



# RÉUNION COPIL

RÉUNION-ACTION ORIENTÉE SUR CERTAINS POINTS SOULEVÉS DANS L'IMMERSION#1

cahier n° 2, 16/02/2017

# RÉSUMÉ

## CE QUE L'ON A FAIT LE 16 FÉVRIER À ARLES

Un atelier-réunion a eu lieu le 16 février 2017 à la CCI d'Arles afin de définir le champ d'action du futur projet Eureka Arles. L'idée était de présenter le projet et de soumettre à des usagers et à des acteurs locaux, les 8 pistes de réflexion concernant les potentielles catégories de clientèle. Cet atelier-action nous a permis d'établir une hiérarchisation des 8 cibles selon l'importance du travail à réaliser pour les amener à fréquenter le centre-ville. Nous avons pu lister et établir par axe, les atouts, les points négatifs et l'existant que le centre-ville d'Arles. Une fois ce travail effectué l'enjeu était de pouvoir trouver des idées pour pallier à ces manques. Nous avons aussi tenté de trouver des références de projets existants dans d'autres villes qui pourraient potentiellement être pertinents pour la ville d'Arles et ainsi apparaître comme solution aux manques relevés précédemment.



### QUELQUES DONNÉES :

#### TEMPS DE L'IMMERSION :

Durant l'après-midi du 16 février 2017  
(de 14h30 à 17h00)

#### NOMBRE DE PARTICIPANTS :

18 personnes

#### LES LIEUX D'IMMERSION :

À la CCI du pays d'Arles

- **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 géolocaliser, par axes, les atouts, les points négatifs, l'existant, et les idées proposées par les participants. Cela nous a permis de faire une cartographie non exhaustive pour chaque cible.
- **LES VIGNETTES À REMPLIR :** Ces vignettes (atouts, point négatifs, existant, j'ai déjà vu cela ailleurs, mon idée) nous ont permis de récolter les informations en relation avec les catégories de clientèle.
- **LES CARTES VEILLE :** Ces cartes proposant des offres de produit ou de service existantes dans d'autres villes, étaient un support de réflexion afin de permettre aux participants de voir ce qui pouvait se faire ailleurs et d'imaginer de nouvelles solutions intégrable à Arles.
- **LES IDÉES ISSUES DE LA PRÉCÉDENTE IMMERSION :** Ces petites vignettes sous forme de pion à déplacer ont été conçues suite à la première immersion, il s'agissait en effet, de réinjecter les idées des passants que nous avons rencontrés afin de tester la pertinence de ces dernières. Les participants pouvaient donc choisir de les placer ou non sur la carte sous couvert d'une justification.

# RÉSULTATS DES OUTILS

## LE CLASSEMENT DES AXES

Les outils nous ont permis d'obtenir un classement hiérarchique des cibles à travailler de façon privilégiée pour améliorer la fréquentation du centre ville, en fonctions du choix des participants présents. Nous retrouvons donc dans l'ordre de préférence :

-  **LES PÉRI-CITADINS**  
C'est-à-dire les habitants vivant en périphérie plus ou moins proche du centre ville d'Arles.
-  **LES TOURISTES**  
C'est-à-dire les potentiels voyageurs qui viendraient à Arles.
-  **LES JEUNES**  
c'est-à-dire les collégiens, les lycéens, les étudiants ou les jeunes actifs ou pas à Arles.
-  **LES HABITANTS DU CENTRE**  
C'est-à-dire les personnes vivant dans le centre et comptant y rester pour un certain temps (ex : familles installées dans le centre, jeunes couples, travailleurs).
-  **LES CONSOMMATEURS RESPONSABLES**  
C'est-à-dire tous services ou produits étant éthiques, écologiques et à vertu sociale.
-  **LES SENIORS**  
C'est-à-dire le 3ème âge.

## LES IDÉES D'OFFRE DE SERVICE ET DE PRODUIT

Les outils nous ont également permis de constater que les participants avaient naturellement catégorisé les besoins sous différentes thématiques :

- Transport et Mobilité
- Alimentation et restauration
- Loisirs et divertissements
- Consommation et achat
- Accueil et logement

# CONCLUSION

## LES POINTS IMPORTANTS DE CETTE RÉUNION-ACTION



### CE QU'IL FAUT RETENIR PAR RAPPORT AU CLASSEMENT DES AXES ET AUX IDÉES QUI ONT ÉMERGÉ :

- En première position, nous retrouvons donc les offres de service et de produit pour les péri-citadins. En effet, il paraissait important de pouvoir faire revenir dans le centre les personnes qui vivent en périphérie d'Arles, il faudrait pour cela penser des services qui leur permettraient d'accéder plus facilement au centre, ainsi que de développer des produits plus attractifs pour eux.
- En deuxième position nous trouvons des offres de service et de produit pour les touristes. En effet, le premier secteur d'activité d'Arles (tourisme-culture) et les évolutions de la ville notamment avec le projet LUMA vont dans ce sens. L'idée serait donc d'adapter la ville à une nouvelle forme de tourisme, en proposant des activités dynamiques, un accès rapide et simple au centre ainsi qu'un accompagnement culturel plus facile (Internet Haut Débit, des informations sur la ville en temps réel, etc.).
- En 3ème position ex aequo nous retrouvons Les offres de service et de produit pour la jeunesse et pour les usagers du centre ville. L'idée ici serait de proposer des activités plus attractives pour ces usagers (une vie nocturne, des commerces de proximités, des activités fluviales...).
- Le dernier axe travaillé est celui des offres de service et produits pour les consommateurs responsables. L'idée est de proposer des commerces locaux en circuit court plus responsables que ce soit en termes de transports ou d'alimentation.
- Les axes centrés sur des offres de service et de produit pour les seniors et pour les amateurs de patrimoine local n'ont pas été abordés, car jugés moins importants que les autres.

# OUVERTURE

LES PARALLÈLES POSSIBLES AVEC CE QUI EXISTE AILLEURS



## LE CINÉ BOAT

Un cinéma itinérant, sur un bateau,  
qui se déplace au fil de l'eau

<http://www.auxcinephilesdeleau.com/>

## LA NOUVELLE DOUANE

A Strasbourg, une supérette de produits locaux a ouvert  
ses portes en novembre 2014 : la Nouvelle Douane

<http://www.lanouvelledouane.com/>



## LA TÊTE DANS LES NUAGES

La Tête dans les Nuages est la plus grande salle de jeux  
d'Europe, au cœur de Paris.

<http://www.ltdn.com/fr/>



## BOUTIQUE DE CRÉATEURS

La Boutique de Créateurs se situe à Strasbourg, c'est  
un espace d'exposition et de vente, fonctionnant d'un  
commun accord avec les créateurs exposés.

<https://laboutiquedecreateurs.wordpress.com/>

# LES ACTEURS

---

Le projet Eureka Arles est un projet piloté par la Chambre de Commerce et d'Industrie du Pays d'Arles.



Le Conseil Départemental des Bouches du Rhône soutient financièrement ce projet.



Ce dernier est animé et exécuté par l'agence étrangeOrdinaire.





# EUREKA ARLES

