

25 novembre 2021 : ENVIROFORUM
Requalification des centres anciens

L'exemple de Grasse

*au regard des dispositifs
Action cœur de ville et
NPNRU*

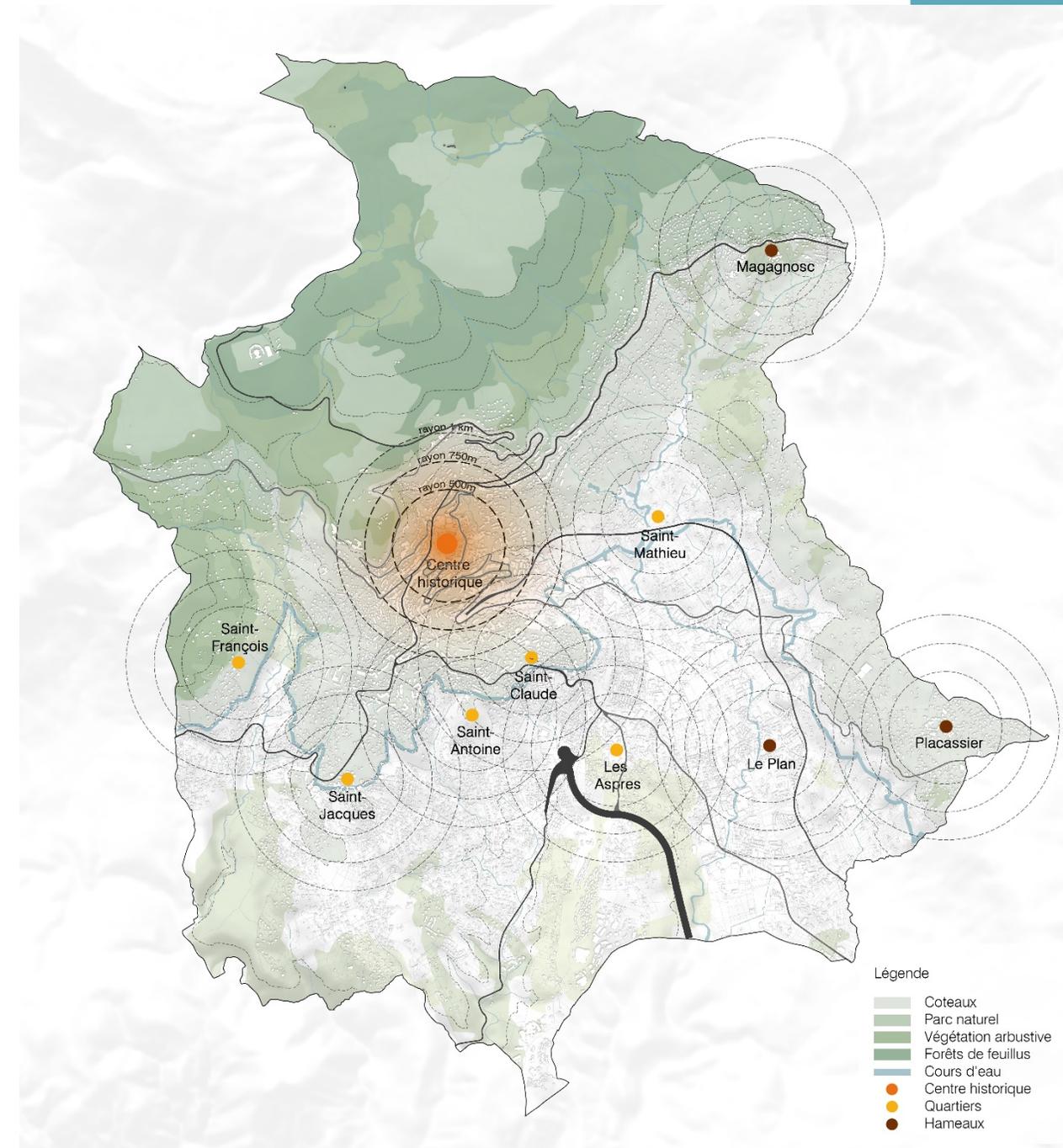
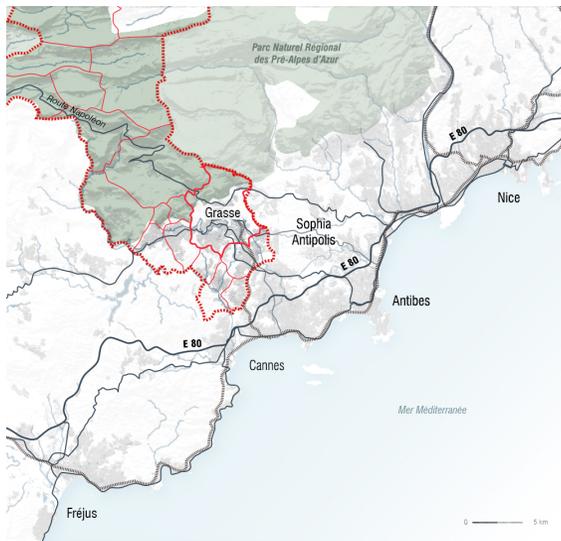


SOMMAIRE

- Éléments de contexte
- Action Cœur de Ville
- Nouveau Programme National de Renouvellement urbain (NPNRU)

Le territoire

Grasse, une ville
polycentrique

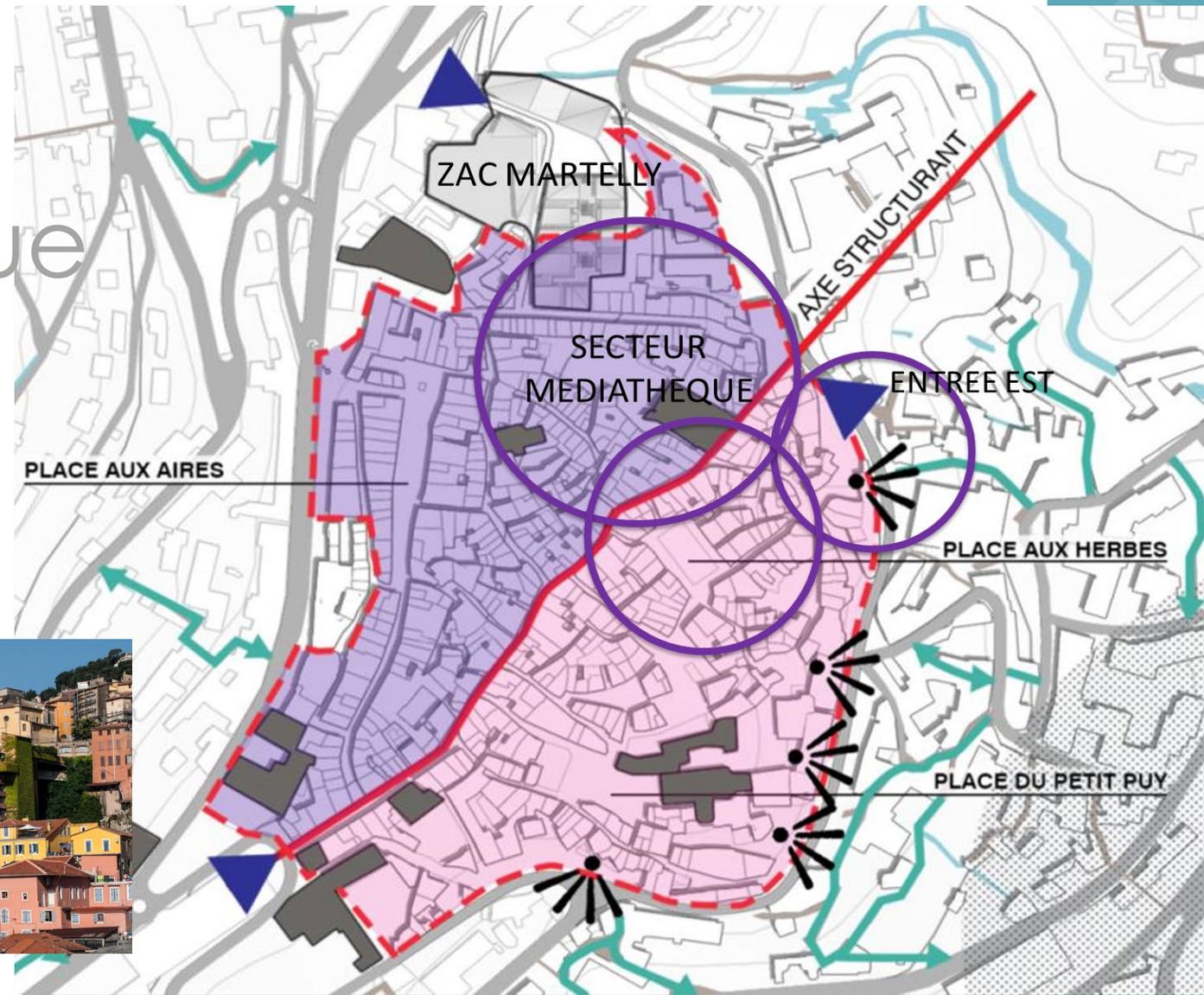


Le territoire

Un centre historique contrasté

Grasse centre ancien,
secteur sauvegardé (PSMV)

- ▶ 2600 habitants,
- ▶ 1900 logements, dont 69% RP et 28% vacants,
- ▶ 4/5 des RP en location
- ▶ 22% LLS (parc public et privé conventionné)
- ▶ 650 immeubles.



Une dichotomie entre ville haute et ville basse

Articulation des dispositifs



Un dispositif chapeau : ACV
Le NPNRU comme colonne vertébrale



**Innovation sociale
& transition
écologique**

Label Territoire French Impact
Contrat de Transition Ecologique

**Politique de la
ville
&
cohésion sociale**

Contrat de ville 2015-2022
Gestion urbaine de proximité
CLSPD
Maison du Projet

**CRET 1^{ère} et 2^{ème} générations
CRTE du Pays de Grasse**

Grasse Campus
campus territorial du Pays de
Grasse - Academy, Housing, Life



Territoires d'Industrie

Dispositifs parc privé et LHI
Permis de Louer, Opah-RU



La combinaison des politiques publiques



Grasse parmi les 222 villes retenues dans le plan national Action Cœur de Ville

Signature de la convention cadre le 14 septembre 2018
Signature convention d'ORT XX/XX/XXXX

Action Cœur de Ville

L'Opération de Revitalisation du Territoire/ diag

- **AXE1: Vers une offre attractive de l'Habitat :**

Une forte vacance, un habitat dégradé ne correspondant pas aux attentes des habitants en Centre Historique, une désertion, voire un rejet du centre, Environ 18 000 habitants, des actions en cours depuis 15 ans, Des prix abordables pour la CAZ, un parc varié et singulier en partie, une possibilité de créer des parcours à l'échelle de l'ORT, un territoire couvert par tous les dispositifs d'incitations fiscales existants,

- **AXE2: Développement économique et commercial équilibré:**

Une faiblesse quantitative de m² commerciaux par rapport à la périphérie (17%vs83%); des cellules de petites tailles (59m² en moy), des forts taux de vacances; des flux principalement composé d'habitants et d'actifs du centre mais aussi de touristes en été, une absence d'hôtellerie de bon niveau au sein de l'ORT; une activité industrielle vigoureuse mais dont les retombées pour le centre restent à nuancer; une forte concurrence des pôles départementaux Cannes Centre et Tourrades; un projet structurant en phase opérationnel: Martelly; une notoriété internationale avec des locomotives touristiques qui génèrent des flux qu'il conviendra de prolonger par des parcours,

- **AXE 3: Développer l'accessibilité les Mobilités et les Connexions:**

Une signalétique tout mode déficiente; une logique tout voiture qui ne favorise pas le centre ville; une gare reliant les grands pôles métropolitains azuréen mais enclavée par rapport au centre historique; un sens unique qui contribue à la perte de repère; une offre de stationnement importante en infrastructure mais une politique tarifaire peu attractive pour les résidants et les chalands.

- **AXE4: Valoriser les Formes urbaines, Espaces Publics, Patrimoine:**

Une perception négative des Grassois de leur centre, des espaces publics traités de façons hétérogènes; un patrimoine exceptionnel à révéler et à réhabiliter; un centre historique très dense, trop minéral; un PSMV perçu par les habitants et les commerçants comme contraignant,

- **AXE5: Fournir l'accès aux Equipements, aux services publics, à l'offre culturelle et de loisirs:**

De nombreux équipements, rayonnants (Musée, OT, VAH, Théâtre) et du quotidien (Ecole, crèche, Collège, Sports) sont présents au sein de l'ORT, mais certains nécessitent une mise à niveau; des réseaux AEP/EU à remettre en Etat, la 4G et le THD à déployer; une carence d'offre en enseignement supérieur et de formations

Action Cœur de Ville

L'Opération de Revitalisation du Territoire/

LES OBJECTIFS PRINCIPAUX:

▪ AXE 1 / L'habitat :

l'objectif serait de créer des parcours résidentiels pour tous au sein de l'ORT, tout en continuant l'amélioration du parc ancien, et en réduisant l'empreinte écologique du bâtiment.

▪ Axe 2 : Le développement économique :

L'objectif sera de re irriguer les flux vers le centre-ville, par le déploiement d'une offre commerciale et artisanale qualitative pour les Grassois, en lien avec le tourisme (Dév Hôtellerie), mais aussi de préparer la future greffe urbaine Martelly.

▪ Axe 3: La mobilité :

Les objectifs se feront sur plusieurs échelles, le premier sera d'améliorer les déplacements en modes actifs au sein de l'ORT, mais aussi d'améliorer l'offre de Transports en communs, notamment vers les pôles métropolitains (Cannes/Sophia/Nice Aéroport). L'autre objectif sera d'encadrer la logistique du dernier km, notamment pour le cœur de ville.

▪ Axe 4 : Le patrimoine, l'espace public :

L'objectif sera de valoriser les patrimoines qu'ils soient emblématique (**Cathédrale, CIAP**) ou plus banal (**Parcours d'interprétation, paysage**). Le second objectif consistera à mettre en réseau une série d'espaces publics verts positionnés en balcon et relier par nos traverses.

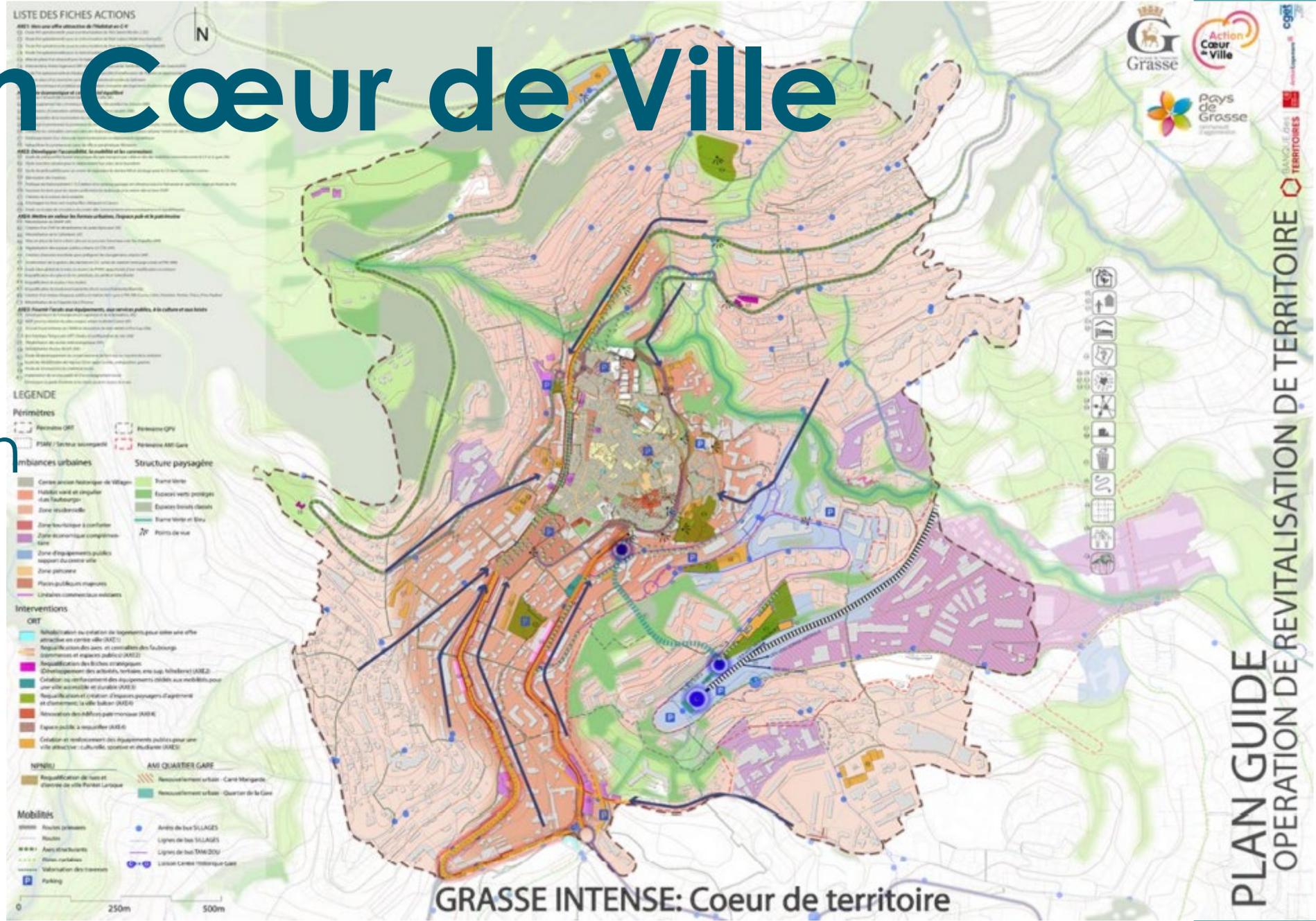
▪ Axe 5: Accès aux équipements et aux loisirs :

L'objectif premier est en cours depuis 2015, reste celui de **l'enseignement supérieur**, nous avons quelques bons résultats, l'arrivée du pole étudiants devra valider ces bons débuts. (ESP, ECAM, UCA EDHEC, CNAM).

Le deuxième et non moins important volet de la stratégie consistera à réhabiliter, rénover, valoriser les équipements existants qui représentent un facteur de rayonnement mais aussi de résidentialisation et de vivre ensemble.(Ecoles, parc, crèche, social, culture, sport...)

Action Cœur de Ville

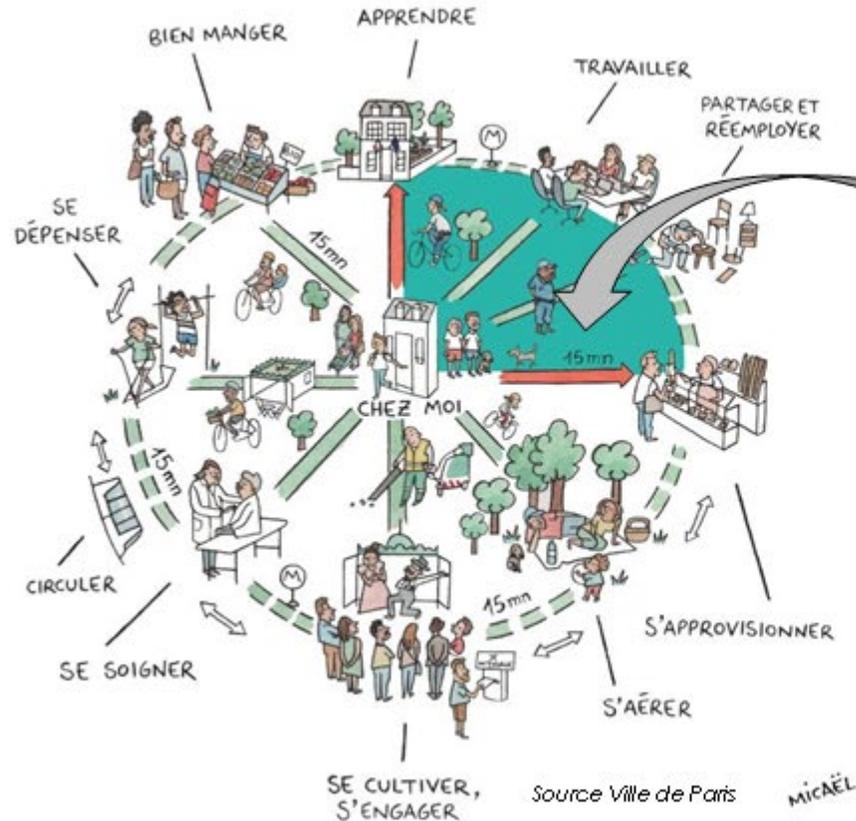
L'Opération
de
Revitalisation
du Territoire
Le Plan
Guide



Action Cœur de Ville

L'Opération de Revitalisation du Territoire

La ville à 20 min



Part modale de la voiture en fonction de la distance parcourue pour aller faire ses courses



 **33 minutes**

C'est la durée moyenne d'un achat : 20 minutes pour un achat en petit/moyen commerce, 51 minutes pour une grande surface. Un résultat comparable à ceux des enquêtes « Emploi du temps » de l'Insee et stable dans le temps puisqu'il est constant depuis 1974 !

 **2 kilomètres**

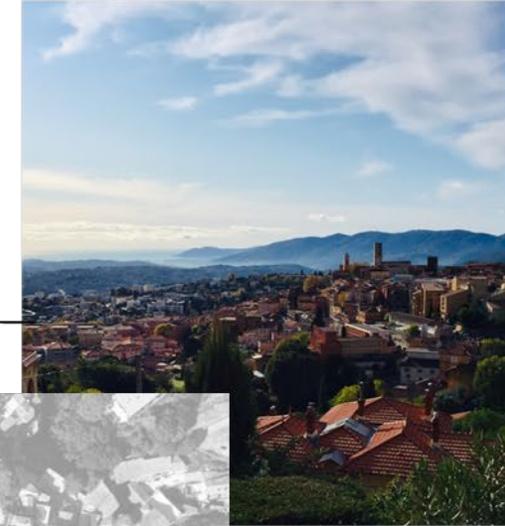
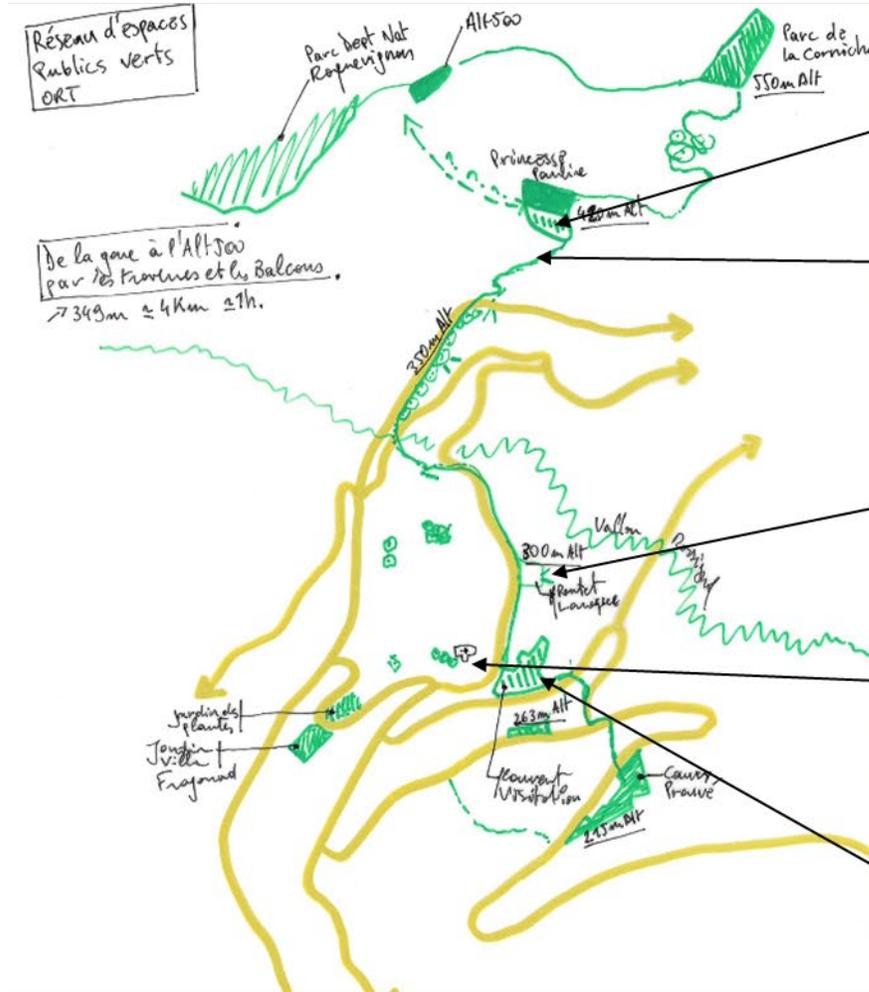
29% des déplacements réalisés en voiture pour effectuer un achat font moins de 2 kilomètres (23% pour les grandes surfaces et 35% pour les petits/moyens commerces). Des résultats qui s'observent dans les grandes agglomérations et dans les villes moyennes, que le commerce soit situé en périphérie ou dans la commune centre.

Source CEREMA

Action Cœur de Ville

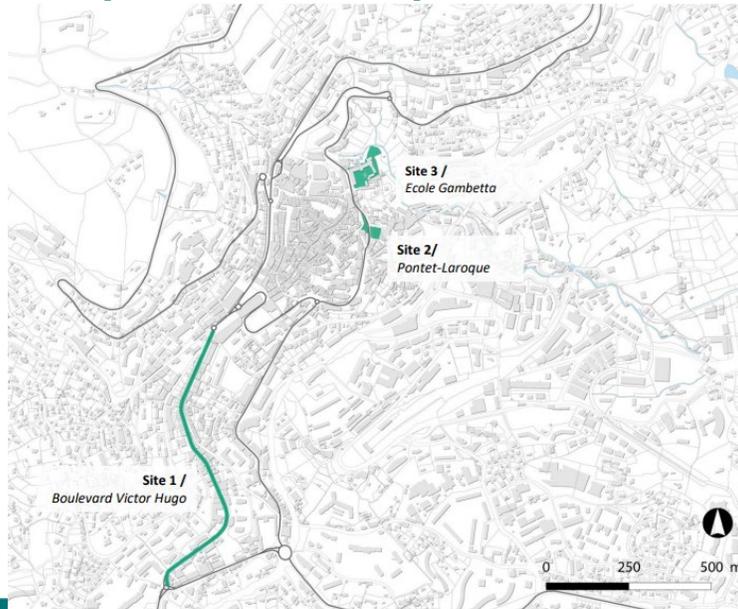
Le
Parcours
en
balcon
paysager

La création d'un réseau d'espace vert en balcon et les traverses



Action Cœur de Ville

Stratégie de végétalisation des espaces publics



SITE 1 / BOULEVARD VICTOR HUGO

PROPOSITIONS D'AMÉNAGEMENT

SITES À MOBILISER :



REVITALISER LES FOSSES DE PLEINE TERRE



VALORISER LES ESPACES ATTENANTS AU BOULEVARD (CCAS)



MISE À PLAT ET CONFORTMENT DES FOSSES D'ARBRES

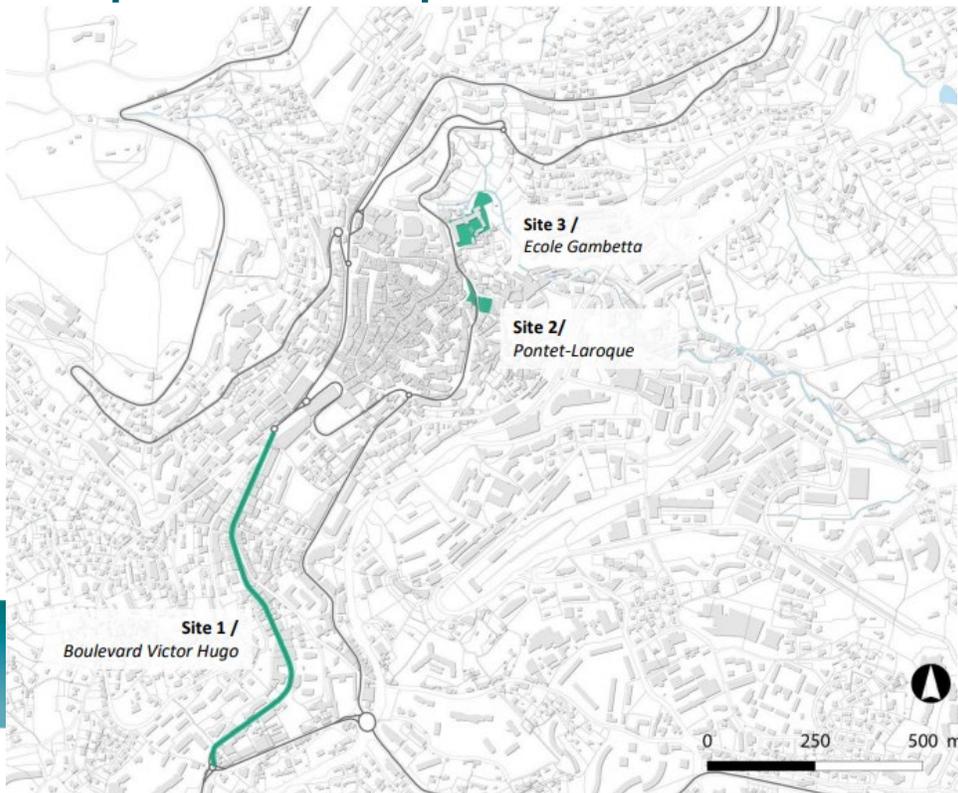


COLONISER LES VIDES



Action Cœur de Ville

Stratégie de végétalisation des espaces publics



SITE 2 / PONTET-LA ROQUE

DIAGNOSTIC DE SITE - POTENTIALITÉS GÉNÉRALES D'AMÉNAGEMENT

-  Espaces de pleine terre potentiellement valorisables
-  Dalles imperméabilisées à protéger par des structures d'ombrage



Plantation le long de la montée du Pontet (chêne vert et vivaces en pied d'arbre)

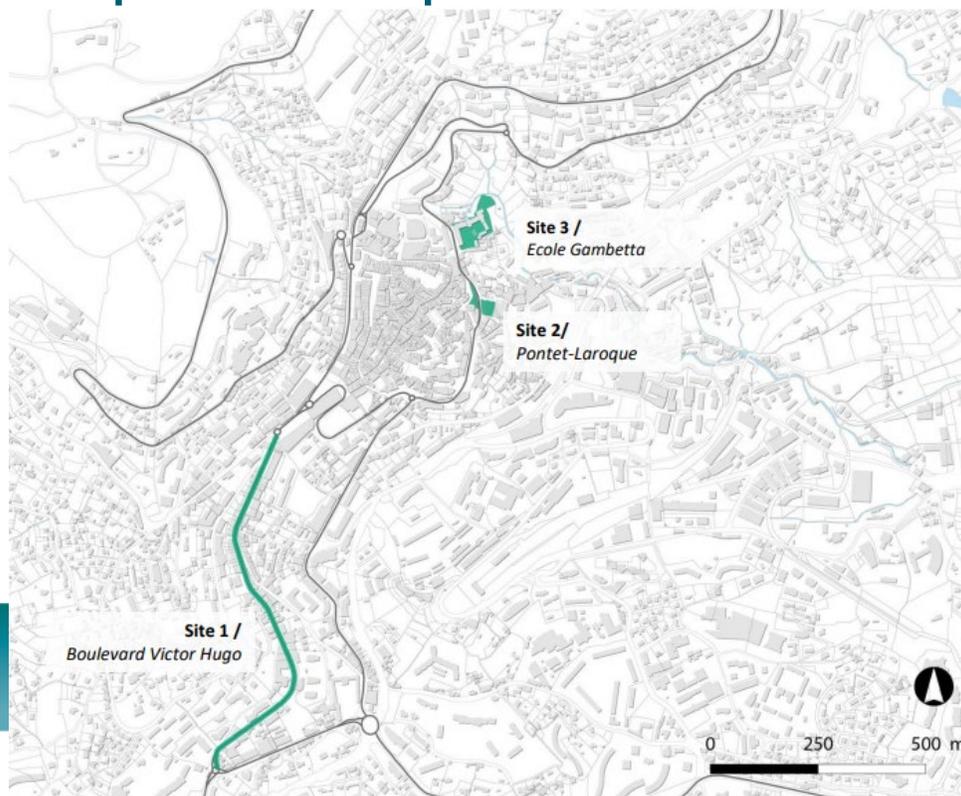


Mélia planté à proximité de l'aire de jeux



Action Cœur de Ville

Stratégie de végétalisation des espaces publics



SITE 3 / COURS ECOLE GAMBETTA

PROPOSITIONS D'AMÉNAGEMENT - L'OMBRAGE ET LA BIODIVERSITÉ

Enfin, la cour accueille des espaces paysagers tant ornementaux qu'économiques en ressources (massifs sclérophytes). Les espaces jusqu'ici délaissés se voient valorisés par l'implantation de vergers économiques en entretien et permettant de structurer des ateliers pédagogiques.

Les espaces plantés au sol sont protégés des piétinements en attendant une croissance optimale des massifs.

Implantation d'une trame arborée complémentaire /
Mise en défens des plantations par des structures légères
(poteau en bois non traités et câbles inox)



Lilles / Ecole Boucho : des ilots jardinés au sein de la cour de récréation



Vergers pédagogiques



Vergers pédagogiques ville de Paris

Îlots de vie au sein de petits jardins diversifiés

Le Nouveau Programme National de Renouvellement Urbain

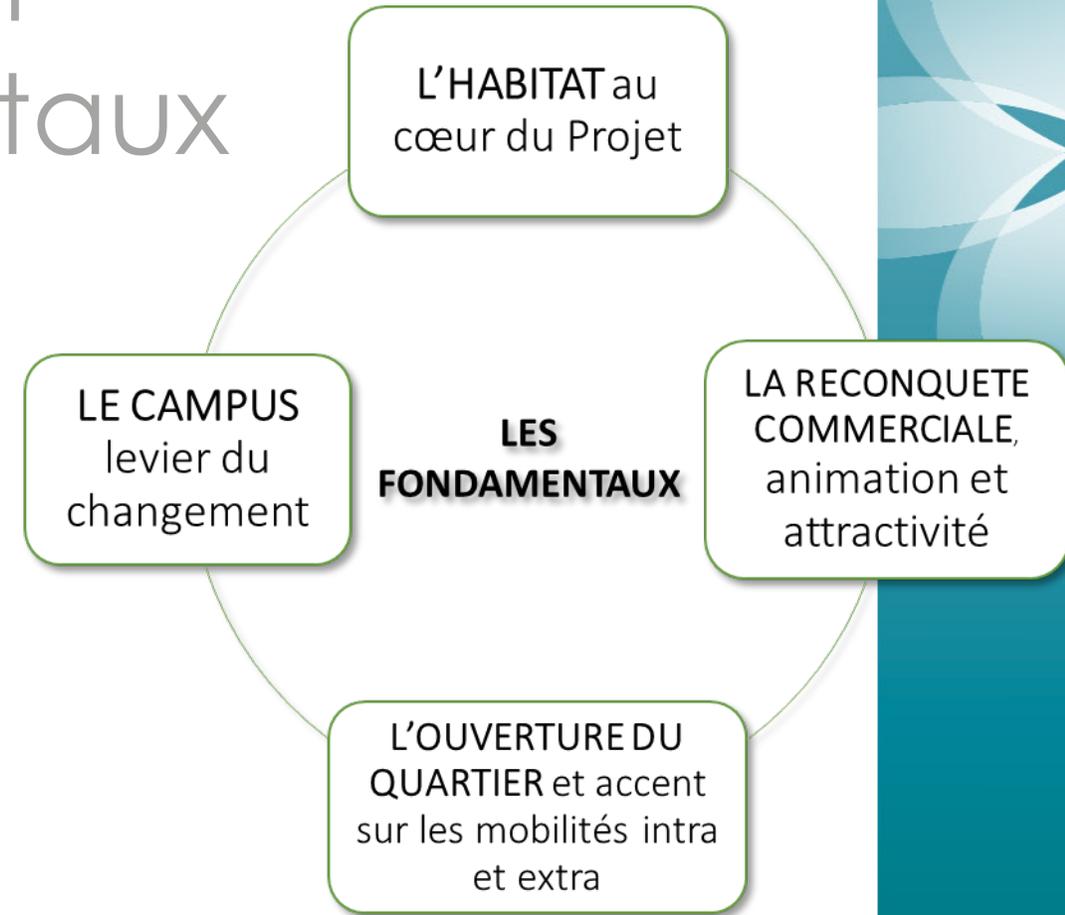
*Signature de la convention pluriannuelle de renouvellement urbain (NPNRU)
le 28 avril 2020*

Le projet

Parti pris et fondamentaux



- Concentrer les forces et les moyens autour des projets structurants du PNRU (médiathèque, Martelly)
- Participer à la mutation de la vision stratégique du centre historique, avec le campus universitaire comme fil rouge du Projet
- Ponctuer les entrées de ville par des opérations d'aménagement structurantes et ambitieuses (Martelly, Pontet-La Roque)
- Restructurer durablement les îlots dégradés tout en apportant une diversification de l'habitat
- Renforcer la dynamique commerciale dans une approche globale du centre historique



Le projet

en synthèse

33 Millions d'€uros

12 opérations

Opérations d'aménagement
27,95 M€

- Recyclage de 4 îlots anciens dégradés
- 3 opérations d'aménagement

Programmes immobiliers
4,02 M€

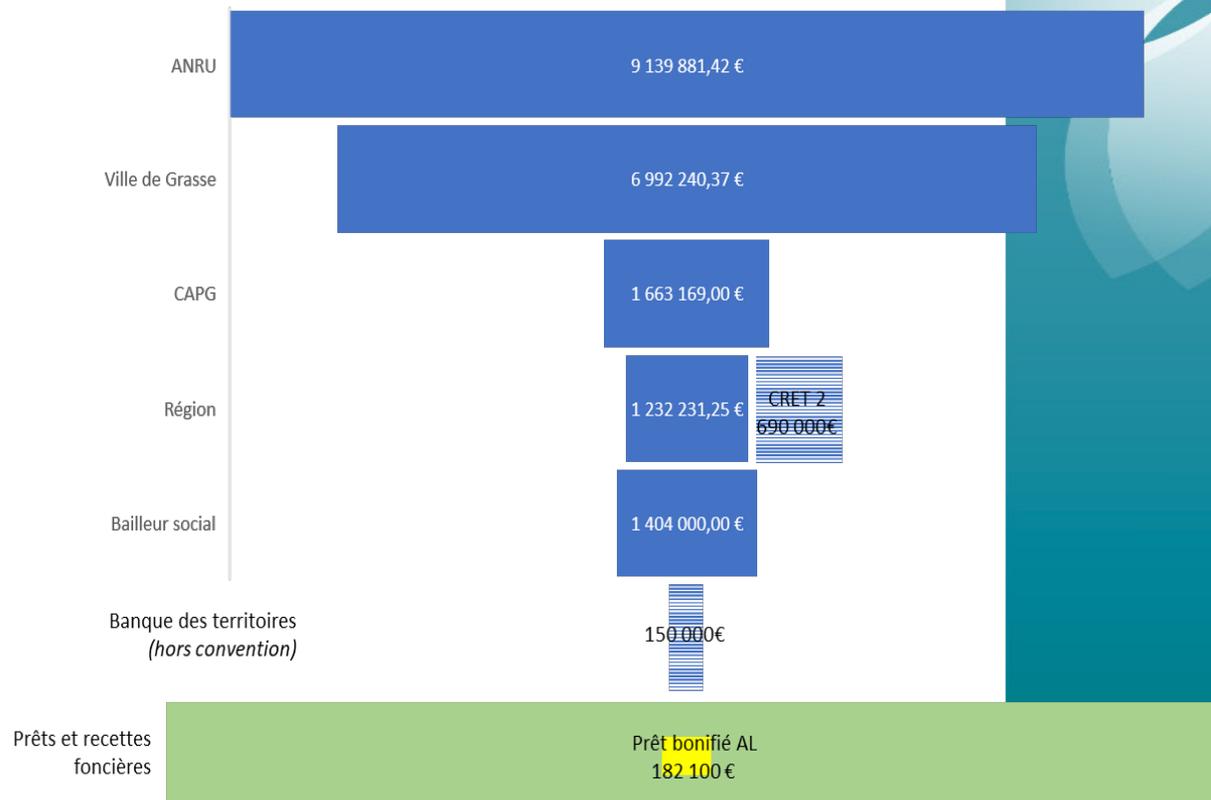
- Diversification habitat : reconstitution de l'offre LLS et Accession
- Mixité fonctionnelle : équipement public et Immobilier à vocation commerciale

5 opérations

Ingénierie
1,70 M€

- Etudes et conduite de projet
- Moyens internes
- Appui au pilotage

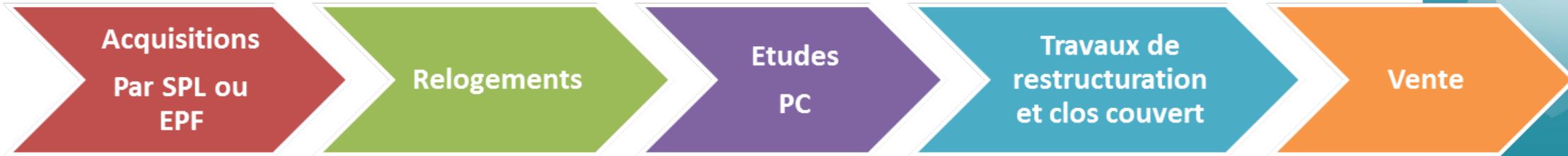
les contributions financières



Signature de la convention pluriannuelle de renouvellement urbain le 28 avril 2020

Opérations de recyclage d'îlots anciens dégradés : le montage opérationnel

Opérations de recyclage
MO SPL



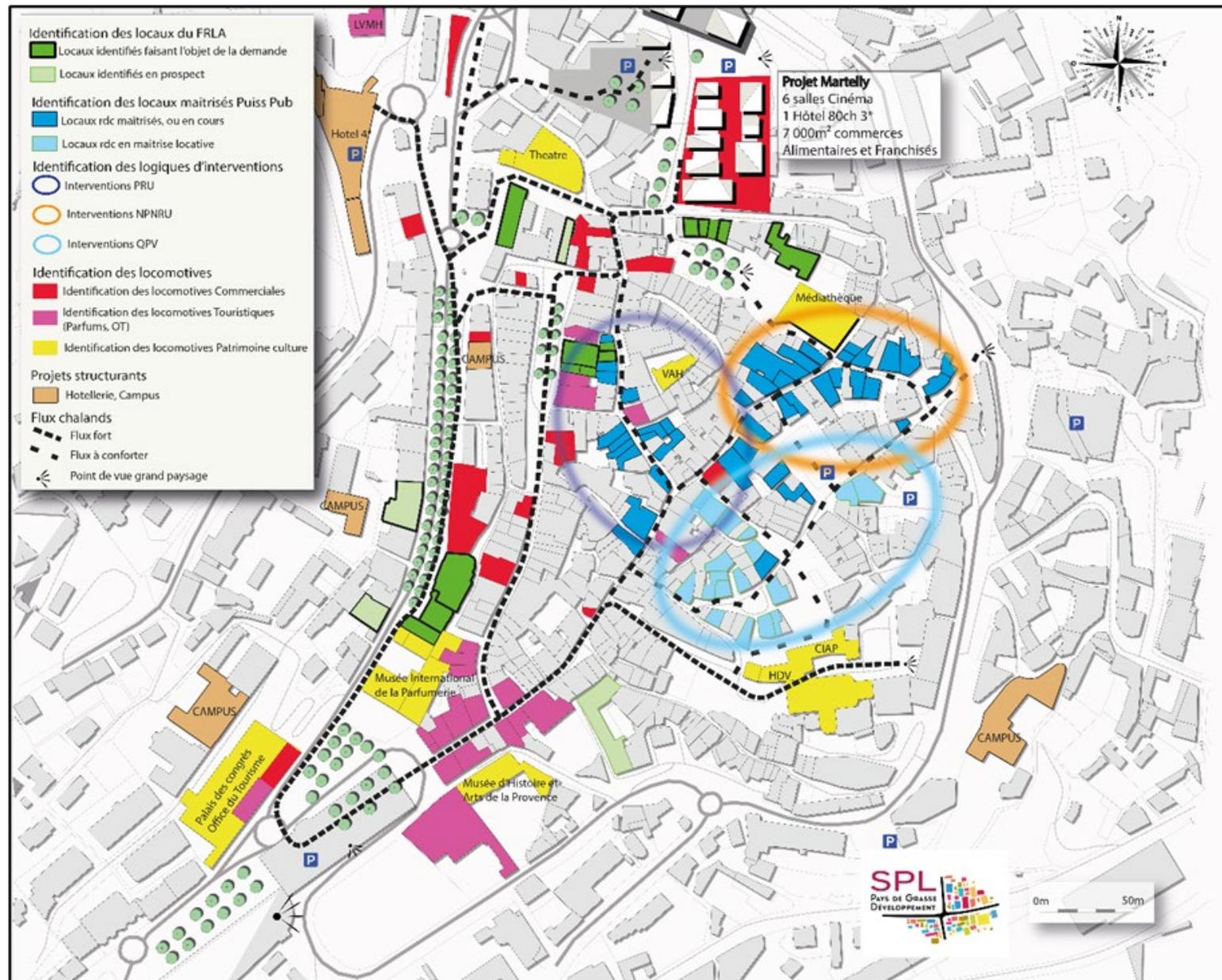
Opérations de production de logements
(reconstitution,
diversification, droit
commun)



MO bailleur social

LA STRATEGIE COMMERCIALE A L'ECHELLE DU COEUR DE VILLE

Avec les locaux du FRLA, et en y intégrant les m² du projet Martelly, la puissance publique maîtrisera la programmation commerciale d'environ 13 000m² des 24 500m² actifs et tout en maillant le centre historique.



LA STRATEGIE COMMERCIALE A L'ECHELLE DU COEUR DE VILLE

Plan de merchandisage

réalisé en régie (directeur de projet ACV)

Appui étude de flux, diagnostic des commerces

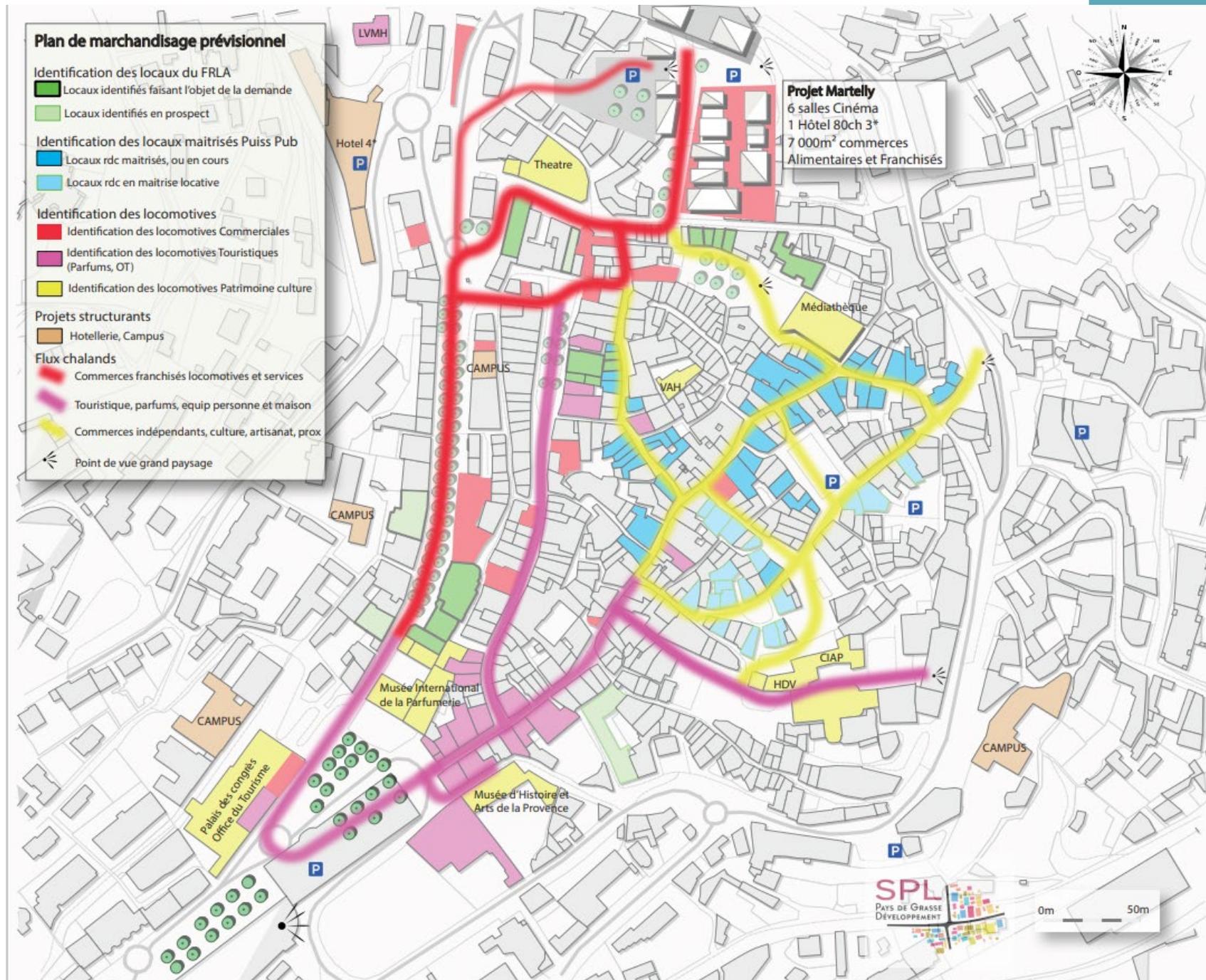
Une pré-programmation établie à l'échelle du centre-ville partagée

A venir :

Etude immobilier commercial – *lien Ville d'Art & d'Histoire*

Qualification des locaux et stratégie d'animation (fin 2021)

En 2022 : la création d'une SEMOP



Merci de votre attention

