

Atelier participatif n°3

COMMERCES

Compte-rendu du 08 avril 2019



MAUGUIO
CARNON

Ville de caractères

Atelier n°3

COMMERCES

Rappel du contexte & des objectifs de la concertation

Dans le cadre de la mise en œuvre du projet de requalification de Carnon, la Ville de Mauguio Carnon a décidé de mener une concertation :

- participative : à travers des ateliers thématiques de participation des habitants;
- informative : à travers des réunions publiques, des expositions, et publications.

Les temps forts de concertation participative ont eu lieu durant des processus de construction du diagnostic et du projet, pour l'enrichir, alors que les temps forts de concertation informative a plutôt lieu en fin de processus de construction du diagnostic et du projet, pour en communiquer les résultats.

La concertation mise en place porte sur le projet de requalification de Carnon : l'échelle est donc celle du territoire caronnais.

Les objectifs poursuivis par cette concertation sont les suivants :

- informer les usagers du projet porté par la collectivité, ses enjeux, son programme, son organisation;
- renforcer l'acceptabilité du projet et emporter l'adhésion des citoyens;
- enrichir les diagnostics et le projet par la prise en compte de l'expertise d'usage des habitants;
- nourrir le travail de l'équipe de maîtrise d'œuvre qui sera retenue en début d'année 2019.

Compte tenu des problématiques posées par le territoire canonnais et le projet de requalification, les thèmes suivants ont été retenus pour mener la démarche participative à travers des ateliers thématiques :

- déplacements et stationnements;
- usages des espaces publics et paysagers;
- commerces.

Rappel de la méthode d'animation

La méthode d'animation était celle du word café, animé par le bureau d'études TEMAH dans le cadre de l'étude de redynamisation du tissu commercial qui lui a été confiée, avec l'appui de L'Or Aménagement.

20 personnes (19 commerçants, ainsi qu'une représentante de la CCI de l'Hérault), ont participé à la réunion de travail du 8 avril 2019, destinée à recueillir leurs avis sur la revitalisation commerciale de Carnon. Cette réunion d'échanges s'inscrit dans le cadre du projet Mauguio-Carnon 2030.

La réunion a débuté par la présentation de la démarche engagée par la commune de Mauguio-Carnon pour établir le schéma directeur de la station balnéaire. Le contexte urbain de Carnon ainsi que les points forts et les points faibles de la station ont également été présentés, ainsi que les objectifs de la mission confiée au bureau d'études TEMAH sur la redynamisation du tissu commercial.

Il s'agira de réfléchir avec les commerçants sur les possibilités d'amélioration de l'offre commerciale puis de produire une charte de réglementation des espaces soumis à une autorisation d'occupation temporaire (AOT) du domaine public, ayant pour vocation de rendre les espaces commerciaux plus lisibles et plus qualitatifs.

La réunion a comporté 3 temps d'échanges :

- Un 1^{er} temps d'échanges (séquence brise-glace) a permis de recueillir leur vision, en spontané, sur les points forts et faibles de la station
- Dans un 2nd temps, un atelier conduit sous la forme d'un World Café a permis aux participants de s'exprimer en petits groupes sur 3 thèmes : les lieux à aménager, les améliorations à apporter à l'offre commerciale, les animations à mettre en place
- Dans un 3^{ème} temps, les commerçants à nouveau réunis en plénière ont priorisé les actions issues des deux phases de travail précédentes.

Atelier n°3

COMMERCES

SYNTHESE de l'atelier participatif

PRESENTATION DU CONTEXTE

de la réunion par L'Or Aménagement



Informez-vous régulièrement
sur l'évolution du dossier sur :

www.mauguio-carnon.com.

Écrivez-nous sur :

mauguio-carnon2030@mauguio-carnon.com

SEQUENCE INTRODUCTIVE

*sur le ressenti des commerçants
à propos de la station*

▣ Mobilités & déplacements

▣ Animations

▣ Composition de la
centralité commerciale

▣ Clientèle de la station

ATELIERS

en sous-groupes : 3 thèmes

▣ Lieux à mettre en valeur

▣ Améliorer l'offre commerciale

▣ Actions que la ville et les
commerçants pourraient
mettre en oeuvre

▣ Actions prioritaires

CONCLUSION

La station idéale?



Atelier n°3 - Commerces

Séquence introductive

sur le ressenti des commerçants à propos de la station



MAUGUIO CARNON
2030

PR-JET
DE VILLE

Atelier n°3

COMMERCES

SÉQUENCE INTRODUCTIVE sur le ressenti des commerçants à propos de la station

IMAGE DE LA STATION :

L'élément le plus saillant, cité en premier, est basé sur le déficit d'image de la station, lui-même nourri par un défaut de modernité et de qualité : difficultés d'accès, défaut de mise en valeur des atouts de la station, manque d'entretien,... entretiennent une image de « parent pauvre », notamment à l'égard de la commune de Mauguio.

La comparaison avec La Grande Motte, qui a entrepris un ambitieux programme de rénovation, est particulièrement en défaveur de Carnon, surtout pour attirer la clientèle montpelliéraine.

La proximité avec la métropole montpelliéraine constitue l'atout historique de la station, mais c'est presque une motivation de venue par défaut « ils ne viennent pas parce que c'est beau ou attrayant ».

La description d'une clientèle « familiale » est assez vague et demandera à être précisée, notamment en termes d'âge et de composition des familles. Dans cette première approche de la station, la population habitant à l'année n'est pas citée.

Le port piéton, tranquille, propice à une balade de proximité constitue un atout à valoriser.

Le manque de mise en valeur du port « on ne voit rien » est perçu comme un frein à la valorisation des commerces, et particulièrement des restaurants. Ces derniers, dont l'offre n'est pas spécifique, ont besoin que les aménagements drainent des flux piétons. Le manque de visibilité du cœur de la station, couplé aux difficultés de circulation, engendre des demandes de signalétique très voyante pour compenser.

Dans cette première prise de parole, la plage, l'environnement naturel, sont cités de manière très générale « le soleil, la mer, les plages », comme étant de même nature que dans les autres stations proches.

Atelier n°3

COMMERCES

SÉQUENCE INTRODUCTIVE sur le ressenti des commerçants à propos de la station

MOBILITES & DEPLACEMENTS

L'accès à la station

La mobilité a été abordée sous l'angle de l'accès en voiture, très problématique en termes de stationnement, alors que les grandes infrastructures de transport proches sont performantes (gare TGV, aéroport, tram, etc.).

Les annulations relatées par le restaurant « Le J » hors saison, sont le reflet des habitudes d'une clientèle de proximité recherchant un stationnement au plus près de la destination. C'est à la fois la conséquence de comportements d'habitues (toujours plus difficiles à faire évoluer que celles des primo-visiteurs) et du manque de solutions alternatives.

Difficile d'accès en voiture, les commerçants perçoivent aussi les difficultés de desserte par les transports en commun. Autant une desserte régulière reliant Carnon à la métropole montpelliéraine peut les effrayer, autant un système de desserte interne de la station par une navette peut être une solution aux difficultés perçues.

La circulation dans la station

Le manque de lisibilité et de qualité des cheminements piétons est clairement un frein à une évolution des pratiques en termes de mobilité « ils traversent les poubelles pour aller à la plage ».

Les cheminements piétons empruntent des passages qui se situent dans des collectivités. L'éclairage, l'entretien, la sécurité,... sont parfois insuffisants mais c'est l'image globale de la station qui en pâtit.

Les commerçants sont conscients de la nécessité de développer les cheminements piétons, car les modes de déplacement sont appelés à évoluer « il faut arrêter de penser qu'au XXème siècle, on va continuer à construire des parkings pour des voitures qui polluent... ».

Le développement des mobilités douces fait partie des éléments de modernité dont la station a besoin pour accueillir les visiteurs et renforcer la qualité de vie des habitants.

A cet égard, la liaison entre Carnon Ouest et Est par le bac constitue un élément de desserte, mais aussi une animation appréciée « les gens l'aiment ». C'est une façon agréable de se déplacer.

Atelier n°3

COMMERCES

SÉQUENCE INTRODUCTIVE sur le ressenti des commerçants à propos de la station

LES ANIMATIONS

Les animations constituent une attente forte des commerçants, car ils en ont besoin pour créer des flux vers la centralité commerciale du port, de la place Cassan et du haut de l'avenue Grassion-Cibrand.

Les animations qui « faisaient venir du monde », comme l'apéro concert ou les puces marines se tenaient au plus près du port. Elles étaient co-organisées par l'association des commerçants, la CCI et la Mairie. Les retombées des animations actuelles, comme les Puces qui se tiennent à l'entrée de la ville, sont moindres pour les commerçants.

Pouvoir organiser des animations qualitatives dans l'espace central (Port / place Cassan) constitue une attente forte des commerçants et devrait constituer une composante essentielle dans la stratégie de revitalisation de la station.

Pour co-construire un programme d'animations, il faut que l'association des commerçants soit force de propositions (ce qui n'est pas le cas aujourd'hui, en partie en raison de dissensions internes), mais aussi que les attendus de la collectivité en matière de qualité des animations, d'image de la station, de respect des habitants, soient clairement établis.

LA COMPOSITION DE LA CENTRALITE COMMERCIALE

Les commerces sont concentrés autour du port et du haut de l'avenue Grassion-Cibrand, mais ces 2 espaces sont discontinus et peu animés car le nombre de commerces est faible, particulièrement hors saison.

L'organisation du marché entre le port et la place Cassan pourrait apporter une solution à ce manque de densité et de flux piétons, en valorisant les espaces les plus intéressants : Port / quai des pêcheurs / place Cassan / Haut de l'avenue Grassion-Cibrand.

Les commerçants ont conscience de l'étroitesse du circuit marchand et de la faible diversité des commerces, notamment en non alimentaire. La présence de la salle des Cistes dans la continuité du port interroge, dans un espace perçu comme commercial avant tout.

LA CLIENTELE DE LA STATION

Les préoccupations de commerçants vont d'abord vers une clientèle familiale d'excursionnistes venant de l'agglomération de Montpellier, particulièrement pendant l'intersaison.

Les manques relevés portent sur les installations (ex : aire de jeux pour les enfants), le nombre de commerces ouverts (faible en hiver), la qualité de l'aménagement qui garantit le plaisir et le confort de la balade dominicale « il a besoin de quelque chose qui le valorise ».

Les résidents de la station, vieillissants et réfractaires aux animations, constituent une clientèle en partie captive, potentiellement opposée à toutes les évolutions qui les obligeront à modifier leurs habitudes.

Les touristes constituent une clientèle difficilement fidélisable, puisqu'ils ne sont présents que sur de courtes périodes « c'est du one shot ». Pendant la période estivale, la recherche d'une ambiance festive et familiale guide les touristes.

C'est donc l'enjeu de la « désaisonnalisation » de leur activité qui oblige les commerçants à faire évoluer le plus leurs pratiques et c'est à l'échelle du bassin montpellierain qu'il faut raisonner pour faire évoluer l'offre et l'aménagement.

Atelier n°3

COMMERCES

ATELIERS
en sous-groupes : 3 thèmes

LES LIEUX A METTRE EN VALEUR

L'entrée Est de Carnon

L'entrée de la station cristallise plusieurs attentes importantes pour clarifier le fonctionnement de la station et faciliter l'arrivée des visiteurs.

- Réaménager le Carrefour, sous forme de rond-point avec aménagement paysagé (plantations, point d'eau), y implanter des panneaux avec photos du port et panneaux lumineux indiquant les animations du moment.
- Construire un parking sur l'ancienne déchèterie pour améliorer l'offre en stationnement de la station.
- Construire un parking sur l'emprise du Luna park s'il y a possibilité de relocaliser le parc d'attraction sur la commune.
- Prévoir un « terminal bus » à proximité des parkings

Le Port

Les préoccupations à l'égard du port concernent son entretien (« remettre les quais en état »), l'amélioration des accès piétons, car l'accès par les porches situés sous les immeubles n'en donnent pas une bonne image (« je suis affligé en voyant le panneau vieux de 20 ans, les poubelles...») et l'amélioration des terrasses, dégradées par la présence des pins (trop d'ombre, résine dégradant le mobilier, les canalisations et évacuations d'eau, vélums).

L'avenue Grassion-Cibrand & la place Cassan

Les requalifier pour favoriser l'accès aux plages (routier et piéton) et maintenir la polarité commerciale. « (...) sur Grassion Cibrand, c'est une hécatombe, c'est volets fermés, sur volets fermés, sur volets fermés ». Le haut de l'avenue concentre les commerces et les avis se partagent entre des aménagements permettant aux piétons de circuler plus facilement entre le port et la plage et des aménagements permettant de maintenir un accès automobile.

La place Cassan permet de faire le lien entre la plage, l'avenue Grassion-Cibrand et le quai des pêcheurs. Peu valorisée, elle pourrait devenir un point attractif.

LES LIEUX A METTRE EN VALEUR

L'entrée Ouest de Carnon

Carnon Ouest est perçu comme très isolé. Le maintien du bac permettant la traversée, en saison, mais aussi tout au long de l'année constitue une liaison très importante pour la qualité de vie des habitants et des touristes. L'installation d'un panneau lumineux d'information, au rond-point d'entrée, sur la route de Pérols, permettrait de présenter les festivités organisées dans la station.

Le Triangle de l'Avranche

Y prévoit-on quelque chose ?

Atelier n°3

COMMERCES

ATELIERS
en sous-groupes : 3 thèmes

AMELIORER L'OFFRE COMMERCIALE

Sur le Port

Deux points ressortent de la perception des commerçants pour améliorer l'offre commerciale sur le port : amener une plus grande diversité dans le type d'activités commerciales « plus d'activités shopping que des restos » pour « donner aux gens l'envie de se balader ». L'espace des Cistes apparaît comme une opportunité d'implantation de nouveaux commerces pour créer une continuité commerciale attractive « Etirer le flux vers la salle des Cistes et la passerelle ».

Concernant la restauration « tout est à revoir : les vélums, les entrées... » « Diversifier l'offre car tous les commerçants du port servent la même chose ». La perception d'une restauration très « uniforme », sans spécificité domine (« il manque une belle table »). Les problèmes de structure (petite taille des cuisines et manque d'équipements comme des extracteurs de fumées) ont été évoqués comme limitant la qualité de l'offre de restauration.

Changer la façon dont on accède au port, en guidant les visiteurs pour qu'ils arrivent par les quais (et l'accès des plaisanciers) plutôt que par les porches (qui ne donnent pas une bonne image) a également été évoqué (« mais il faut voir comment se ferait l'accès des plaisanciers. Ils ont un autre accès par l'arrière. »)

Faire du marché un lien entre tous les espaces attractifs

Le marché est un atout important pour l'animation de la station, mais sa localisation actuelle ne génère pas de retombées (ou peu) sur les commerces du port. Revoir la localisation du marché : « sur le Port », « Sur le quai des Pêcheurs », « sur la Place Cassan » et envisager des thématiques en fonction du lieu pour créer du lien entre les endroits attractifs constituent une piste à explorer. L'impact sur le stationnement (« faire le marché sur les quais, c'est supprimer 25 places ») est également à prendre en compte, mais les enjeux perçus sont très forts.

La délocalisation du marché aurait également l'intérêt de libérer les 150 places de stationnement indisponibles pendant son déroulement.

Atelier n°3

COMMERCES

ATELIERS
en sous-groupes : 3 thèmes

ACTIONS QUE LA VILLE & LES COMMERÇANTS POURRAIENT METTRE EN ŒUVRE

Le sentiment de n'être qu'une partie de la commune et de ne pas bénéficier d'investissements suffisants est ressenti par de nombreux commerçants.

« Carnon c'est plutôt Mauguio-Carnon, que Carnon »,

« Carnon c'est le parent pauvre de Mauguio, à tous les niveaux, il y a tout à améliorer ».

Actions de la ville

Les attentes à l'égard de l'action de la commune sont nombreuses.

Office du Tourisme

- Revoir sa localisation trop excentrée du port.
- Y mettre des informations numériques sur les commerçants à disposition des visiteurs

Plages

- Permettre des terrasses plus étendues côté plage
- Aménager des toilettes publiques
- Aménager des consignes sur les plages
- Avoir des plages privées

Aménagement de l'espace public

« Les touristes ont besoin de quelque chose qui les valorise : à la Grande Motte, c'est beau, c'est propre, il y a des pavés avec du stationnement défini, on accède à la mer en voiture et on se gare facilement ».

Mobilités & Déplacements

« Nécessité de travailler sur un cheminement permettant de rallier chaque point de la station et des transports en communs » « Organiser l'accueil des visiteurs et la façon dont on les amène à circuler » ; Relier Carnon Ouest et Carnon Est : Conserver le BAC « les gens l'aiment », créer une navette Est-Ouest .

Stationnement & Circulation

« Les gens viennent, sortent de la double voie, tentent de se garer et repartent chez eux »
« Les gens nous disent : Nous on vient mais c'est une galère parce que ce n'est pas pratique »
« 20% des réservations annulées le WE car les gens ne trouvent pas de place pour se garer ».

Atelier n°3

COMMERCE

ATELIERS
en sous-groupes : 3 thèmes

ACTIONS QUE LA VILLE & LES COMMERÇANTS POURRAIENT METTRE EN ŒUVRE

Animations

« Pas d'animation en hiver et quand il y en a ça n'est pas au bon endroit » (ou le lien se fait difficilement : par exemple les puces ne génèrent que peu de retombées pour les commerçants car il n'y a pas de lien entre leur localisation, le port et la plage.)
« Les animations s'arrêtent trop tôt en soirée en saison, les gens sortent après le dîner à 22h et c'est presque terminé » ; « Il ne se passe pas grand-chose chez nous notamment l'hiver ».

Propreté & Sécurité

- Sur l'accès au port via le Saint Marc : «C'est l'accès principal au port mais lorsque je passe sous le porche, je suis atterré» «pas du tout entretenu... poubelle au milieu» « Pourquoi ? Est-ce un problème de copropriété ?»
- Sur les accès à la plage via les impasses privées «Ici le touriste il traverse les poubelles pour accéder à la mer»
- Problèmes liés à l'éclairage, la propreté, aux jeunes «en tant que commerçante je ne suis jamais rassurée» «C'est un coupe gorge» «Habitants et touristes trouvent la commune de moins en moins sûre».

Actions des commerçants

La mise en place d'actions conjointes entre la commune et les commerçants nécessite une collaboration qui passe par une association des commerçants fortement impliquée, comme c'était le cas par le passé.

« (...) les commerçants étaient heureux car il y avait 80 personnes dans les réunions entre l'association de commerçants, la Mairie, l'Office du tourisme et la CCI (...) On faisait un programme. » : « Avec l'Office du tourisme, on organisait un apéritif concert le dimanche » (...) il y avait les peintres (...) les puces marines, le Carnaval. (...) Ça amenait du monde »

« Il y avait beaucoup d'actions commerciales, la mairie donnait des lots, l'OT apportait de l'animation, la CCI de la communication... »

Le renforcement du rôle de l'association des commerçants apparaît comme un préalable.

« Aux commerçants de proposer des idées » ; « il faut qu'on arrive à monter des actions ensemble »

Atelier n°3

COMMERCES

ATELIERS
en sous-groupes : 3 thèmes

ACTIONS QUE LA VILLE & LES COMMERÇANTS POURRAIENT METTRE EN ŒUVRE

Actions conjointes

- ✔ Prévoir des animations lors de la période des fêtes de Noël « comme c'est le cas à Mauguio »
- ✔ Organiser des événements plus marquants (type Election des Miss) et pas seulement en saison
- ✔ Communiquer pour faire connaître la station
- ✔ Encourager à l'obtention du label « Préférence commerce »
- ✔ Créer et afficher un plan indiquant les commerces par secteur

Actions prioritaires

A la suite des ateliers, les commerçants présents ont déterminé leurs priorités :

- ✔ Travailler sur l'accès Est de la station (aménagement, signalisation du port et des commerces)
- ✔ Prévoir du stationnement à l'entrée de Carnon et le relier au reste de la station par des cheminements piétons ou des navettes
- ✔ Mettre en place une brigade verte pour améliorer la propreté et la sécurité
- ✔ Relocaliser le marché pour qu'il anime le cœur de la station et fasse le lien entre le Port et la Place Cassan, en passant par le quai des pêcheurs.

Atelier n°3 - Commerces

Conclusion

La station idéale ?

■ EN CONCLUSION

Une station où l'on arrive et se gare facilement avec une signalétique amenant vers le cœur de la station, le port, les plages.

Pour y parvenir et remplir l'objectif de station 4 saisons, l'accent devra être mis sur la mise en valeur du port et des plages ainsi que l'organisation d'animations pérennes, ce qui passe par la réalisation d'un plan d'actions et une meilleure mise en valeur de l'identité de la station.





POUR TRANSMETTRE
vos idées, vos commentaires

Une adresse mail :
mauguio-carnon2030@mauguio-carnon.com

MAIRIE
SERVICE COMMUNICATION
communication@mauguio-carnon.com
04 67 29 05 10

