & sport au sens large. Un focus peut être mis sur le cœur de ville: il permettrait notamment aux habitants d'être sensibilisés aux événements touristiques auxquels ils peuvent aussi participer. Pour faire vivre un tel label tout au long de l'année, il est toutefois pertinent de le déployer à l'échelle intercommunautaire.

Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise



Les actions préconisées

Action 2.2: Développer des outils visuels de découverte du territoire

Niveau de priorité : 2
Difficulté de mise en œuvre: 1
Niveau de valeur : 1

Plusieurs outils de marketing et communication peuvent être mis en place rapidement afin de faciliter la lisibilité de l'offre de services à la population sur ses différents volets, et de la promouvoir : à travers une meilleure ergonomie du site web grâce à une thématisation de l'offre et à une facilitation des démarches en ligne, la réalisation d'infographies communicantes. Mais surtout le développement d'une cartographie interactive permettant la géolocalisation des différents services et équipements selon les usages, et la conception de parcours visant à guider les flux et permettre une meilleure connexion des lieux.

Action 2.3: Mettre en place une signalétique ludique unifiée et un marquage urbain pour relier les équipements phares et les quartiers

Niveau de priorité : 1
Difficulté de mise en œuvre: 2
Niveau de valeur : 1

La signalétique est aujourd'hui insuffisante/peu visible entre les différents espaces de la Ville, y compris pour donner envie aux habitants de traverser la Vienne ou d'aller de place en place. Une signalétique ludique pourrait être conçue, en la testant auprès de différents types d'usagers. Au-delà de la signalétique directionnelle, elle pourrait indiquer des activités telles que « une pause à la guinguette », « une balade sur les bords de Vienne »... Mais aussi proposer des circuits davantage à destination des touristes (avec utilisation de l'anglais). La signalétique peut être testée sous forme temporaire avant d'être formalisée en lien avec l'ABF.

Des éléments de marquage urbain, davantage à vocation identitaire, pourront également être mis en place (par exemple sur du mobilier urbain, sur des murs ou les sols, etc.), afin de mieux identifier mais également d'embellir le cœur de ville.

Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise



Les actions préconisées

Action 2.4: Le « community management » comme outil d'animation du coeur de ville

Une présence active sur les réseaux sociaux est un élément clé afin de promouvoir l'offre d'équipements et de services de la ville : en la rendant plus visible notamment auprès des jeunes générations, et en animant une communauté d'utilisateurs pour créer davantage de lien et mobiliser les différents acteurs (habitants, touristes, commerçants, associations, etc.)

- Actions à articuler avec le site web Destination Chinon que vient de lancer l'AVEC (association des commerçants) : une base de projet orientée vers le commerce et le tourisme, à augmenter - en particulier à coordonner avec l'action 2.1 qui valorise les événements et initiatives à Chinon.
- Un travail spécifique peut-être mené avec l'AVEC et un groupe d'associations chinonaises afin de tester les développements possibles du site web, pour augmenter l'impact de Destination Chinon (ergonomie, fonctions à valoriser, attractivité du site) et s'adresser non seulement aux touristes mais aussi aux habitants du territoire.

Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise



Inspiration « identité visuelle / label » : Les Dimanches à Rennes

Les dimanches à Rennes c'est un label porté par la **Ville de Rennes** et le festival **Les Tombées de la Nuit**. Constatant que Rennes était réputée « ville morte » le dimanche, et voulant satisfaire les attentes d'un public familial, la Ville a lancé cette opération de **labellisation de toutes les initiatives organisées les dimanches**.

En donnant à voir l'existant, la Ville montre aux habitants et aux touristes que Rennes est une ville animée et riche d'initiatives et projets, jusque-là insuffisamment valorisés.

« Dimanche à Rennes » est un label valorisé sur un **site web dédié** et à travers **des campagnes de communication régulières**.

Simple d'utilisation, **il est proposé aux porteurs de projet de compléter directement une demande en ligne pour présenter leur événement sur le site**. La charte graphique ludique et attrayante est un point fort du label.



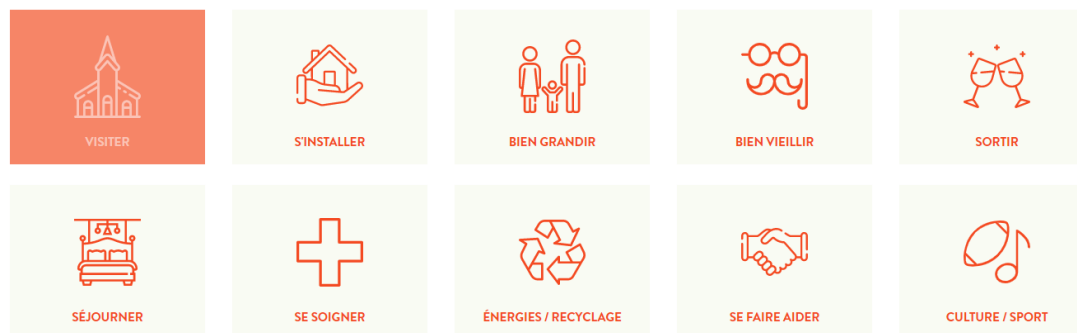
Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise



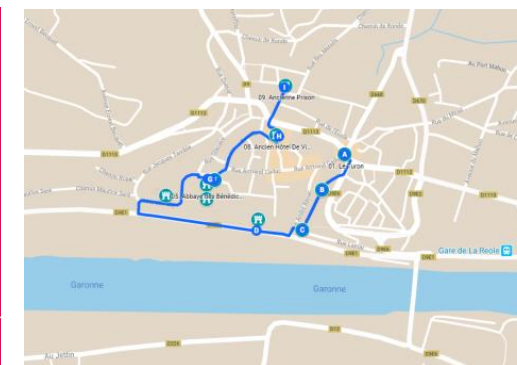
Inspiration « Valorisation des équipements et services » : La Réole

Ville de 4 000 habitants située en Sud Gironde, la Réole a mis en place un **dispositif complet de valorisation de ses services et équipements, et de son patrimoine bâti** remarquable afin de développer son attractivité et sa qualité de vie, notamment via **plusieurs outils de marketing territorial** :

- **Un site web lisible et attractif** avec des infographies et une cartographie interactive localisant les équipements et un parcours de découverte.
- **Agenda semestriel d'animations**
- **Une page facebook très active**, permettant d'informer et de communiquer sur les événements, les initiatives citoyennes, les actualités citoyennes, les commerces et équipements, etc.



Présentation de l'offre de services et d'équipements thématisée, en fonction des usages et des profils.



Mise en avant sur la cartographie interactive du site web d'un circuit d'interprétation et patrimoine.

Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise



« Le château des Quatre Sœurs »
Atelier bestiaire



OCTOBRE

Mercredi 23 octobre à 15h
VISITE FOCUS
« LE CHÂTEAU DES QUATRE SŒURS »

Venez profiter d'une visite exceptionnelle de la forteresse médiévale de La Réole en compagnie d'un guide-conférencier !
Uniquement sur inscription (nombre de places limité) avant la veille 17h au 06 19 76 16 33.

► **Place Albert Rigoulet**

Samedi 26 octobre à 14h30
BALADE URBAINE

Visite découverte de la ville au fil de son histoire et de ses monuments remarquables en compagnie d'un(e) guide-conférencier(ère) !

► **Esplanade Charles de Gaulle**

Mercredi 30 octobre à 14h30
ATELIER « BESTIAIRE DU MOYEN ÂGE »

Au Moyen Âge, les animaux sont partout ! Dans la vie quotidienne, dans l'art mais surtout... dans l'imaginaire ! Pars à la découverte des nombreuses représentations animales et de leurs symboliques

et dessine toi-même ton propre animal hybride à partir de modèles issus de « bestiaires » médiévaux.

Atelier 6-12ans. Uniquement sur inscription (nombre de places limité) avant la veille 17h au 06 19 76 16 33.

► **Précisé lors de l'inscription**

NOVEMBRE

GRATUIT
Vendredi 1^{er}, Samedi 2 et dimanche 3 novembre de 10h à 19h
FOIRE DE LA TOUSSAINT À LA RÉOLE

Retrouvez, à l'occasion de la traditionnelle foire de la Toussaint, le service « Ville d'art et d'histoire » sur le stand de la mairie et profitez d'animations gratuites !

► **Chapiteau de la Mairie sur les quais**



VISITES DÉCOUVERTES, MODE D'EMPLOI

Les visites guidées durent environ 1h30 et sont toutes assurées par des guides-conférenciers agréés ou par des professionnels du patrimoine. Sauf mention contraire, le règlement est à effectuer sur place auprès de l'intervenant.

► **Rendez-vous aux endroits indiqués.**

TARIFS

- Adultes : 4,00 €
- Enfants (8-18 ans) : 2,00 €
- Forfait famille (2 adultes + 2 enfants) : 10,00 €
- Moins de 8 ans : gratuit
- Atelier 6-12 ans ou en famille : 3,00 € par pers. (atelier + goûter)

Visite théâtralisée:
(À régler auprès de l'Office de Tourisme)
- Adultes : 2,50 €
- Moins de 18 ans : gratuit

RESTONS CONNECTÉS

Suivez-nous sur Facebook !
► La Réole, ville d'art et d'histoire

Du 15 Juin au 29 septembre 2019

6^e ÉDITION DU « CHEMIN DES ARTS » PATRIMOINE ET ART CONTEMPORAIN À LA RÉOLE

Quand l'art contemporain investit le patrimoine ! Profitez de l'exposition de 3 artistes contemporains pour cheminer dans la ville à la redécouverte des monuments emblématiques.

Entrée libre au prieuré bénédictin, à l'ancien hôtel de ville et à l'ancienne prison. *Détail du programme sur www.lareole.fr.*

Community management avec la page Facebook dédié.



La Réole - Ma Ville
12 h · 🌐

Cette semaine dans votre cinéma.

En cette période de canicule, vous pourrez trouver un peu de fraîcheur dans votre cinéma !

Horaires en cliquant sur les images (plus d'info -> <https://urlz.fr/8Qce>)

J'aime Commenter Partager

« Rendez-vous La Réole » : l'agenda / programme d'animation semestriel, également disponible sur le site web.

Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise



Inspiration « Signalétique et marquage urbain »



Marquage urbain St Christopher's Place (Londres) pour valoriser la place publique, ses équipements et ses commerces.



Signalétique mise en place par la Ville de Metz suite à l'ouverture du Centre Pompidou, afin faciliter les flux en connectant l'équipement culturel et le coeur de ville.



Dispositif de marquage urbain ludique et interactif déployé par le Quartier des Spectacles à Montréal, avec la mise en place de parcours culturels



Axe 2: Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise



Le(s) site(s) ciblé(s):

Action multi-sites sur le web et réseaux sociaux (essentiellement facebook) + les points phares de la ville où communiquer (la gare, les places, les lieux culturels, le marché, les commerces)



La démarche :

La démarche doit associer la Ville, la CC CVL, l'Office de Tourisme ainsi que quelques partenaires associatifs et culturels clés (type l'AVEC, la Forteresse, le CLAAC) pour bien définir les besoins prioritaires et les premières actions de valorisation à entreprendre. L'action peut être expérimentée dans un premier temps à l'échelle du cœur de ville avant un déploiement à l'échelle intercommunale. Une coordination avec le département/région est conseillée, ainsi qu'un accompagnement ciblé en stratégie & développement numérique.

Le ou les outils mis en place doivent être ergonomiques, faciles d'utilisation pour toutes les structures du territoire souhaitant présenter leurs projets. Pour les événements payants, la billetterie de l'office de tourisme pourrait être intégrée. Un parti-pris graphique/artistique fort est à encourager pour distinguer Chinon des autres villes avoisinantes et permettre aux habitants de porter un regard neuf sur l'offre du territoire. L'offre commerciale (type opération *art & artisanat*) serait à valoriser sur ces outils.



Les bénéfices attendus à court & moyen terme:

- Valoriser rapidement l'offre existante, pour impulser un changement d'image du cœur de ville et du chinonais, avec cadre de vie amélioré grâce à des premières actions très visibles in situ (type signalétique temporaire) et en ligne
- Fédérer les associations et porteurs de projets, valoriser leurs initiatives et catalyser les énergies
- Faciliter la découverte des initiatives et offres du territoire, pour les habitants et les touristes

Axe 3 : Fédérer autour du cœur de ville et développer le sentiment d'appartenance des habitants



Pourquoi ?

- Pour réellement faire « espace public », il est opportun d'associer les habitants, de les **responsabiliser dans l'animation** et l'embellissement de leur cadre de vie.
- Classiquement les habitants expriment des attentes ou des frustrations par rapport à des problématiques de gestion de l'espace public (stationnement, propreté etc.) ; il serait intéressant de **tester des actions de participation à l'embellissement du cadre de vie**. De premières initiatives ont déjà émergées en sens, notamment de nettoyage des berges.
- Il s'agit aussi d'**apaiser certains conflits d'usages** ou incivilités autour d'équipements.
- A terme, ces actions pourraient permettre de faire rayonner une image dynamique et positive de la ville, et **faire des usagers des ambassadeurs pour la destination** (qu'elle soit résidentielle, touristique, ou économique).



Les thématiques clés:

Espace public; cadre de vie; participation; animation



Les usagers concernés:

- Les habitants de Chinon
- Notamment les jeunes et les familles
- Les commerçants
- Les associations notamment culturelles (festivals, etc.)

Axe 3 : Fédérer autour du cœur de ville et développer le sentiment d'appartenance des habitants



Les actions préconisées

Action 3.1: Déployer l'animation des espaces publics, mettre l'accent sur les places et les Bords de Vienne

Niveau de priorité : 1
Difficulté de mise en œuvre: 1
Niveau de valeur : 1

En écho à l'axe 1, il s'agit de faciliter et développer les actions d'animation du cœur de ville. Des temps type « fête du cœur de ville » ou des parcours/manifestations itinérantes à travers la ville sont à encourager pour faciliter la circulation entre plusieurs quartiers. Un appel à projet/initiatives peut être lancé pour proposer aux habitants et structures locales de proposer une démarche d'amélioration du cadre de vie. Des projets participatifs phares peuvent aussi être organisés en lien avec les structures culturelles (voir exemple inspirant: *A Table !*); certains pouvant accompagner les démarches de transformation du cœur de ville (réaménagement d'une place, livraison d'un nouvel équipement).

Action 3.2: Proposer une participation de la jeunesse et des actions intergénérationnelles pour le cadre de vie

Niveau de priorité : 2
Difficulté de mise en œuvre: 2
Niveau de valeur : 1

Il est porteur de s'appuyer sur les initiatives du lycée Rabelais pour leur proposer de s'impliquer dans le Cœur de Ville – par exemple à travers des événements type scène ouverte ou des actions éco-responsables. Le lycée a mis en place des instances telles que la Maison des Lycées qui peuvent être associés aux projets. Des actions partenariales pourraient être organisées pour impliquer aussi des seniors, en lien avec le CIAS par exemple. Il y a un fort enjeu à rendre la jeunesse plus visible dans le cœur historique, à encourager plus de rencontres entre les habitants pour donner à voir un Chinon plus dynamique.

Axe 3 : Fédérer autour du cœur de ville et développer le sentiment d'appartenance des habitants



Les actions préconisées

Action 3.3: Mettre en place un réseau d'ambassadeurs

Niveau de priorité : 3
Difficulté de mise en œuvre: 2
Niveau de valeur : 1

Pour aller plus loin, un réseau d'habitants ambassadeurs de la ville pourrait être développé sur le modèle des « greeters ». Ils pourraient faire visiter la Ville sous un œil personnalisé ou partager une expérience (repas, activité) avec des touristes ou d'autres habitants du territoire. La Ville de Moulins développe un tel réseau en proposant des contreparties aux ambassadeurs (gratuité ou tarifs réduits dans les équipements etc).

- Les actions de l'axe 3 (3.1 en particulier) peuvent nourrir l'axe « développer des lieux de loisirs pour tous » proposé par l'étude Tourisme. Le positionnement loisirs, notamment autour des berges, est opportun, pour satisfaire la demande des usagers rencontrés en phase de diagnostic: bénéficier d'espaces de pratique sportive libre et d'espaces récréatifs (détente, déambulation). Des actions possibles: développer des parcours et installations sportives outdoor, des espaces de détente, autour de la guinguette notamment. Elle est aussi à mettre au regard des actions de développement des mobilités douces (aménagement de parcours cyclables) préconisées dans l'étude Mobilités

Axe 3 : Fédérer autour du cœur de ville et développer le sentiment d'appartenance des habitants



Inspiration: A Table ! Une performance participative dans le centre ancien de Nanterre

La Mairie de Nanterre, via sa Maison de la musique, a lancé une action dans son centre ancien pour créer un moment fédérateur de rencontre entre les habitants et d'appropriation de l'espace public. Elle a commandé une « performance » au collectif d'architectes-bricoleurs Boijeot.Renauld. Pendant 10 jours, ils ont fabriqué avec les habitants en pleine ville des tables et chaises en bois; s'installant à différents points stratégiques (parvis de la salle de spectacle, place avec des terrasses de restaurants, rue commerçante). Le mobilier a été utilisé pour un grand pique-nique d'ouverture de la saison culturelle dans le parc du centre-ville. Cette manifestation participative a suscité la curiosité et d'adhésion d'un grand nombre d'habitants, dans un quartier en perte de dynamisme. Il a aussi permis à la salle de spectacles municipale d'ouvrir largement ses portes et de s'adresser à un public plus large.

Plus d'infos: <http://2m26.com/amenagements/a-table-action/>



Axe 3 : Fédérer autour du cœur de ville et développer le sentiment d'appartenance des habitants



Le(s) site(s) ciblé(s):

Les espaces publics en priorité: places, bords de Vienne (dont la guinguette)



La démarche :

Valoriser des animations co-portées par plusieurs structures, s'appuyer notamment sur l'association de commerçants ; proposer un appel à initiatives.



Les bénéfices attendus à court & moyen terme:

- Une fierté de ville renouvelée, avec des habitants « ambassadeurs » de leur ville
- Un renouvellement des propositions d'animation du cœur de ville
- La mise en place d'actions concrètes et appropriées pour améliorer le cadre de vie

Cartographie des sites ciblés

Sites ciblés:

1. Places
2. Faubourg Saint Jacques (équipements et espace public)
3. Bords de Vienne

Equipements cibles

- Halles de la Mairie
- Cinéma le Rabelais
- Maison des associations
- Espace Rabelais



Focus sur les équipements cibles du Cœur de Ville

Le Cinéma Le Rabelais

- D'un équipement mono-salle en gestion bénévole au déploiement d'un lieu d'animation porteur pour le cœur de ville
- Projet de réaménagement et d'extension porté par l'association gestionnaire. Etude de marché lancée à ce stade par l'association
- Questions à étudier : **opportunité et conditions de l'extension du cinéma ou de sa relocalisation sur un autre bâti du cœur de ville**, programmation (ouverture éventuelle du lieu à des usages complémentaires), mode d'exploitation et montage
- A noter: le PLUi sanctuarise la présence du cinéma en cœur de Ville

Des prestations complémentaires de la SCET peuvent être mobilisées sur ces équipements, ainsi que sur l'accompagnement d'une démarche tiers-lieu.

La Maison des associations

- Quelle nouvelle destination pour cet équipement municipal vacant ? Habitat ou autre fonction ?
- Questions à étudier: quelles fonctions manquantes et prioritaires en cœur de ville et adaptées au bâti; scénarios de pré-programmation du site

Les halles (actuelle mairie)

- **Quid de la transformation de la mairie en halles gourmandes et/ou en tiers-lieu?**
- Comment développer un concept et un mode de fonctionnement qui s'adresse tant à une clientèle touristique qu'aux habitants pour en faire un vrai lieu de vie ?
- Questions à étudier: conceptualisation du site; transfert des activités administratives; programmation; montage; animation & gouvernance (si tiers-lieu)

Légende

1 – élevé

2 – moyen

3 – faible

Synthèse: priorisation des actions

Actions	Niveau de priorité	Niveau de difficulté de mise en œuvre	Niveau de valeur
Positionner et structurer l'offre du cœur de ville			
1.1 Engager une dynamique « tiers-lieu »	1	2	1
1.2: Optimiser la gestion de l'utilisation des équipements	2	1	2
1.3 : Développer le pôle de services aux habitants au Faubourg Saint-Jacques, le transformer en destination du cœur de ville	3	1	2
Rendre visible et faire rayonner l'offre et l'identité chinonaise			
2.1 Développer une identité visuelle de promotion du cœur de ville	2	1	1
2.2 Mettre en place des outils visuels de découverte du territoire	2	1	1
2.3 Développer une signalétique ludique pour relier les équipements et les quartiers	1	2	1
2.4 Community management / stratégie digitale	2	1	2
Fédérer autour du cœur de ville et développer le sentiment d'appartenance des habitants			
3.1 Déployer l'animation des espaces publics, mettre l'accent sur les places et les Bords de Vienne	1	1	1
3.2 Proposer une participation de la jeunesse et des actions intergénérationnelles pour le cadre de vie	2	2	1
3.3 Mettre en place un réseau d'ambassadeurs	3	3	1



Contacts

Léa FINOT

lea.FINOT@scet.fr

07 88 11 14 49

Marie-Odile FARINEAU

Marie-Odile.FARINEAU@scet.fr