

## SUR LE PROJET DE RÉAMÉNAGER LES ESPACES PUBLICS DU CENTRE

## Des besoins variés en stationnement

- Le cuisiniste (place de la Loi) dit ne pas avoir besoin de **stationnement clients** : il a seulement quelques rendez-vous par semaine et chaque client vient au magasin une ou deux fois pour construire son projet. Les clients n'ont donc pas besoin de se garer spécifiquement devant le magasin. De toute façon, il y a rarement de la place disponible devant.
- En revanche, les clientes de la couturière (rue Courvoisier) et de la coiffeuse (place de Gaulle) sont plus nombreuses au quotidien. Elles disent ne jamais parvenir à **stationner à proximité** pour le peu de temps qu'elles doivent rester (une demi-heure à une heure).
- Il existe pourtant bien deux places de **dépose minute** à proximité de la couturière. Mais celles-ci sont toujours occupées par les résidents (problème de verbalisation insuffisante).
- Le restaurateur (place de la Loi) fait valoir quant à lui le besoin d'une **terrasse** plus grande, surtout l'été, pour accueillir plus confortablement et en plus grand nombre ses clients. C'est plus important pour lui que de pouvoir se garer devant son établissement.
- Enfin, rien n'est vraiment prévu aujourd'hui pour les **livraisons minutes** (19 tonnes, petits camions express, fourgonnettes) devant les établissements qui en ont besoin : cuisiniste, pharmacie, débits de boissons, boucher, pharmacie...

## Organiser l'offre de stationnement

- Les clients de la zone commerciale acceptent mieux de se déplacer à pied entre leur voiture et les commerces car ces déplacements sont organisés, fléchés, aménagés, sécurisés. Il est possible d'en conclure qu'en centre-ville les parcours piétons nécessitent d'être mieux organisés et sécurisés pour que les clients acceptent de se garer aux portes du centre et de marcher quelques minutes jusqu'aux commerces, dans des conditions similaires à celles de la zone commerciale (les deux étant de superficie et d'offre de stationnement à peu près similaires).
- Les participants s'accordent sur de premières actions :
  - ✓ mieux **communiquer sur le stationnement disponible aux portes du centre** (gare, Lidl, Chamars, rue des Fossés) et les parcours pour y accéder. Le cuisiniste explique que ses clients stationnent temporairement devant le magasin pour demander où se garer.
  - ✓ sortir du disque bleu pour **spécialiser, calibrer et flécher les zones de stationnement** en fonction des durées (courte, moyenne et longue) et des cibles visées (résidents, visiteurs, commerçants).

- ✓ **penser l'éclairage** entre le centre et les parcs de stationnement périphériques.
- ✓ **dégager les vitrines du stationnement en pied** pour mieux les identifier depuis l'espace public et mieux les « vivre » depuis l'intérieur (vues, covisibilité, lumière).

## Vivre plus intensément le centre

Malgré les craintes d'une diminution de la fréquentation liée au choix de réduire la place de la voiture au centre (ce qui n'est pas confirmé par les études récentes en matière de mobilité et commerces), les commerçants présents s'entendent sur la nécessité de **contrer une image vieillissante, dégradée et même triste et vétuste du centre** par une opération globale de requalification et d'embellissement. Ceci pour éviter son dépérissement, y ramener des habitants, des consommateurs et des touristes, retrouver le plaisir de vivre, et même de travailler (ce qui n'est pas toujours le cas pour certains commerçants aujourd'hui) dans un centre-ville animé et vivant. Cette revitalisation passe par la combinaison de plusieurs actions :

- l'Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat (OPAH) visant à remettre à niveau les standards de l'habitat ancien pour **résorber un taux de vacance très élevé (20%)** ;
- le programme en cours d'élaboration pour les **reconquête, réaménagement et végétalisation des espaces publics** du coeur historique ;
- une **politique renforcée de ravalement de façades** plus incitative incluant les travaux sur les devantures (subventionnés jusqu'à 50% et 4000 €).
- une communication à envisager **sur le centre-ville comme « nouvelle expérience à vivre »** pour toutes les générations... et forcément différente et plus riche que l'expérience de vie en lotissement, en zone d'activités ou zone commerciale.

