

Présentation des fiches détaillées : les logos

? Description de la problématique rencontrée et solution
à mettre en œuvre



Echelle d'intervention de la
recommandation du national à l'opération

difficile



facile

Facilité de mise en œuvre



Porteurs.euses suggéré.e.s de la
recommandation



Cibles principales de la
recommandation



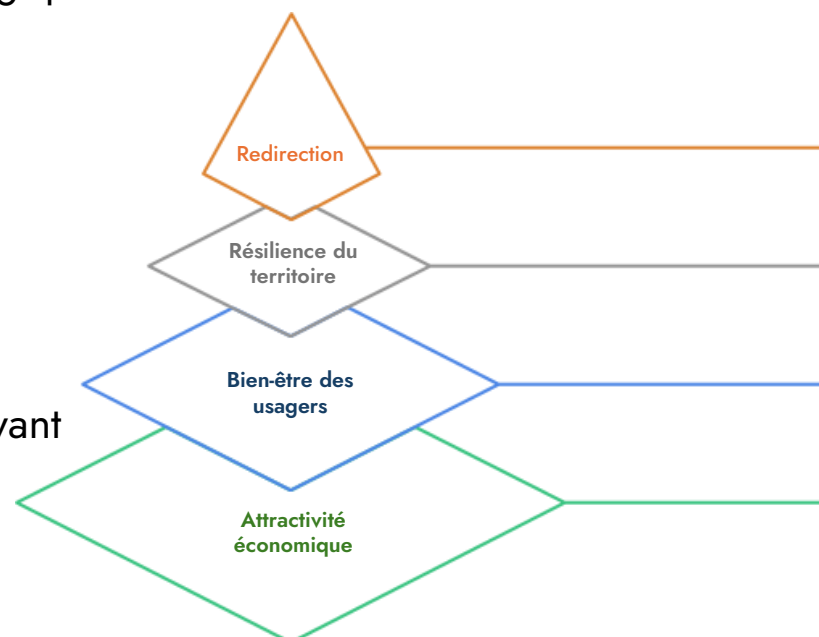
Chantier / méthodologie : Pistes méthodologiques
pour mettre en œuvre la recommandation



Références : Ils l'ont fait, ça existe !



Retombées territoriales attendues : le
graphique permet d'analyser les retombées suivant
4 enjeux prioritaires.



Partenaires clefs : proposition de liste de partenaires à mobiliser
pour mettre en œuvre la recommandation.



Sources, ressources, outils : voilà des ressources
identifiées pour vous emparer du sujet!



Ce logo indique que des données ouvertes sont disponibles

- 1. Valorisation des espaces publics au cœur des axes marchands (Centre-Ville)**
- 2. Valorisation des actes de consommation à externalités positives (Centre-Ville + périphérie)**
- 3. Création d'un parcours commercial élargi (Centre-Ville)**
- 4. Mutualisation du parking Côte de Nacre (CC Côte de Nacre)**
- 5. Etude prospective sur le secteur Côte de Nacre (Côte de Nacre)**

1. Valorisation des espaces publics au cœur des axes marchands



Les axes commerciaux caennais sont essentiellement valorisés dans le parcours marchand par leur dimension consommatoire. Entre valeur patrimoniale et retour de la nature en ville, la relation de ces espaces publics aux activités économiques serait à repenser. Offrir aux usagers des parcours plus agréables renforcera l'attractivité du centre, tout en adaptant ces parcours aux nouveaux enjeux urbains.



Mesure portée par

- Ville de Caen
- Communauté Urbaine de Caen la Mer



Mesure à destination de

- Commerçants
- Usagers et riverains



Chantier / méthode

- **Désigner un espace pilote.** Identification de la **place Bouchard** en raison de ses atouts et contraintes déjà existants (présence du manège, utilisation pour évènementiel)
- **Réaliser un diagnostic du site** : marchabilité, conflits d'usages (notamment avec les engins motorisés), ombre, fraîcheur, repos et lien social
- **Repenser les mobilités et les flux** en identifiant et aménageant des axes alternatifs, notamment pour les vélos, afin de les dévier des zones piétonnes les plus denses
- **Désimperméabiliser les sols et végétaliser**, aménager une signalétique et éclairages adaptés.
- **Valoriser par l'évènementiel** : zones de convivialité gratuites, consommation locale, promotion ESS et acteurs de la seconde main ...

Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine : 2. Valorisation des espaces publics au cœur des axes marchands



Caen :
Centre-ville



Facilité de mise en œuvre



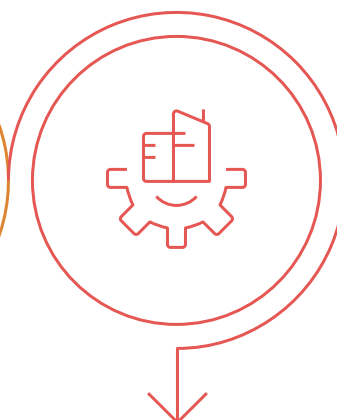
Objectifs



Soutenir la
revitalisation



Lutter contre les
îlots de chaleur



Repenser la fonction
commerciale
des axes marchands



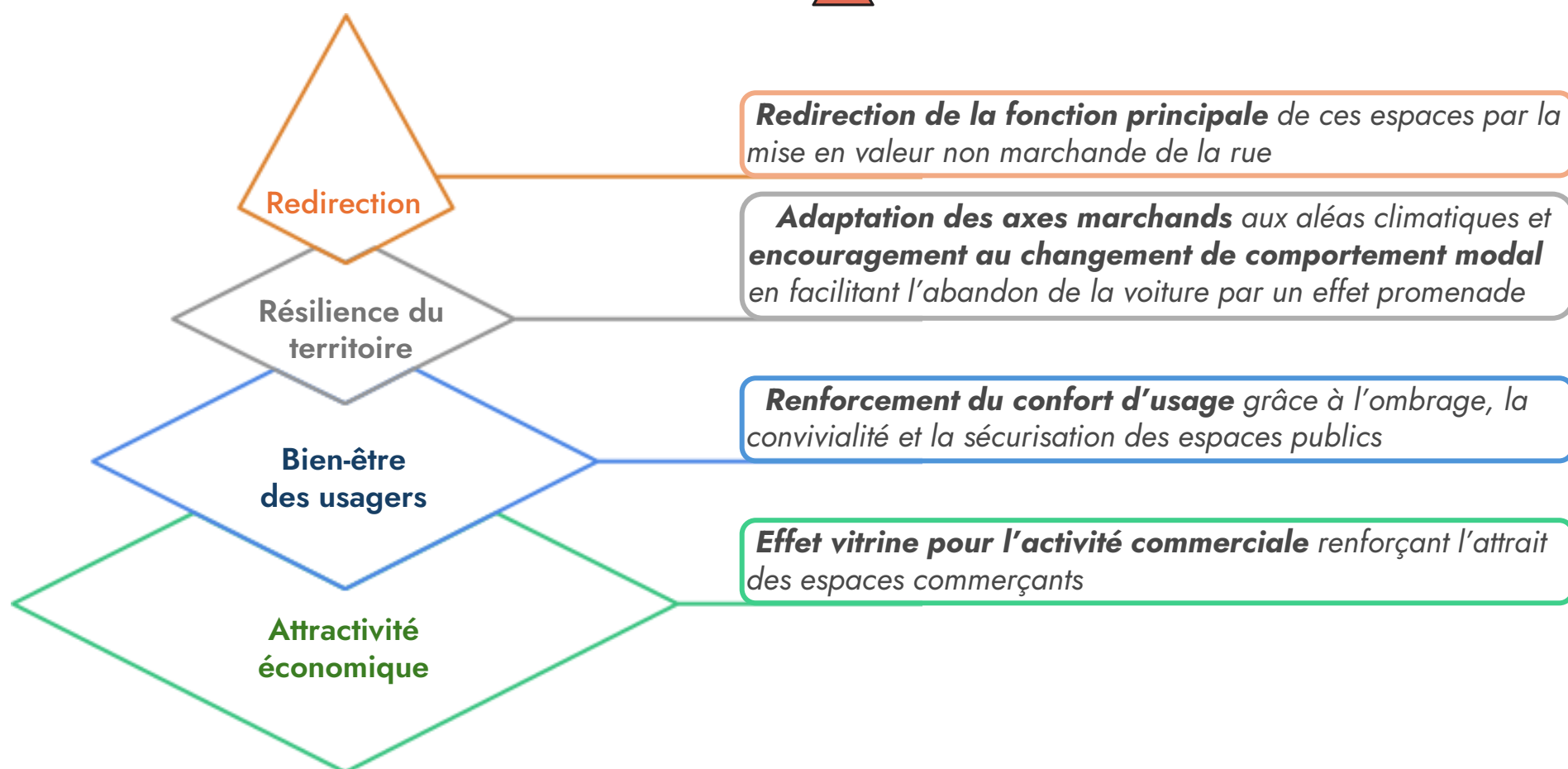
Références

- **Charte des devantures** : Guide esthétique pour façades commerciales harmonieuses locales. (CAUE 76) CAUE 76
- **Redynamisation quartier Crêt du Roc** : association RDD réalise un travail sur les devantures des rdc pour redynamiser des rues en perte d'attractivité – Saint-Etienne (42)
- **Rue pour tous** : aménagements provisoires sur l'espace public pour promouvoir partage des mobilités - Nantes Métropole (44)
- **Guide d'aménagement des espaces publics : principes d'aménagement**, AUDIAR (35)

1. Valorisation des espaces publics au cœur des axes marchands



Retombées territoriales



Partenaires clefs

- ADEME Nationale / Normandie
- GIEC Normand
- [CRESS] -> PTCE ou ADRESS (à voir après reprise de la CRESS)
- CCI, CMA
- Associations des commerçants
- [Rollon (monnaie locale)]



Sources, ressources, outils

- **Mon quartier à pied** : démonstrateur initié avec le soutien de la région Sud Paca et de l'Ademe qui rend visible l'accessibilité à pied d'un quartier, d'une ville voire d'une région
- **Six piliers pour réussir son projet d'espace public** : principes d'aménagement pour construire des espaces publics résilients (FNAU)
- **Plus fraîche ma ville** : Solutions locales pour rafraîchir les villes durablement (ADEME)
- **Caen, Quartiers en transition** : agenda d'actions pour valoriser les initiatives de transition sur le territoire caennais. (Caen)

2. Valorisation des actes de consommation à externalités positives

? La valorisation des gestes de consommation durables (réemploi, réparation, circuits courts...) passe par leur mise en visibilité dans l'espace public, avec une dimension pédagogique permettant d'en comprendre leurs bénéfices concrets. Il s'agit de responsabiliser positivement les usagers, en rendant ces pratiques accessibles et attractives, tout en soutenant des acteurs du territoire engagés qui disposent de peu de moyens pour faire connaître leurs actions.



Mesure portée par

- Ville et CU de Caen



Mesure à destination de

- Commerçants ESS / transitions
- Usagers / consommateurs



Chantier / méthode

- **Intégration d'un volet « consommation responsable »** dans la feuille de route de « Caen Quartiers en transition »
- **Identifier les acteurs économiques locaux de la transition et co-construire les contenus** pédagogiques avec les structures en valorisant les bénéfices du local et de la proximité
- **Conception des supports** en s'inscrivant dans l'identité graphique de « Caen Quartiers en transition »
- **Déploiement dans l'espace public** en ciblant en priorité des axes clefs (axes marchands, pistes cyclables avec fort passage ...)
- **Suivi de la démarche et évaluation**



Caen :
Centre-ville + périphérie



Facilité de mise en œuvre



Objectifs



**Soutien aux
commerces
engagés**



**Diminution de
la publicité
traditionnelle**



**Promotion
d'initiatives
locales**



Références

- **Les Guides Atypiques** : *Parcours engagés valorisant les acteurs locaux responsables, Normandie Equitable*
- **Campagne de publicité Ô'Bocal** *Promotion locale du vrac et zéro déchet – Nantes (44)*
- **Campagne « C'est mon commerçant »** : *Promotion des commerces locaux - Teste de Buch (33)*



C'est mon commerçant,
Teste de Buch (33)



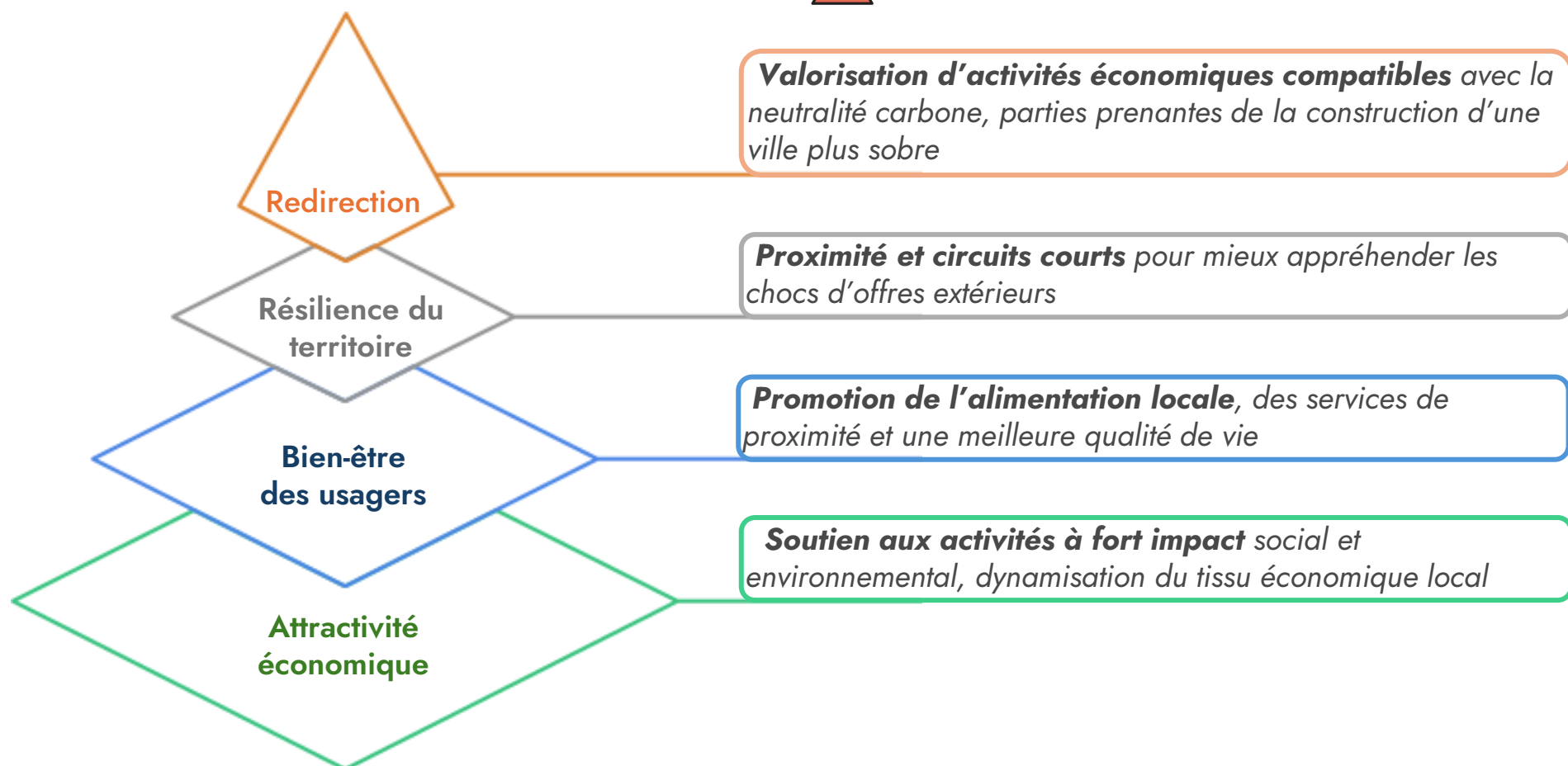
Campagne de publicité,
Nantes (44)

Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine

2. Campagne de publicité locale pour les commerces de la transition



Retombées territoriales



Partenaires clefs

- CCI / CMA
- Normandie Equitable
- Région Normandie
- [CRESS] -> PTCE ou ADRESS (à voir après reprise de la CRESS)



Sources, ressources, outils

- **Acteurs économiques de la transition**
: Cartographie des entreprises engagées dans la transition écologique par territoire pilote (agence tc.)
- **Atlas des Acteurs Economiques de la Transition** : Atlas numérique du parc immobilier dédié aux acteurs de l'ESS (Surface + Utile)
- **RLPi**

Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine

3. Création d'un parcours commercial élargi



? Le parcours marchand caennais se caractérise actuellement par une forte concentration sur quelques axes principaux où les valeurs locatives élevées limitent l'installation de nouveaux acteurs. Cette situation freine la diversification de l'offre commerciale vers des alternatives aux externalités environnementales et sociales positives. L'hypercentralité commerciale caennaise pourrait être étendue à ses marges, dans lesquelles l'installation d'acteurs économiques de la transition compléterait l'offre et le parcours marchand.



Caen :
Centre-ville



Facilité de mise en œuvre



Objectifs



Mesure portée par

- Ville de Caen
- Foncière – La Caennaise



Mesure à destination de

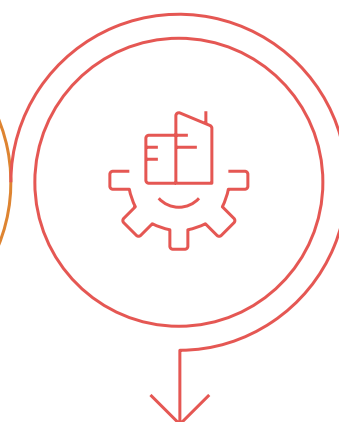
- Porteurs de projets
- Commerçants
- Usagers



Lutter contre
la vacance
des locaux



Préserver la
diversité
commerciale



Soutenir installation
de projets à
externalités positives



Chantier / méthode

- **Analyser l'état actuel** du tissu commercial, des flux de clientèle, des potentiels marchands : hyper centre ville + CV élargi
- **Croiser avec l'analyse des besoins** des différents acteurs économiques (de la transition)
- **Définir une stratégie sur un périmètre** augmentant le parcours marchand traditionnel
- **Mobiliser une foncière (solidaire)** pour l'acquisition de cellules stratégiques ET exercice DPU
- **Lancer un ou des AMI** à destination de projets ESS et transitions (partenariat avec AMO pour sélection et accompagnement)



Références

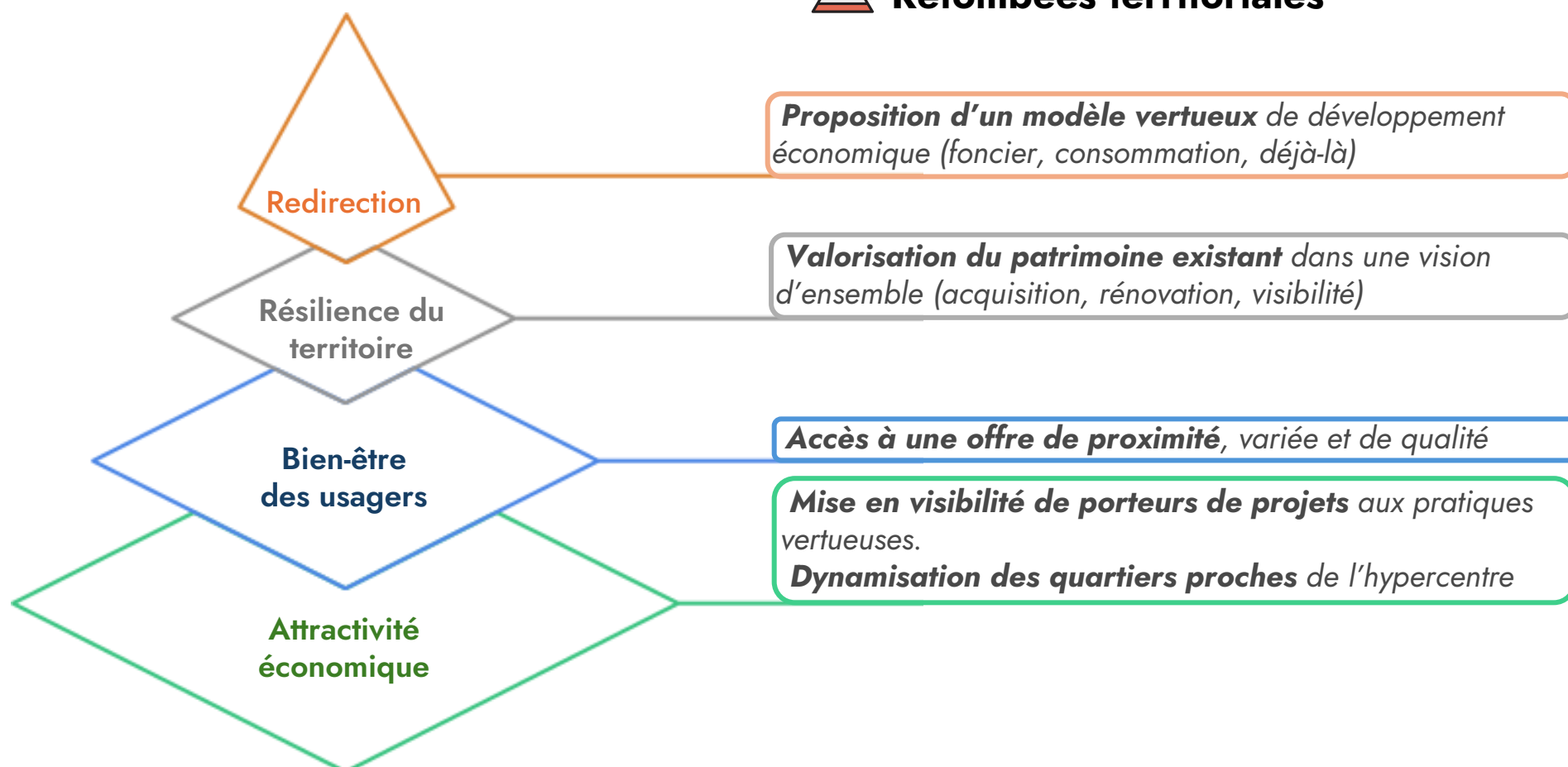
- **GT Foncière Solidaire Caen (ARDES)**
- **Rennes Centre Ancien**, guichet unique pour la requalification globale des immeubles ET des rez-de-chaussée, **Rennes (35)**
- **Acteurs privés : Base Commune, Bellevilles, Groupe Chessé**, foncières commerciales engagées dans des projets de revitalisation et à destination des acteurs de la transition
- **Murs solidaires**, mécanique des lieux d'utilité sociale : principes pour réinvestir des locaux à vocation sociale

Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine

3. Création d'un parcours commercial élargi



Retombées territoriales



Partenaires clefs

- [CRESS] -> PTCE ou ADRESS (à voir après reprise de la CRESS)
- CCI, CMA
- Pôle métropolitain Caen Normandie Métropole
- EPF
- Foncière de Normandie



Sources, ressources, outils

- **De quels leviers disposent les municipalités pour agir sur les paysages alimentaires ?** SO WHAT n°17, juillet 2021
- **Acteurs économiques de la transition :** Cartographie des entreprises engagées dans la transition écologique par territoire pilote (agence tc.)
- **Atlas des Acteurs Economiques de la Transition :** Atlas numérique du parc immobilier dédié aux acteurs de l'ESS (Surface + Utile)
- **Boîte à outils :** Ressources pratiques pour accompagner la transition alimentaire (ALTAA)

Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine

4. Mutualisation du parking Côte de Nacre



? A l'échelle du secteur Côte de Nacre coexistent le Centre Commercial doté d'un parking d'environ 1 200 places gratuites et le développement d'une vaste opération urbaine amenée à densifier sa fréquentation et ses usages. Ces stationnements, historiquement conçus pour répondre aux besoins du Centre Commercial, se situent aujourd'hui au cœur d'un quartier qui se transforme pour accueillir de nouveaux habitants, équipements, services et activités économiques.



Caen :
CC Côte de Nacre



Facilité de mise en œuvre



Mesure portée par

- PMI et Terranae (représentant et gestionnaire du site)
- Ville et CU de Caen



Mesure à destination de

- Entreprises
- Université
- Habitants et riverains du (futur) quartier

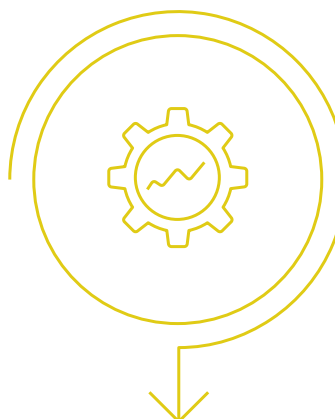


Chantier / méthode

- **Cartographier les usages actuels**, analyser les pics d'activité et les périodes de sous-utilisation
- **Vérifier les dispositions du PLUi** relatives à la mutualisation et au stationnement partagé, identifier les éventuelles dérogations ou adaptations nécessaires
- **Créer une convention d'usage** avec la collectivité et les entreprises alentours (quotas, horaires, tarification)
- **Démarrer avec une période pilote** pour ajuster la répartition, la gouvernance et l'articulation avec les mobilités durables
- **Permettre la transformation moyen terme du site** : préfiguration de l'impact du projet urbain ZAC Mont-Coco



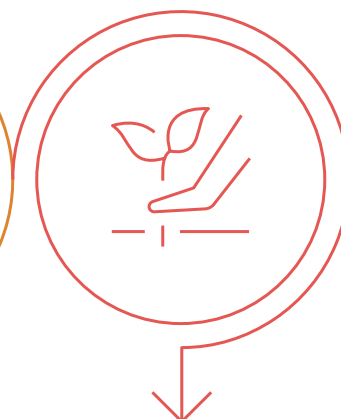
Objectifs



Optimisation de l'existant



Réduire l'emprise au sol des parkings dans la ville



Favoriser un aménagement urbain résilient



Références

- **Inventaire et potentiel d'optimisation parkings vélos et voitures** – 3. Potentiel de mutualisation des parkings voitures, AURM (68)
- **Mission AMO dans le cadre de l'AMI quartiers E+C** - Fiche Outils – Parkings automobiles, ADEME
- **Parkings optimisés** – Lyon Confluence (69)

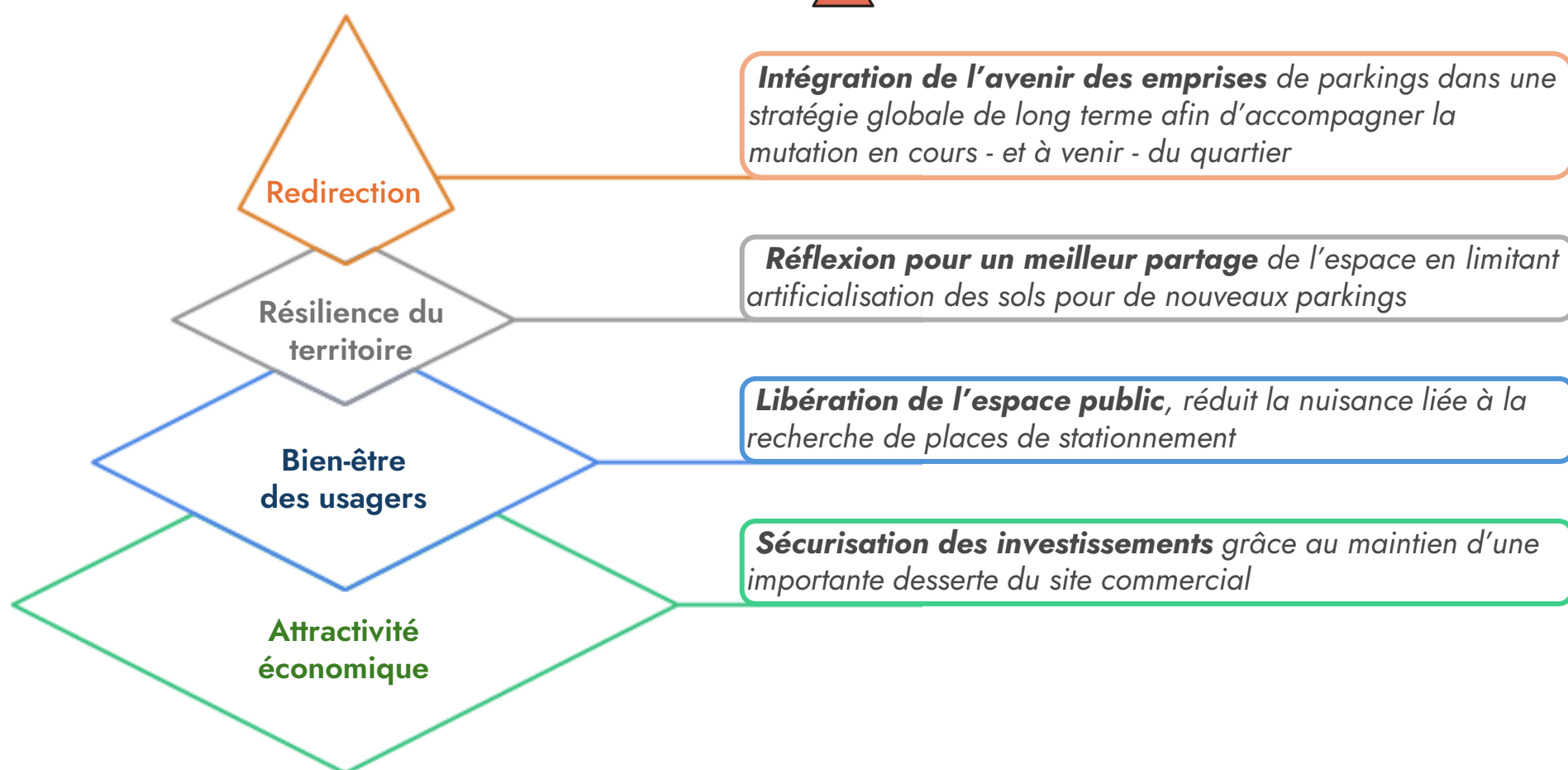


Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine

4. Mutualisation du parking Côte de Nacre



Retombées territoriales



Partenaires clefs

- Normandie Aménagement
- Twisto
- Entreprises et structures à proximité :
 - CHU
 - EM Normandie, Campus 2 et 5, IAE)
 - CROUS
- EPFN



Sources, ressources, outils

- **Diagnostic mobilité** : Cartographie des données clés (profil territorial, offre de transport, pratiques de déplacement), afin d'identifier les besoins, d'orienter les politiques publiques, ADEME
- **Mobiliscope** : Outil de géovisualisation interactif qui permet d'explorer, heure par heure, la répartition et la mixité sociale de la population présente dans les villes et leurs périphéries au cours des 24 heures d'une journée typique, CNRS
- **Centrale Park(ing)** : repenser les liens entre l'habitat et la mobilité en répondant à un défi de taille : faire du parking un levier central du renouvellement urbain

Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine

5. Etude prospective sur le secteur Côte de Nacre



? Les transformations récentes du Centre Commercial Côte de Nacre sont nécessaires sans pour autant réinventer complètement le site. Pourtant, les grands formats commerciaux connaissent de profondes mutations : évolution des modes consommateurs, concurrence accrue des zones périphériques, e-commerce, enjeux de résilience urbaine. En parallèle, l'impératif de repenser l'intégration de cet espace à la ville semble échapper à l'opération majeure urbaine de la ZAC Mont Coco.



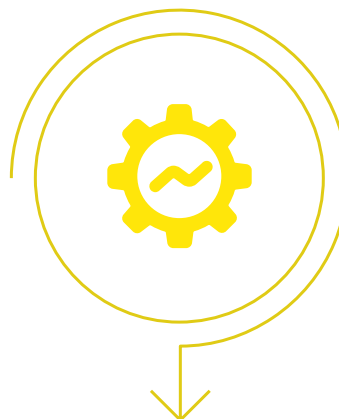
Caen :
Côte de Nacre



Facilité de mise en œuvre



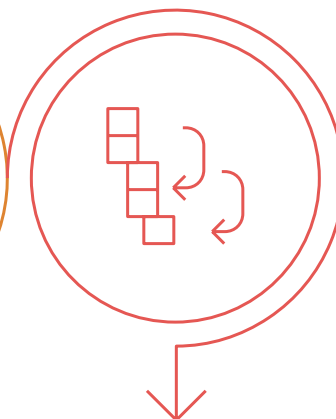
Objectifs



Anticiper et accompagner les mutations



Intégrer le site dans les dynamiques urbaines



Définir des scénarii d'évolution cohérents



Mesure portée par

- Pôle métropolitain Caen Normandie Métropole
- Ville et CU de Caen la Mer



Mesure à destination de

- Normandie Aménagement
- PMI et Terranae (représentant et gestionnaire du site)
- Collectivités locales (Epron, Hérouville Saint-Clair)



Chantier / méthode

- **Impliquer dans le Comité de Pilotage** les collectivités, les propriétaires et les partenaires principaux.
- **Analyser le fonctionnement actuel** et évolution de l'environnement urbain (en partenariat avec étudiants de l'Université et de SciencesPo)
- **Elaborer des scénarii prospectifs** (maintien, transformation, hybridation)
- **Mettre en débat public** et intégrer les conclusions dans les documents d'urbanisme et la ZAC du Mont Coco



Références

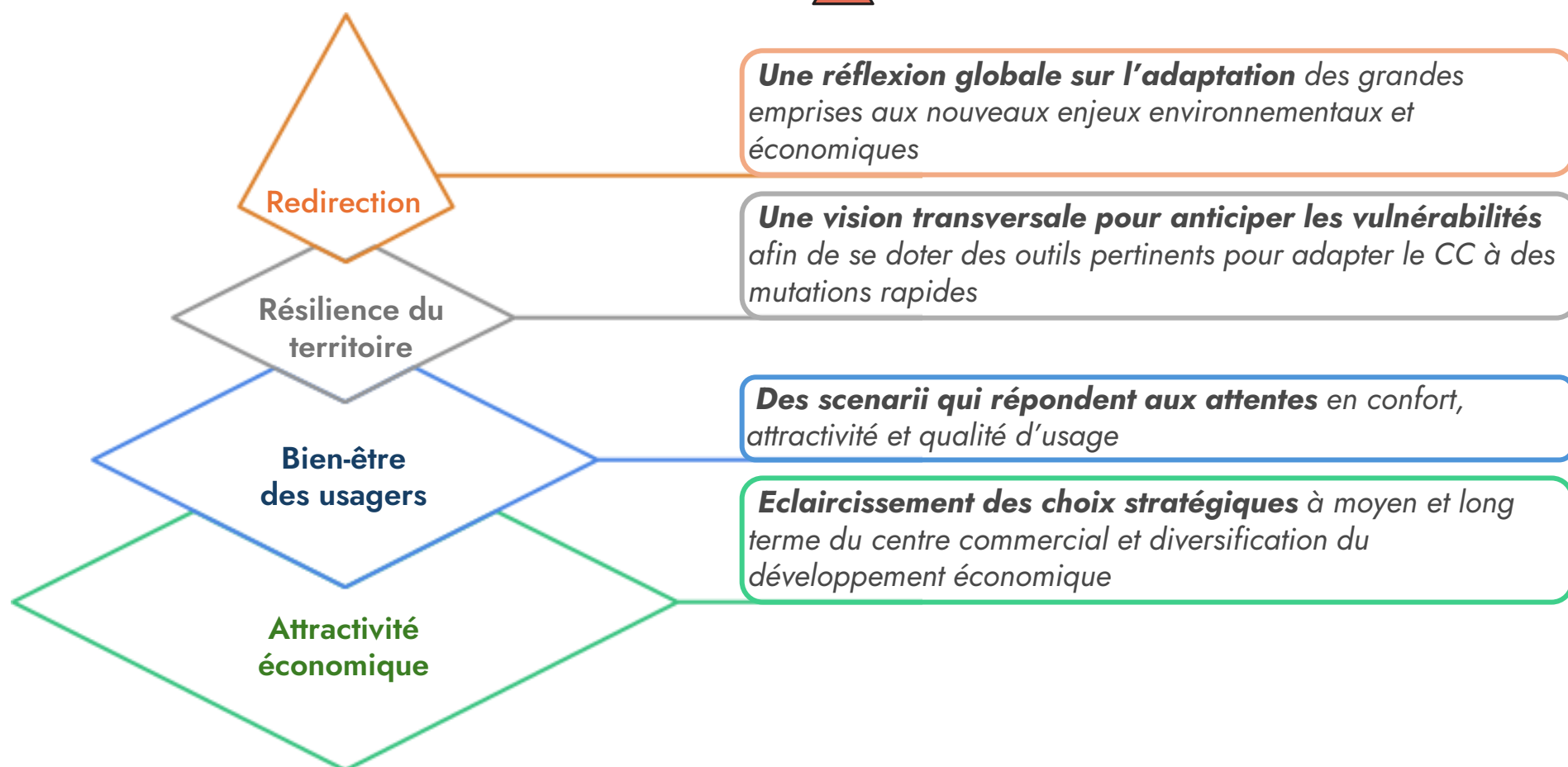
- **Assises du commerce** : échanges, conférences, ateliers pour construire le commerce de demain – Lyon (69)
- **Avenir des zones commerciales en France face aux nouveaux horizons de l'urbain et aux trajectoires de consommation** : une lecture prospective – Samuel Deprez (76)
- **Le Mega Grand Bordeaux** : Etude prospective sous forme de roman graphique pour imaginer la ville en 2050 – Agence Deux Degrés (33)
- **Ateliers Sciences Po** : prospective pour le centre ville et la métropole de Caen, 2019
- **Le Kit du Futur**, Ateliers participatifs de prospective urbaine à Paris, Marseille, Caen et Angoulême, FAIRE 2021

Changer de regard sur l'urbanisme commercial – expérimentation urbaine

5. Etude prospective sur avenir de CC Côte de Nacre



Retombées territoriales



Partenaires clefs

- Propriétaires fonciers
- Association des commerçants
- Usagers
- [GIEC Normand](#)



Sources, ressources, outils

- **Transitions 2050** : Proposition de 4 scenarii pour atteindre la neutralité carbone — ADEME
- **Boite à outils de la prospective territoriale** : méthodes de prospective applicables lors d'une étude territoriale — DREAL Pays de la Loire
- **Toolbox** : boite à outils des formes de prospective - Futuribles