



IMMERSION #1

CONSULTATION CITOYENNE ET RENCONTRE AVEC LES USAGERS DU CENTRE.

cahier n°1, 08/02/ 2017



CCI PAYS D'ARLES



DÉPARTEMENT
**BOUCHES
DU RHÔNE**

RÉSUMÉ

CE QUE L'ON A FAIT LE 8 FÉVRIER À ARLES

Nous nous sommes rendus le mercredi 08 février 2017 au marché hebdomadaire d'Arles sur le Boulevard Émile-Combes. Les objectifs de cette première immersion étaient, dans un premier temps, de pouvoir rencontrer ceux qui parcourent et utilisent le centre-ville d'Arles afin d'établir un premier diagnostic des offres proposées par celui-ci. Ce fut l'occasion de récolter de la donnée concernant des atouts, des faiblesses, des manques et des besoins présents sur le territoire d'Arles et que les usagers du centre pouvaient percevoir ou ressentir. C'est donc muni de notre carte géante du centre, de notre boîte à lettre, et de nos questionnaires, que nous avons rencontré les usagers du marché afin de savoir ce qu'ils pensaient de leur ville en terme d'offres de service et de produit. Après le marché et équipés de nos outils listés précédemment, nous avons arpenté les rues de la ville. Cette journée d'immersion nous a aussi permis de tester les 8 axes correspondant aux catégories de clientèle que nous avons auparavant établies.

- **LA BOÎTE À LETTRE** : nous avons proposé aux curieux qui voulaient bien se prêter au jeu d'écrire une lettre d'amour et une lettre de rupture à la ville d'Arles. Le but de cette opération était de pouvoir définir de façon ludique et poétique quels sont les atouts et les points négatifs perçus par les usagers du centre ville.
- **LA CARTE GÉANTE DU CENTRE** : cette carte du centre mesurant 1,5 m par 1,5 m nous a permis de récolter des informations et de les géolocaliser avec les passants. C'était aussi un moyen pour nous de découvrir quelles sont les zones dynamiques, les zones désertes et les zones à valoriser du centre-ville.
- **LE QUESTIONNAIRE 30 SECONDES CHRONO** : cet outil d'enquête plus ou moins standard, nous a permis de questionner les usagers du centre via un panel de questions.
- **LES CARNETS THÉMATIQUES** : les usagers devaient choisir un des 8 carnets au hasard et réagir suivant une thématique parmi les 8 grands axes correspondant aux différents types de clientèle. Les usagers du centre devaient ainsi pointer des manques concernant les offres actuelles proposées par le centre-ville par rapport à la thématique choisie.



QUELQUES DONNÉES :

TEMPS DE L'IMMERSION :

Durant la journée du 8 février 2017
(de 9h30 à 18h00)

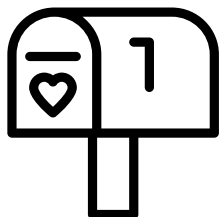
NOMBRE DE PARTICIPANTS :

66 personnes

LES LIEUX D'IMMERSION :

La place Lamartine
Les Arènes
La place Paul Doumier
Les quais de la Roquette
La gare SNCF

RÉSULTATS DES OUTILS



QUELQUES DONNÉES :

NOMBRE DE PARTICIPANTS :
18 personnes



LA BOÎTE À LETTRE

En synthétisant les données récoltées dans notre boîte à lettre, nous pouvons dire que le cadre de vie, l'architecture et le climat sont apparus comme les points positifs de la ville d'Arles. Tandis que, les difficultés de stationnement, d'accès au centre, et le manque de dynamisme et de divertissement, en dehors de la période estival, sont apparus pour les usagers, comme les points qui pourraient changer ou évoluer afin de rendre le quotidien plus agréable à Arles.

VOICI QUELQUES EXEMPLES

En voir plus sur le site :

<http://eureka-arles.etrangeordinaire.fr/expression-libre/>

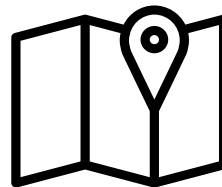


“Arles tes services pour l'enfance ne sont pas assez développés. Il faudrait améliorer ceux existant et en créer de nouveaux pouvant fonctionner en réseau et pour tout âge. Cela solutionnerait certaines galères pour les parents.”

“Je m'ennuie trop avec toi pendant l'hiver. Les lundis sont vraiment trop tristes. J'aimerais tant un endroit convivial comme un foyer avec un feu de cheminée où nous pourrions nous retrouver pour créer des projets selon nos compétences artistiques, culturelles et sociales. Tout est fermé, c'est triste. Il n'y a pas de volonté d'animation et d'ouverture hors LUMA et qui correspond à 2 mois dans l'année.”

“Il n'y a pas grand chose pour les jeunes (le bowling par exemple) à part le PUB.”

RÉSULTATS DES OUTILS



QUELQUES DONNÉES :

NOMBRE DE PARTICIPANTS :
16 personnes

LA CARTE GÉANTE DU CENTRE

En synthétisant les données recueillies à l'aide de l'outil carte, nous pouvons dire que dans l'ensemble, les utilisateurs du centre aimeraient pouvoir plus profiter de leur ville et de son environnement chaleureux et atypique. L'idée serait donc de pouvoir proposer des offres de service et de produit facilitant les promenades, le divertissement (bar associatif, jeux d'eau, péniche café culture) ainsi que des commerces de proximité favorisant les rencontres et la découverte du patrimoine local (un marché sur les quais, un marché dans des halles).

VOICI QUELQUES EXEMPLES
En voir plus dans le dossier
synthèse :

http://annexes.etrangeordinaire.fr/Projet_eureka-arles/Livrables/restitution_carte.pdf



“Il faudrait plus de choses autour du Rhône. Il est agréable de se promener sur le bord des quais.”

“Je pense qu’il manque des choses pour la jeunesse. Ici, il y a le skatepark mais il est trop petit, c’est dommage. Avant on aimait bien y aller.”

“Il faudrait un lieu pour que les groupes locaux puissent se produire et répéter”

“Ici on pourrait imaginer un moyen pour traverser le Rhône, via un système de bac. ”

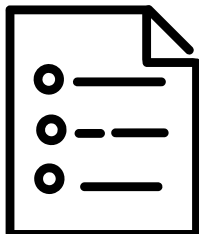


CCI PAYS D'ARLES



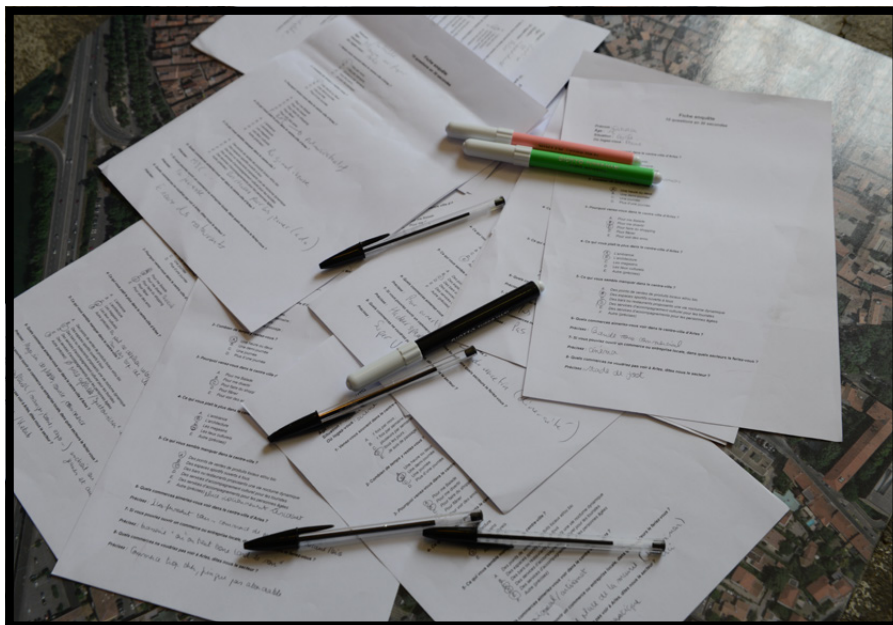
DÉPARTEMENT
**BOUCHES
DU RHÔNE**

RÉSULTATS DES OUTILS



QUELQUES DONNÉES :

NOMBRE DE PARTICIPANTS :
19 personnes



LE QUESTIONNAIRE 30 SECONDES CHRONO

Cet outil nous a permis de questionner les passants sur leurs usages du centre, et sur les changements et les évolutions possibles pour les offres de service et de produit qu'ils aimeraient voir dans le centre-ville d'Arles. Les idées récurrentes qui nous sont alors apparues ont gravité autour des questions concernant le transport et la difficulté d'accès au centre-ville, des questions relatives au loisir et au divertissement, à savoir dynamiser le centre-ville en proposant des activités variées tout au long de l'année (bars, cafés culturels, boîtes de nuits, concerts, activités pour la jeunesse...). Des questionnements ont aussi émergé sur la problématique des commerces de proximités qui s'éteignent en dehors de la période estivale. Il est apparu une réelle volonté de pouvoir trouver des commerces d'alimentation locale et responsable.

VOICI QUELQUES EXEMPLES

En voir plus dans le dossier
synthèse :

http://annexes.etrangeordinaire.fr/Projet_eureka-arles/Livrables/restitution_enquete.pdf



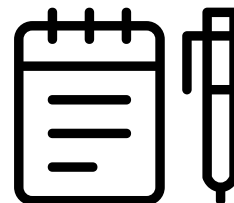
**QUELS COMMERCE AIMERIEZ-VOUS VOIR DANS LE CENTRE ?
DES GRANDES ENSEIGNES.**

**POURQUOI VENEZ-VOUS DANS LE CENTRE ?
POUR VOIR DES AMIS ET FAIRE DU SHOPPING.**

**SI VOUS POUVIEZ OUVRIR UNE ENTREPRISE LOCALE, DANS QUEL SECTEUR LE FERIEZ VOUS ?
UN HACKER SPACE, (c'est un tiers-lieu où des gens avec un intérêt commun, souvent autour de l'informatique, de la technologie, des sciences, des arts, peuvent se rencontrer et collaborer.)**

**CE QUI VOUS SEMBLE MANQUER DANS LE CENTRE ?
DES BARS QUI FERMENT VERS 1H DU MATIN.**

RÉSULTATS DES OUTILS



QUELQUES DONNÉES :

NOMBRE DE PARTICIPANTS :

13 personnes

VOIR LE DOSSIER DE SYNTHÈSE

http://annexes.etrangeordinaire.fr/Projet_eureka-arles/Livrables/restitution_carnets.pdf



LES CARNETS THÉMATIQUES

Le hasard a fait que seulement 5 axes sur 8 (les usagers du centre, les péri-citadins, la jeunesse, les seniors, les éco-responsables, les amateurs du patrimoine local, les touristes internationaux, et les touristes de demain) ont été choisis par les usagers. Nous pourrions dire que les principaux thèmes abordés ont été le transport, le loisir et le divertissement, la consommation et le social.

- **La jeunesse** : les idées exprimées par les passants et relatives à cette cible, concernent la création des lieux favorables au divertissement, au jeu et à la convivialité. Il y aurait aussi un potentiel besoin en terme d'aménagements sportifs urbains.
- **Les seniors** : ce qui est ressorti pour cette cible concerne des offres visant à faciliter l'usage du centre-ville en proposant notamment des offres d'accompagnement et de confort par rapport à la mobilité, à l'alimentation et au divertissement. Il y a eu notamment l'idée de mettre en place des rencontres jeunesse et seniors.
- **Les usagers du centre** : les idées récurrentes pour cette cible sont la volonté d'avoir des offres de service et de produit orientées vers la nature, des activités dans les espaces verts environnant ainsi que des espaces de restauration type café culturel.
- **Les péri-citadins** : l'idée récurrente pour cette cible est la volonté de lui faciliter l'accès au centre-ville, qu'il s'agisse d'actions au niveau des parkings ou au niveau des transports.
- **Les éco-responsables** : ce qui en est ressorti tourne autour des questions du partage (accorderie, mutualisation d'outils, atelier de réparation, trocs et échanges, supermarché participatif) et des offres de consommation de produits locaux et bio.

CONCLUSION

LES POINTS IMPORTANTS DE CE TEMPS D'IMMERSION



Pour conclure, nous pourrions dire que cette première immersion nous a permis d'établir un premier diagnostic exposant les attentes et les besoins des usagers du centre-ville d'Arles. En effet, les différents outils ont mis en lumière plusieurs problématiques auxquelles de nouvelles offres de service ou de produit pourraient répondre : le transport, l'alimentation et la restauration, les loisirs et le divertissement, la consommation et l'achat. Par ailleurs, nous avons pu voir que les questionnements soulevés concernaient la totalité des 8 cibles que nous avons établies au départ.

LES POINTS IMPORTANTS :

- LES UTILISATEURS DU CENTRE Y VIENNENT POUR SE DIVERTIR ET VOIR DES AMIS.
- BEAUCOUP D'UTILISATEURS DU CENTRE ET QUI HABITENT EN PÉRIPHÉRIE, NE RESTENT PAS LONGTEMPS DANS LE CENTRE CAR ILS N'Y ENTREVOIENT PAS FORCÉMENT DE RAISON D'Y RESTER.
- UN BESOIN EST PRÉSENT EN TERME DE LIEUX POUR LE DIVERTISSEMENT (bar, guinguette, salle de jeux, bowling, etc.).
- UN BESOIN EN TERME DE CONSOMMATION DE PRODUIT LOCAL ET BIO SEMBLE ÊTRE PRÉSENT.
- LES LIEUX ALTERNATIFS DU TYPE FAB-LAB, GARAGE COLLABORATIF OU ESPACE DE CO-WORKING ONT AUSSI SUSCITÉ UN CERTAIN ENTHOUSIASME.
- LA NATURE GRAVITANT AUTOUR D'ARLES POURRAIT ÊTRE UN TERRAIN À EXPLOITER EN VUE DE PROPOSER DE NOUVELLES OFFRES TOURISTIQUES.
- DES OFFRES DE TRANSPORT PERMETTANT DE RELIER LE CENTRE ET LA PÉRIPHÉRIE ET DE SE DÉPLACER EN VILLE .

OUVERTURE

LES PARALLÈLES POSSIBLES AVEC CE QUI EXISTE AILLEURS



LA DAME DE CANTON

En 1995, elle s'amarre au cœur de Paris pour s'ouvrir au public en tant que lieu multiculturel (concerts, restaurant, bars...).

<https://www.damedecanton.com>

ESCAPE GAME

Un savant mélange d'objets à trouver, et d'énigmes à résoudre.

<https://www.wescape.fr/sud-est/escape-game-montpellier>



LA RUCHE QUI DIT OUI!

Son principe est de mettre en relation des petits producteurs locaux avec des consommateurs.

<https://laruchequiditoui.fr>



VÉLOVÉGÉ

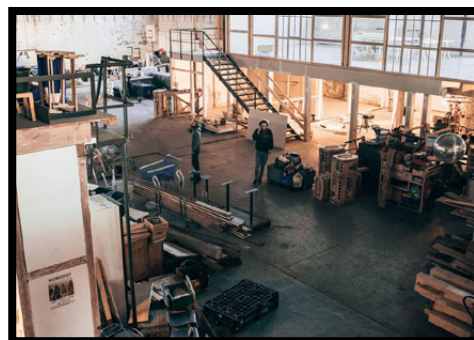
Vélo Végé est un concept de vente ambulante sur triporteur ou food-bike 100 % végétal.

<http://velovege.fr>

KAOS

C'est un atelier partagé.

<http://kaosberlin.de>





Un projet animé et exécuté par

étrangeOrdinaire

etrangeordinaire.fr



EUREKA ARLES