

VILLE D'ALÈS

ETATS GÉNÉRAUX DU COEUR DE VILLE,
COEUR DE TERRITOIRE



Thématique n°4 « UN CŒUR BATTANT ATTRACTIF »

Commerces, animations, Culture, sports

Atelier n°2 : définition d'orientations

11 janvier 2017

PROGRAMME ET RÈGLES DE TRAVAIL

Thématique n°4 : "un coeur battant attractif" –
Atelier n°2



PROGRAMME DE L'ATELIER N°2

HEURE	DÉROULÉ	DURÉE
18h30 – 19h	• Accueil	30'
19h– 19h10	• Introduction	10'
19h10 – 19h15	• Programme et règles de travail	5'
19h15 – 19h45	• Retour sur le premier atelier	30'
19h45 – 19h50	• Consignes de travail en sous-groupes	5'
19h50 – 20h35	• Travail en sous-groupes	35'
20h25 – 20h45	• Partage des productions	20'
20h45 – 21h	• Clôture de l'atelier n°2 et suites	15'

CHARTRE DE VIE DE GROUPE

- Règles de base :

**Tout le monde a raison ...
... Partiellement !!!**

- Pas de jugement
- Confidentialité
- Ecoute
- Bienveillance
- Travailler de façon décontractée
- 100 % de participation pour cet atelier



Autres besoins de votre part ?

INTRODUCTION

Thématique n°4 : "un coeur battant attractif" –
Atelier n°2

RAPPEL DE LA DÉMARCHE

- Cœur de ville, cœur de territoire
 - Alès ville centre d'Alès Agglomération
 - Place commerciale
 - Pôle d'emplois
 - Place socio-culturelle, animée et festive
 - Attire quotidiennement une population extérieure : actifs, étudiants, chalands, ...
- Assurer la redynamisation du cœur de ville à l'horizon 2025
- Processus de travail collectif et participatif



THÉMATIQUE DE TRAVAIL /ATELIERS

1. Une ville en mouvement

Se déplacer, accéder, stationner

2. Un espace public de qualité

Aménagement, environnement, infrastructures

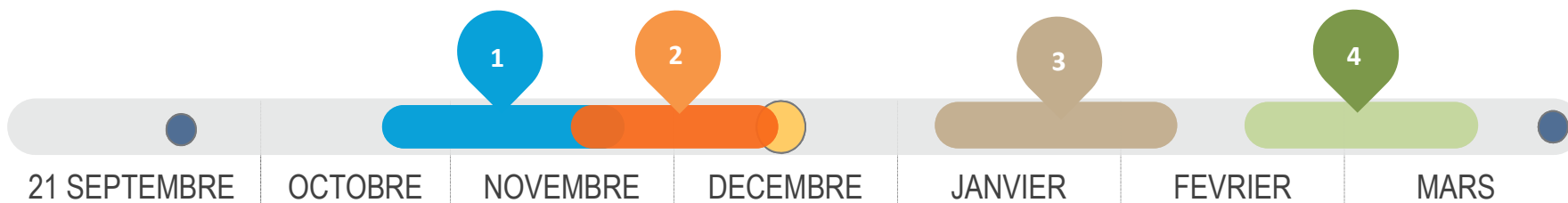
3. Une ville à vivre

Habitat, activités sociales et économiques, santé, sécurité

4. Un cœur battant attractif

Commerces, animations, culture, sport...

PROCESSUS DE TRAVAIL PARTICIPATIF



Questionnaire / lycéens
(4 thématiques / 4 étapes)

ÉTAPE 1

Cœur de ville : Atouts Faiblesses Opportunités Menaces

- Ateliers de travail n°1 sur les 4 thématiques
- Enquête Grand Public n°1

ÉTAPE 2

Cœur de ville : prospective 2025

- Atelier de prospective Alès 2040
- Visions du futur des alésiens

ÉTAPE 3

Cœur de ville : orientations de développement

- Ateliers de travail n°2 sur les 4 thématiques
- Enquête Grand Public n°2

ÉTAPE 4

Cœur de ville : programme d'actions

- Ateliers de travail n°3 sur les 4 thématiques
- Enquête téléphonique Grand Public n°3

Mars / avril 2017

Séance de présentation publique

Thématique n°4 : "un coeur battant attractif" –
Atelier n°2

THÉMATIQUE N°3 « UNE VILLE À VIVRE »

OBJECTIFS DE L'ATELIER N°2

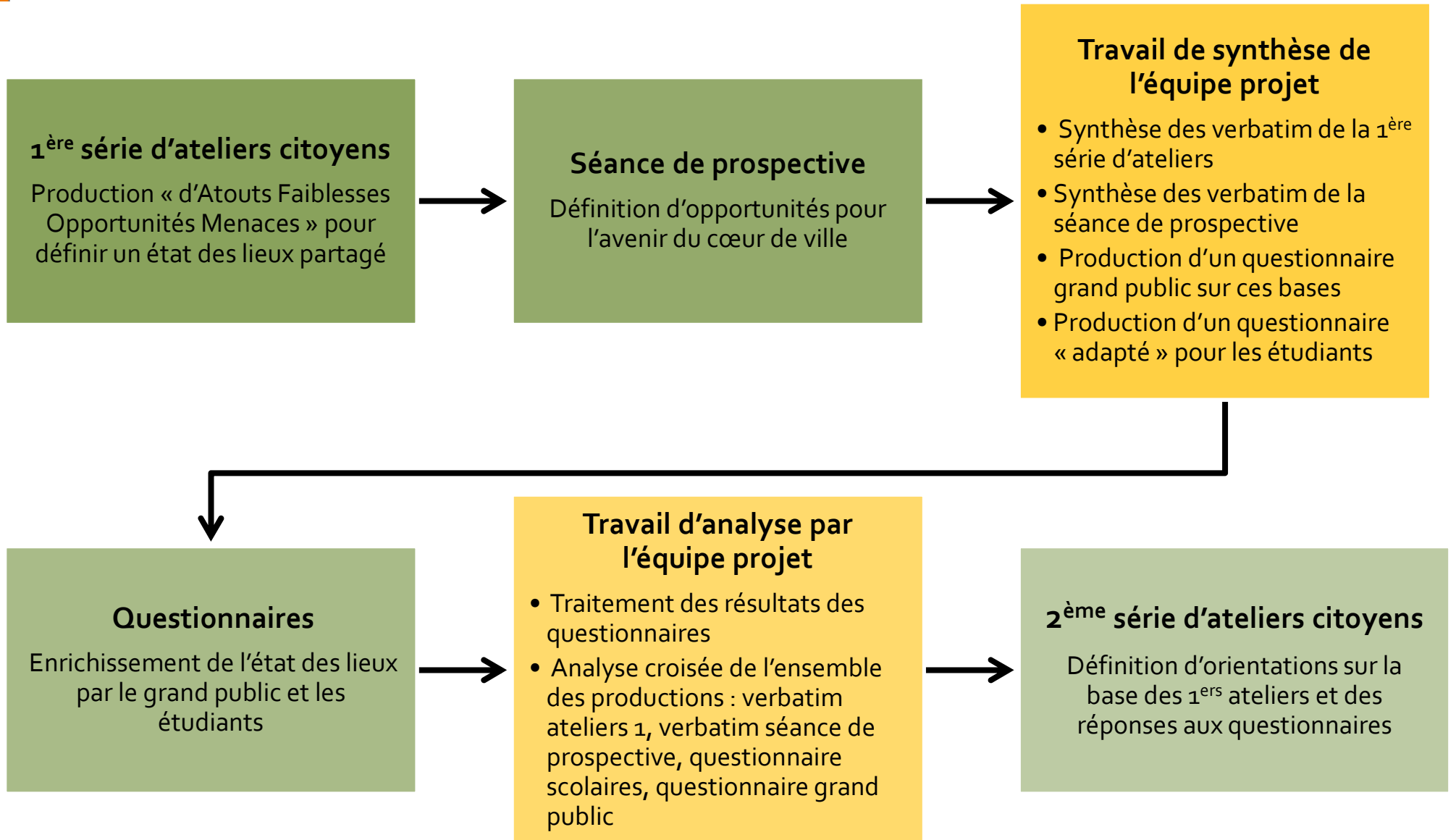
- **Partager l'état des lieux** établi au cours du 1^{er} atelier puis enrichi via l'enquête grand public et le questionnaire « jeunes »
- **Définir collectivement** des orientations en matière :
 - D'offre commerciale
 - D'offre de loisirs : cinéma, pratiques culturelles et sportives
 - D'animation du cœur de ville : spectacles, évènements

RETOUR SUR LE PREMIER ATELIER

Thématique n°3 : une ville à vivre – Atelier n°2



MÉTHODE DE TRAVAIL



PROFILS PARTICIPANTS/QUESTIONNAIRE GRAND PUBLIC

- 720 participants



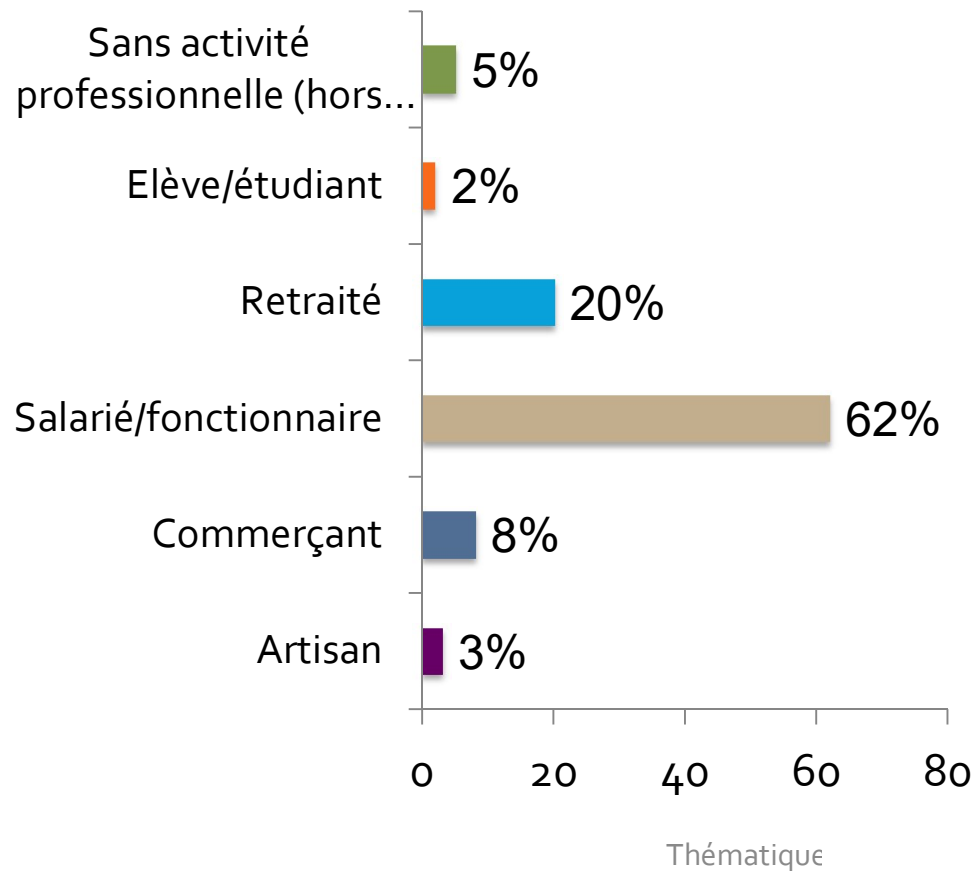
56%



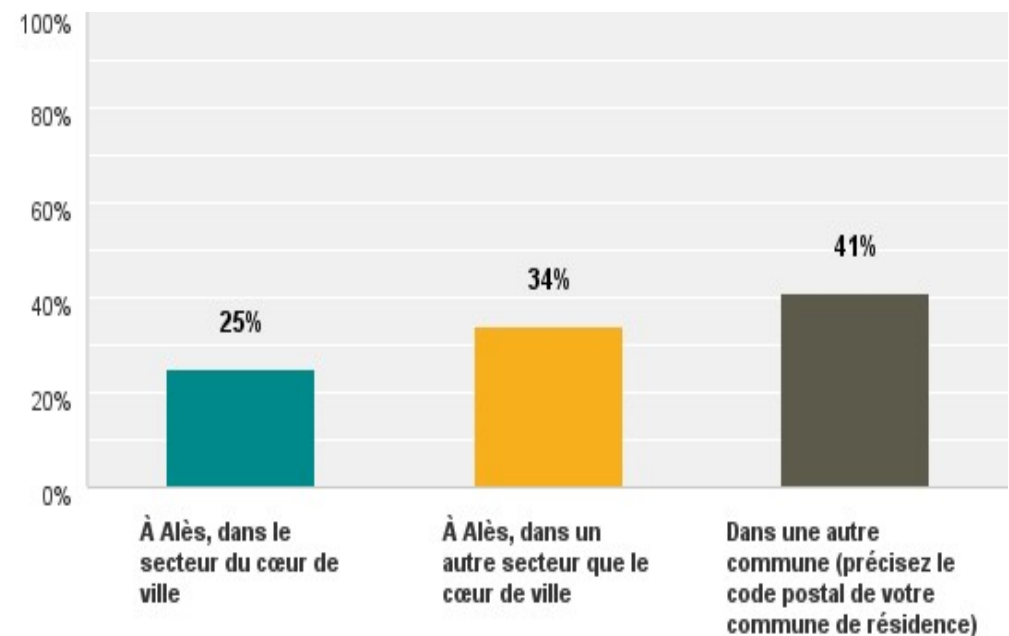
44%

48 ans
en moyenne

- Statut :



- Lieu de résidence :



PROFILS PARTICIPANTS/QUESTIONNAIRE ÉTUDIANTS

- 143 participants



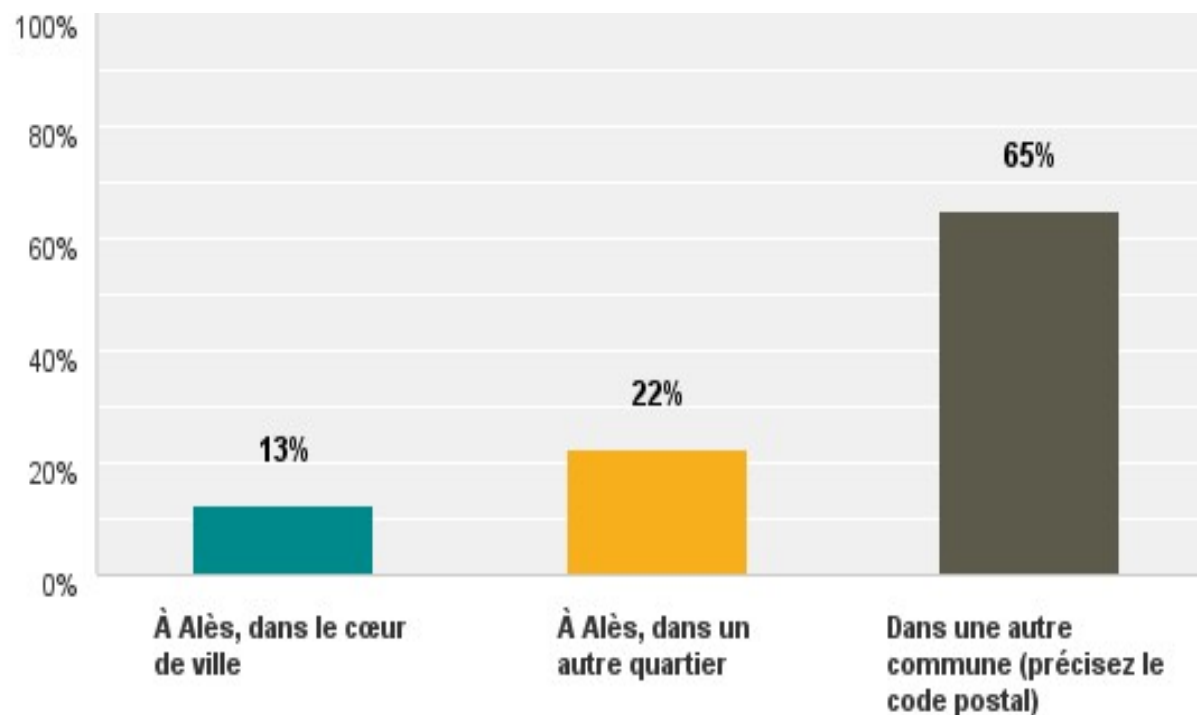
67%



33%

17 ans
en moyenne

- Lieu de résidence



L'OFFRE COMMERCIALE

ATOUTS

- L'étendue du bassin de vie d'Alès et des Cévennes
- La densité des commerces de proximité dans le cœur de ville
- La diversité de l'offre commerciale dans le cœur de ville (hors offre pour jeunes et scolaires)

FAIBLESSES

- Le manque de synergie entre les commerçants
- L'insuffisance de certains types d'offres commerciales sur le cœur de ville : sport, grandes tailles, personnes âgées, jeunes et scolaires , ...
- L'inadaptation des horaires des commerces aux besoins des clients
- La vétusté des commerces : locaux, vitrines, ...
- Le manque de modernité de l'offre commerciale : produits notamment (hors internet)

OPPORTUNITES

- Le développement du tourisme et des animations culturelles et sportives
- L'augmentation de la population et l'élargissement du bassin de vie
- L'évolution des pratiques de consommation : qualité, authenticité, ...
- Le développement des nouveaux modes de consommation : conseil personnalisé, lien social, achat ludique, magasin comme lieu d'expérience, internet au service du magasin, ...

MENACES

- La concurrence commerciale : centres commerciaux en périphérie, internet, commerces itinérants
- L'augmentation des coûts : loyers commerciaux, taxes foncières, exigences administratives, ...
- La perte d'activité due à la paupérisation
- L'évasion commerciale vers Nîmes, Montpellier, Avignon et internet

L'OFFRE EN LOISIRS ET LES ANIMATIONS

ATOUPS

- L'offre culturelle, sportive et d'animations diversifiée et attractive
- Les loisirs de plein air possibles grâce au climat, à la présence du Gardon et du cadre naturel des Cévennes
- La diversité et la mixité du public
- La présence de nombreux lieux d'accueil d'animations (marchés, places, ...)
- La dynamique associative comme support à l'animation et aux offres culturelles et sportives

FAIBLESSES

- Une offre en équipements et en événements insuffisante pour certains publics ciblés (jeunes, seniors, ...)
- La mauvaise répartition de l'offre (dans le cœur de ville et sur l'année)
- La mauvaise coordination et communication autour des événements
- Des équipements obsolètes et le manque de qualité de certaines animations

OPPORTUNITES

- Le développement du tourisme et de l'attractivité du territoire
- L'attrait grandissant pour les animations de certains publics spécifiques (familles, seniors, ...)
- La volonté des célébrités alésiennes de se mobiliser pour leur ville
- L'augmentation de la population qui permettrait de créer une nouvelle demande sociale en matière de loisirs, de culture et de sports

MENACES

- La réduction des ressources (financements et subventions) et des budgets des ménages alloués à la culture
- L'accroissement du décalage entre les attentes de la jeunesse et l'offre existante
- La vie nocturne en déclin
- L'accroissement des contraintes réglementaires
- La diminution du bénévolat et la disparition d'associations

TRAVAIL EN SOUS-GROUPES → CONSIGNES

Thématique n°4 : "un coeur battant attractif" –
Atelier n°2

RÉPARTITION DE LA SALLE

- La salle est composée de 2 espaces

Offre commerciale

Espace 1

Offre en loisirs et animations

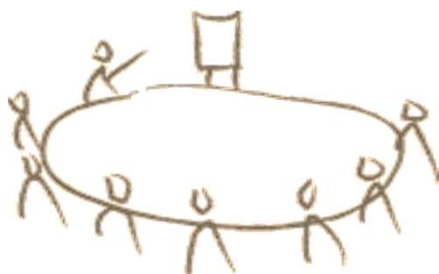
Espace 2

STRUCTURATION DES ESPACES

- Chacun des espaces est composé de 4 sous-groupes :

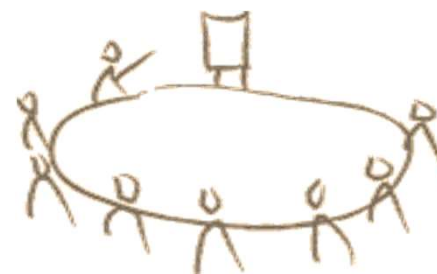
Chances à saisir

(atouts x opportunités)



Défis à relever

(faiblesses x opportunités)



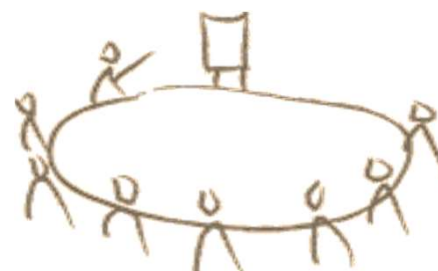
Zones de conflits à négocier

(atouts x menaces)



Zones de danger à éviter

(faiblesses x menaces)



1^{ER} TOUR

- Travail en atelier « world-café »
- Chaque sous-groupe travaille sur la thématique d'orientations de sa table
- *Illustrations / exemples*
 - *Une orientation est une direction dans laquelle on recherche la réponse à une situation : « faiblesses X opportunités »*
 - *Ce n'est pas encore une action opérationnelle (atelier 3), mais un principe d'action*
 - *Ex. « logements »*
 - *Ex. Chances à saisir : « prévoir des actions de rénovation des immeubles du centre ancien dans le programme NPNRU »*
 - *Ex. Défis à relever : « adapter les logements en s'appuyant sur les nouvelles technologie permettant de réaliser des économies »*
 - *Ex. Zones de conflits à négocier : « développer la sensibilisation à la préservation du patrimoine architectural du centre ancien afin de limiter sa dégradation liée aux incivilités »*
 - *Ex. Zones de danger à éviter : « limiter les coûts liés aux logements en s'appuyant sur les dispositifs d'aides publiques pour la rénovation de l'habitat »*



Durée 12 mn

Thématique n°4 : "un coeur battant attractif" –
Atelier n°2





TRAVAIL EN SOUS-GROUPES

Thématique n°4 : "un coeur battant attractif" –
Atelier n°2

2^{ÈME} TOUR



- Les hôtes de table restent à leur table
- Changement de sous-groupe → pollinisation
- Approfondissement de la réflexion issue du 1^{er} tour

Pratiquer le « Oui, et... » → Ne pas supprimer d'idée

• Illustrations / exemples

- Une orientation est une direction dans laquelle on recherche la réponse à une situation : « Défis = faiblesses X opportunités »
- Ce n'est pas encore une action opérationnelle (atelier 3), mais un principe d'action, une direction



Durée 10 mn



PARTAGE DES PRODUCTIONS DES SOUS- GROUPES

Thématique n°4 : "un coeur battant attractif" –
Atelier n°2



PARTAGE DES PRODUCTIONS

- Vous pouvez assister à la présentation de votre choix
- NB : la totalité des productions seront à votre disposition :
 - Pendant 20 minutes après la fin de l'atelier
 - Sur le site internet dédié



Durée 20 mn

Thématique n°4 : "un coeur battant attractif" –
Atelier n°2

CLÔTURE DE L'ATELIER N°2

Thématique n°4 : "un coeur battant attractif" –
Atelier n°2

LES SUITES

Etapes	Dates
<ul style="list-style-type: none">Synthèse de la 2^{ème} série d'ateliers sur les 4 thématiquesPublication sur le site internet	<i>A partir du lundi 30 janvier 2017</i>
<ul style="list-style-type: none">Enquête grand public « <i>orientations</i> » → Priorisation des orientations produites en atelier	<i>Du lundi 30 janvier 2017 au mercredi 8 février 2017</i>
<ul style="list-style-type: none">3^{ème} atelier « un cœur battant attractif » : actions	<i>Mercredi 22 février 2017 – 18h45</i> <i>Salle Cazot</i>
<ul style="list-style-type: none">Séance de clôture de la démarche	<i>Mercredi 29 mars 2017</i> <i>Salle Cazot</i>



MERCI DE VOTRE PARTICIPATION ACTIVE

Ville d'Alès

Etats généraux du cœur de ville