

Conférence de valorisation du partenariat entre l'État et les agences d'urbanisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur

5 juin 2018

Crédit photo : Arnaud Bouissou/MEDDE

Introduction conseil régional

Arlette FRUCTUS

Conseillère Régionale Présidente de la Commission "Habitat, Foncier et Urbanisme"



Introduction préfecture de région

Thierry QUEFFELEC

Secrétaire Général pour les Affaires Régionales (SGAR)



Introduction agences d'urbanisme en réseau

Christian BRUNNER

directeur général de l'agence d'urbanisme de l'agglomération marseillaise





L'exemple d'Aubagne





LE CENTRE-VILLE PLACÉ AU CŒUR DU PROJET

Un PLU qui engage Aubagne dans une nouvelle dynamique

Faire du centre-ville le pivot du développement d'Aubagne est l'axe fort du Projet d'Aménagement et de Développement Durables

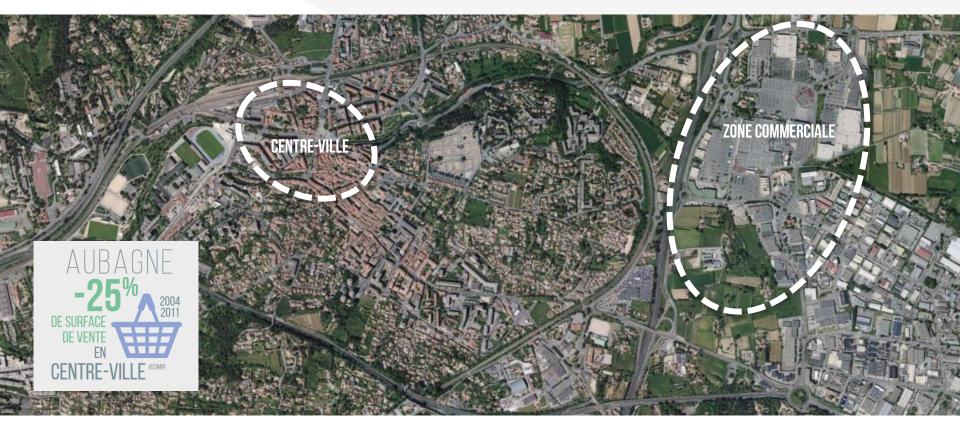


CARTE DU PROJET D'AMÉNAGEMENT ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLES (PADD) DU PLU D'AUBAGNE



REDYNAMISER LE TISSU COMMERCIAL

Renouveler l'attractivité du centre-ville



Aubagne a mis en place des outils pour préserver les locaux commerciaux du centre-ville ... et s'est prononcée contre le renforcement de son grand pôle commercial de périphérie



CRÉER DE L'ANIMATION

Générer du flux et de l'attractivité



- RÉHABILITER LE PARC DE LOGEMENTS
- DIVERSIFIER L'OFFRE

HABITANTS

ACTIFS

- IMPLANTER DES BUREAUX
- DÉVELOPPER DES TIERS LIEUX ?

OFFRE COMMERCIALE

• IMPLANTER DES ÉQUIPEMENTS

VALORISER LE PATRIMOINE

TOURISTES

PASSAGERS

 RESTRUCTURER LE QUARTIER DE GARE

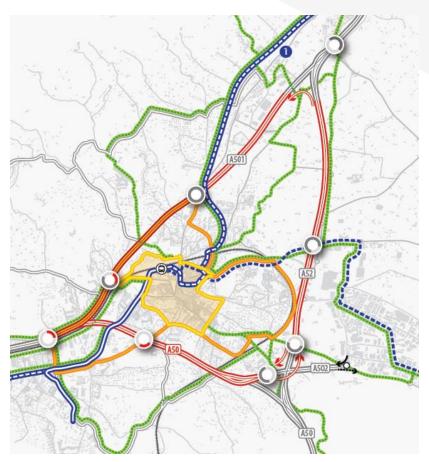
3,06 MILLIONS MONTÉES-DESCENTES TRANSPORTS EN COMMUN



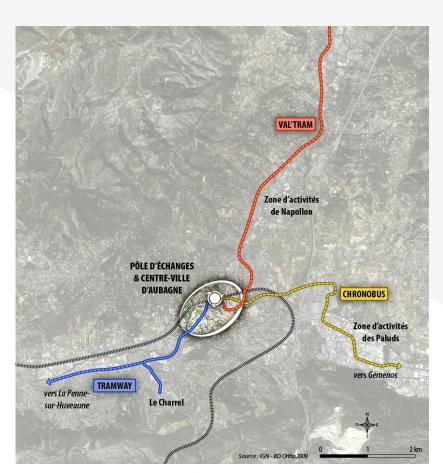


RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DU CENTRE-VILLE

Apaiser le centre-ville tout en renforçant son accessibilité



UN SCHÉMA DE CIRCULATION À REPENSER POUR APAISER LE CENTRE-VILLE

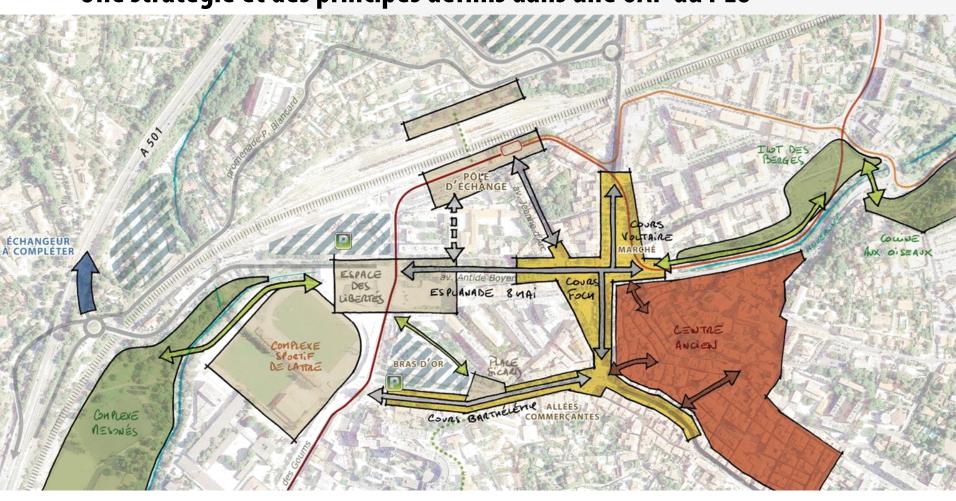


LE CENTRE-VILLE AU CŒUR DU RÉSEAU DE TRANSPORTS COLLECTIFS ET DONT LA GARE CONSTITUE UN PÔLE D'ÉCHANGES MÉTROPOLITAIN



RÉINVENTER UNE MISE EN SCÈNE URBAINE POUR LE CENTRE-VILLE

Une stratégie et des principes définis dans une OAP du PLU



Requalifier les espaces publics

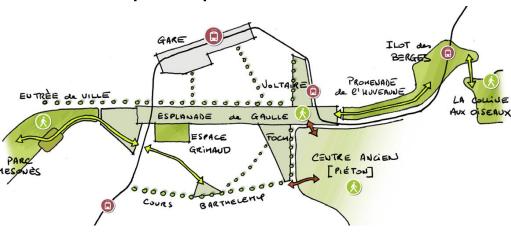
- Valoriser le patrimoine urbain et paysager
- Renouveler des îlots urbains

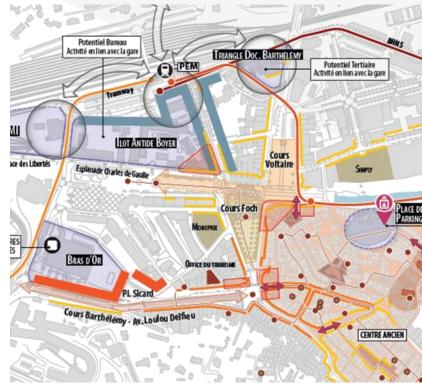


UN PLAN-GUIDE POUR LE CENTRE-VILLE D'AUBAGNE

Un document de référence et évolutif

- Poursuivre les réflexions engagées dans le cadre du PLU, en dehors d'un cadre règlementaire
- Établir les enjeux et les objectifs à atteindre
 - Sites de projet urbain
 - Mobilité
 - Économie
 - Patrimoine & trame verte
 - Espaces publics







UN PLAN-GUIDE POUR LE CENTRE-VILLE D'AUBAGNE

Un document de référence et évolutif

• Guider et coordonner l'ensemble des acteurs et aménageurs, pour que chacun comprenne et s'inscrive dans le projet urbain global qui est visé à long terme par la collectivité

SITE / DÉMARCHE PILOTE Appel à manifestation d'intérêt de la région paca "Quartier de gare"



Tous en cœur pour nos centres-villes. Conférence annuelle de valorisation du partenariat État – agences d'urbanisme AIX, LES CLEFS-DU SUCCES















LES MARQUEURS DU SUCCES

AIX COUP DE CŒUR DU PALMARÈS PROCOS

ZOOM SUR LE SAMEDI 16 DÉCEMBRE 2017

80.000 PERSONNES À 13H

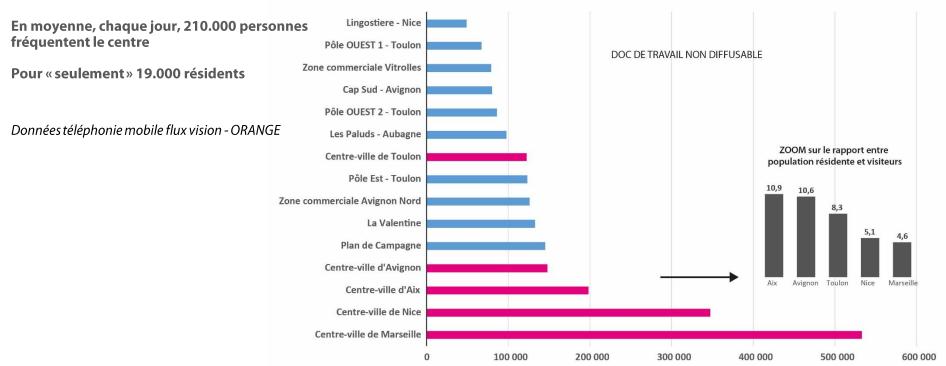
ZOOM SUR LE VENDREDI 12 JANVIER 2018

PIC: 75.000 PERSONNES À 16H30 PLUS DE 50.000 PERSONNES À 23H

UNE FORTE ATTRACTIVITE, UN IMPORTANT RAYONNEMENT

La fréquentation des centres-villes et des zones commerciales de la région

Fréquentation moyenne journalière / PERIODE du 16/12/2017 au 09/01/2018



SOURCES : ORANGE Business services - données FLUX VISION - TRAITEMENT : Agences d'urbanisme de PACA NOTION de visiteur unique

















LES CONDITIONS DU SUCCES

LES ATOUTS HISTORIQUES / QUALITÉS INTRINSÈQUES

Qualité patrimoniale (hôtels particuliers...)

Ville étudiante et touristique

(35.000 étudiants inscrits – 18.000 vivent à AIX)

Un centre à « taille humaine »

(plus de 100 ha dont 70ha pour le PSMV)

Des marchés dynamiques

Une vie culturelle intense (Caumont, Granet, GTP...)

LES FONDAMENTAUX :

SECURITÉ PROPRETÉ

L'EFFET D'UNE POLITIQUE GLOBALE DE REVITALISATION

Un équilibre piéton / voiture

Une offre importante de stationnement à proximité (5.500 places en ouvrage) et une piétonisation du centre qui se poursuit

+ politique tarifaire adaptée (des parkings gérés par une SEM)

Des espaces publics et opérations urbaines de qualité

PLACE des cardeurs + Trois places (en cours)

Une vie « nocturne » animée

De grands équipements et services publics

Cinéma, Hôpital, Palais de justice, collèges, lycées, proximité des Universités...

Une grande **DIVERSITÉ COMMERCIALE** dans le centre

ONE STOP SHOPPING: On trouve tout dans un périmètre restreint sans recours multiple à la voiture (pas d'émiettement commercial)

- + Galerie commerciale à ciel ouvert (offre globale)
- + Complémentarité grandes enseignes franchisées (Apple store) / commerce indépendant

Une offre nouvelle complémentaire au centre

Les Allées (FNAC, Nature et Découverte – grandes cellules commerciales...)

ET un centre peu concurrencé par les HYPER

Seulement deux HYPER dans une ville de 150.000 habs















LES POINTS DE VIGILANCE

PEU DE DIVERSITÉ SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE

Des touristes, des étudiants, des personnes âgées... et les familles ?

DES PHÉNOMÈNES DE PRÉCARITÉ TRÈS CONCENTRÉS

DE LA VACANCE RÉSIDENTIELLE

23% de logements « vacants »50 immeubles vides occupés par des propriétaires uniques

UNE CONCURRENCE AIR BNB

AIX : 3.700 résidences secondaires et logements occasionnels (5% du parc) 3.190 offres sur Airbnb (3.9% du parc)

DES PRIX ELEVES, UNE FORTE SÉLECTIVITÉ

Des commerces qui souffrent de prix élevés

Des difficultés pour installer d'autres activités : Artisanat / métiers de bouche / services de proximité / jeunes créateurs...

Quelle vocation pour le centre d'AIX ?

Retour des familles et des actifs VS centre touristicocommerçant ?















ET DEMAIN?

ET DEMAIN, DES ÉVOLUTIONS SOCIÉTALES À ANTICIPER?

UNE NOUVELLE RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

Numérique et commerce, les nouveaux enjeux de livraison et d'évolution de l'offre commerciale...

INNOVATION ET PRATIQUES COLLABORATIVES AU CŒUR DES PROBLÉMATIQUES URBAINES

Co-working, FAB-LAB, télétravail, tiers-lieux, vecteurs de développement et de revitalisation des centres. Quelle place pour les start-up et les artisans ? DEUX préalables : le recyclage des pieds d'immeuble / la desserte très haut débit du centre

DE NOUVELLES FAÇONS D'HABITER, DES BESOINS ÉMERGENTS EN LOGEMENTS ?

Colocation, co-living, logement temporaire, habitat participatif avec espaces communs, habitat évolutif et modulable, mixité générationnelle, habitat jeunes actifs avec espaces de travail mutualisés et services... Comment inventer l'habitat de centre-ville de demain ?

HACKING URBAIN ET ESPACES VACANTS AU CŒUR DE NOUVELLES EXPERIENCES

Réinvestir les vides urbains

Inventer l'habitat de centre-ville de demain

EN CONCLUSION

UNE NÉCESSAIRE POLITIQUE GLOBALE ET TRANSVERSALE DE REVITALISATION

IL EST INTERDIT D'INTERDIRE : UN CENTRE SUR-PROTÉGÉ VS DES PÉRIPHÉRIES DÉRÉGLEMENTÉES



Le Projet Urbain Global de Draguignan



Tous en cœur pour nos centres-villes Journée DREAL PACA 5 juin 2018



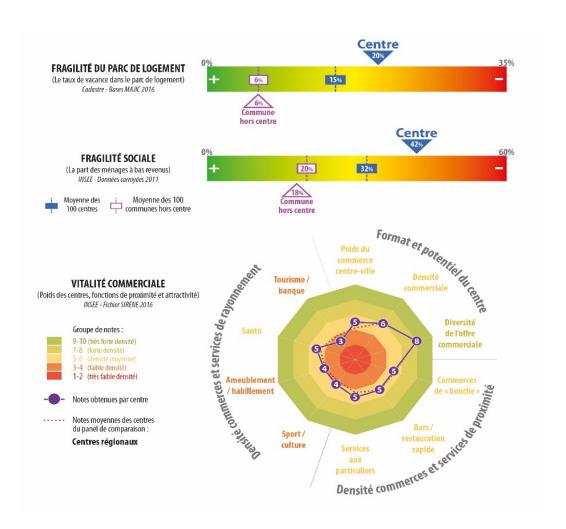
Chiffres-clefs issus de l'atlas des 100 centres-villes

Portrait social / Logement	Population	Part des ménages à bas revenus	Logements vacants	Total logements	Taux de vacance	
Centre	5 700	41,7%	703	3 461	20,3%	
Hors centre	32 939	18,0%	1 280	22 067	5,8%	
Total Commune	38 662	22,4%	1 983	25 528	7,8%	

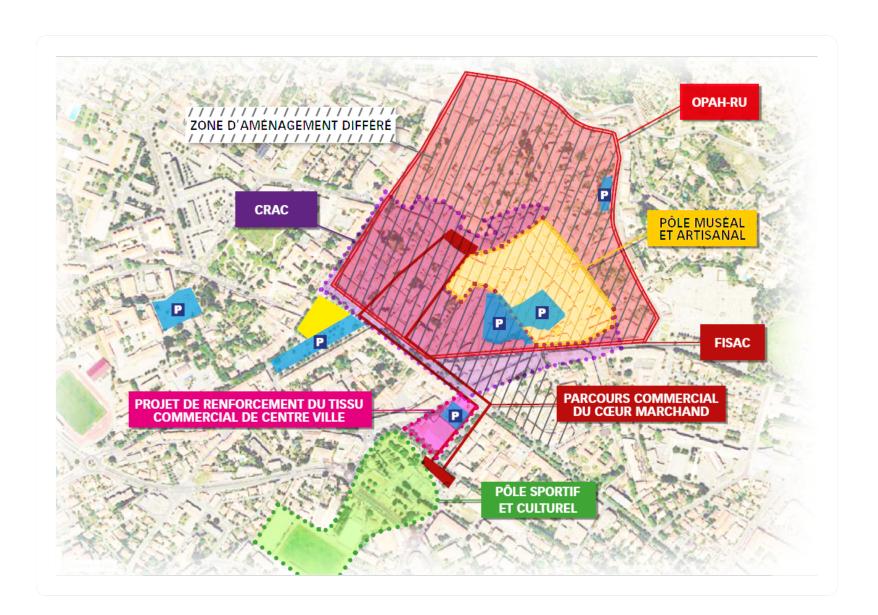
sources : INSEE-données carroyées 2010 et fichiers MAJIC 2016

Commerce	Densité de commerces par type d'activités						Indicateurs commerce			
	Commerces et services de noximité			Commerces et services de rayonnement					commer ce de	
	Comme rce de bouche	Bars, restaur ation rapide	Service s aux particuli	culture	Ameubl ., Habille ment	Santé	Tourism e, banque	Densité globale	Diversité	
Centre	7,0	8,7	10,1	5,9	23,7	15,3	7ر 11	65,5	81,5%	38,0%
Total centres	7,7	8,6	9,7	8,6	22,7	20,2	21,5	65,8	60,9%	36,9%

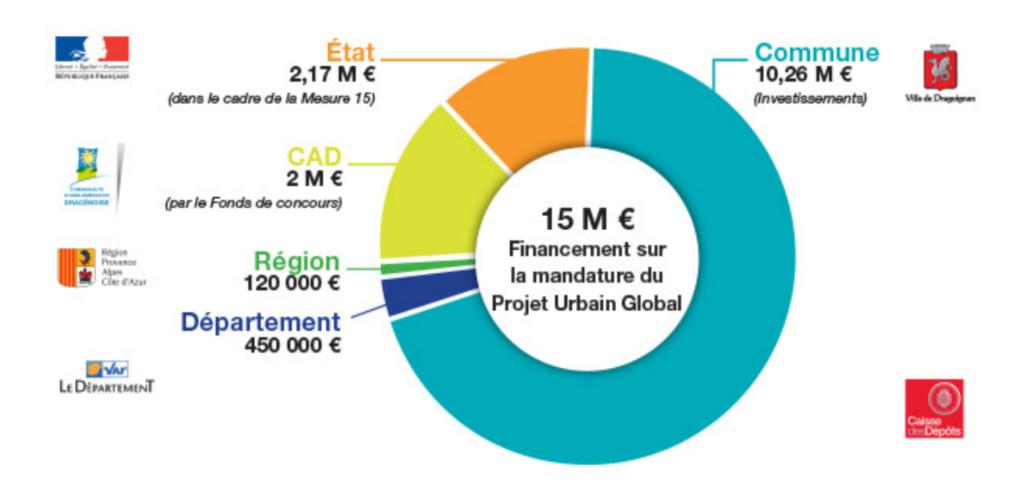
source : INSEE-SIRENE 2016



Périmètre du projet et localisation de ses composantes

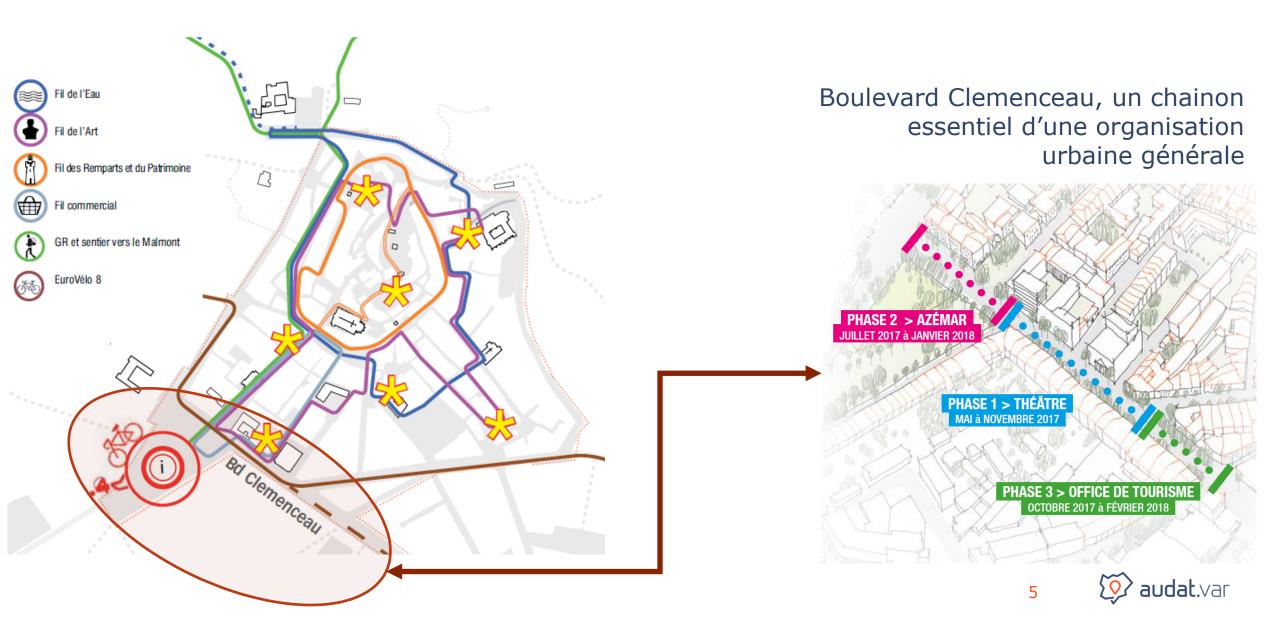


Données clefs du partenariat et du financement du projet





La composante accessibilité et mobilités



La composante accessibilité et mobilités







Conférence de valorisation Etat / Agences d'urbanisme

Commerces de centres-villes : que peuvent faire les urbanistes?

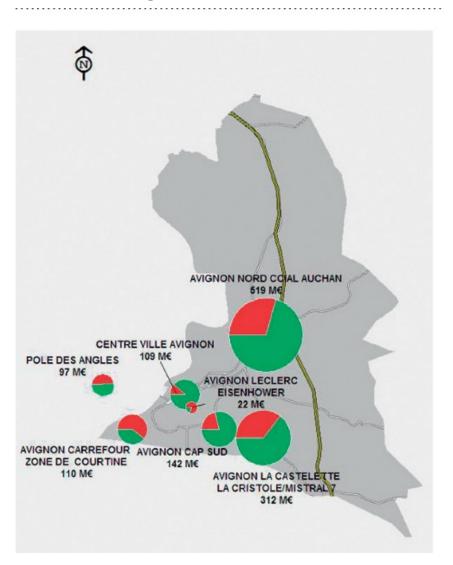


- Sortir de l'opposition stérile centre VS périphérie
- Proposer des leviers : trouver la place de l'urbanisme

Sortir de l'opposition stérile Centre VS Périphérie



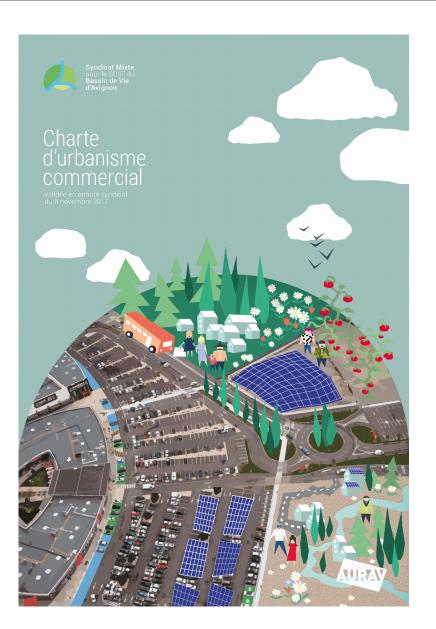
Le centre-ville d'Avignon : La 4ème polarité du territoire en termes de chiffre d'affaires



- ⇒ Un diagnostic mal posé (Madry, 2018)?
- La vacance commerciale dans les villes moyennes liée à la métropolisation
- La concurrence centre / périphérie, principal moteur de la dévitalisation
- □ Que se passe-t-il réellement ?
- Le commerce se transforme, dans le centre ET en périphérie
- Des zones commerciales entre course à l'échalote et réinvention
- Des changements de consommation à l'avantage des centre-ville ?
- ⇒ Accompagner les mutations de l'ensemble du commerce y.c. les ZC et travailler les complémentarités centre/périphérie
- ⇒ Recentrer les flux qui arrivent dans le centre-ville ?
- ⇒ La logistique = l'enjeu à venir ?

Les leviers de l'urbanisme commercial Ex/ de la charte du bassin de vie d'Avignon





- Les élus replacent l'urbanisme commerciale au cœur des politiques d'aménagement
- ⇒ Le SCOT : l'outil et l'échelle pertinents pour définir un cadre de référence commun
- ⇒ 5 axes vont désormais guider les choix d'aménagement commercial
- ⇒ La nécessaire coordination avec les autres outils : notamment ceux liés à la politique locale du commerce
- ⇒ La réussite d'une telle démarche nécessite la mise en place d'une animation, de partenariat public/privé

les actions mises en œuvre par la ville d'Avignon en faveur de la revitalisation commerciale de l'intra-muros



Entre 2007 et 2015, un nombre total de commerces qui a augmenté à Avignon (+ 29 %) et dans l'intra-muros (+ 14 %, passant de 1 143 à 1 308 établissements commerciaux) mais avec des différences importantes en fonction du type de commerces



La combinaison de 4 axes de travail

- ⇒ Réglementer : Identification de linéaires commerciaux stratégiques à conforter (PLU/PSMV)
- Mobiliser les outils fiscaux : droit de préemption, délibération instaurant une taxation des friches commerciales
- Animer: mise en place d'un observatoire de l'immobilier commercial, convention d'objectifs pluriannuelle avec les Consulaires, instances de travail commerçants/ville/consulaires...

Conclusion DREAL

Eric LEGRIGEOIS

directeur régional adjoint

