

Clémence FOREAU

Ecole Polytechnique Universitaire de Tours

Université François Rabelais

Tuteur : Denis MARTOUZET



# PROJET INDIVIDUEL

## LA RECONQUÊTE INDENTITAIRE

### LA REQUALIFICATION DU CENTRE VILLE DU MANS

2015-1016

### AVERTISSEMENT

Le PIND est un premier test qui permet à l'élève ingénieur de s'évaluer (et d'être évalué par les enseignants), de prendre conscience des connaissances acquises mais également de la marge de progression et des éléments qui lui restent à acquérir.

Le PIND est un espace de liberté (le seul dans la formation) qui mesure la motivation de l'élève ingénieur pour l'aménagement.

Le PIND est un exercice qui doit permettre de problématiser un sujet en s'appuyant sur des recherches bibliographiques, d'élaborer un diagnostic orienté et d'émettre des propositions.

### REMERCIEMENTS

Avant tout de chose, je tiens à remercier les personnes qui se sont impliquées, de près ou de loin, dans la réalisation de mon projet individuel, par leur aide mais aussi par leur soutien.

Je remercie tout d'abord mon encadrant de projet, M. MARTOUZET, qui m'a guidée tout au long du déroulement de l'exercice. Il a su me confier une part d'autonomie, tout en étant présent et répondant à mes interrogations. Ce fonctionnement m'a permis d'apprendre à chercher, et si possible trouver, les solutions à mes problèmes par moi même, et je lui en suis reconnaissante.

Je souhaite également remercier le personnel des différents services urbanisme de la ville du Mans, pour leur écoute et le temps qu'il m'a accordé aussi bien en amont de mon projet, que pendant son déroulement.

Je tiens aussi à remercier les intervenants de l'office du tourisme pour l'organisation de visites guidées, qui ont su me faire découvrir l'histoire d'un quartier que je pensais connaître.

Je suis de plus reconnaissante envers le personnel du CAUE, qui a mis ses documents à ma disposition et m'a suivi tout au long de mes recherches.

Je voudrais également dire merci à mes proches, famille et amis, pour leur présence et pour leur aide, notamment dans la réalisation d'entretiens auprès et de la population et pour avoir répondu à mes interrogations sur le terrain quand je ne pouvais m'y rendre.

Merci,

## TABLE DES MATIERES

### Table des matières

AVERTISSEMENT.....	2
REMERCIEMENTS.....	3
TABLE DES MATIERES .....	4
TABLE DES FIGURES.....	5
GLOSSAIRE.....	6
INTRODUCTION .....	7
<u>PARTIE A</u> : D’hier à aujourd’hui, le centre-ville du Mans .....	11
I. Un espace accessible... ..	12
II. Un espace ancré dans une ambiance urbaine spécifique .....	17
III. Un espace guidé par des normes .....	25
IV. Un espace véhicule d’une image.....	29
<u>PARTIE B</u> : Les enjeux pour le centre-ville de demain .....	33
I. Un dynamisme commercial en chute continue .....	34
II. Les centres villes possèdent toujours un pouvoir attractif.....	37
III. Le cœur de ville manceau : des atouts à valoriser .....	38
IV. Enjeux et pistes de recherche .....	40
<u>PARTIE C</u> : Demain, le centre ville du Mans ? Cœur de ville, cœur de vie.....	45
I. Politique globale pour le centre ville.....	46
II. La rue des Minimés.....	52
III. Escalier et rue du pont neuf.....	54
IV. Place de la sirène .....	55
V. Places de la République et Jacobins .....	56
VI. Place d’Alger .....	57
CONCLUSION.....	59
Bibliographie.....	60
Annexe 1 .....	61
Annexe 2 .....	62
Annexe 3 .....	63
Annexe 4 .....	64
Annexe 5 .....	65
Annexe 6 .....	66

## TABLE DES FIGURES

Figure 1 : périmètres de la zone d'étude (source : personnelle) .....	9
Figure 2 : Boucles de circulation et trafic automobile .....	13
Figure 3 : Réseau de transport en commun du Mans .....	15
Figure 5 : Equipements et services du centre-ville .....	19
Figure 6 : Ancienneté des entreprises en 2014 (source : personnelle à partir de la CCI) .....	20
Figure 7 : schéma d'une mancelle .....	22
Figure 8 : Tableau représentant les profils des logements dans la ville (source : Nicolas LEROY) .....	23
Figure 9 : Tableau représentant les profils des résidants (Source : LEROY Nicolas, étudiant en Master IUD) .....	23
Figure 10 : Extrait plaquette d'informations concernant la zone piétonne (source : municipalité) .....	26
Figure 11 : Composantes de la Place de la Sirène (source : personnelle) .....	28
Figure 12 : Photographies des Rue Bolton / Rue de la Perle (source : personnelle) .....	30
Figure 13 : La place de la république pendant la parade des 24h / pendant une journée ordinaire.....	30
Figure 14 : différents enrobés, rue des Minimés .....	31
Figure 15 : Analyse des composantes des rues (source : personnelle) .....	32
Figure 16 : Graphique représentant le nombre de locaux commerciaux par secteurs d'activité (source : ESO) .....	34
Figure 17 : Principe de rétractation des rues commerçantes du centre ville (Source : ESO Le Mans) .....	35
Figure 18 : Photographie du projet de zone commerciale à Bener .....	38
Figure 19 : exemples d'installations ludiques sur l'espace public .....	43
Figure 20 : proposition d'emplacement des panneaux informatifs .....	47
Figure 21 : exemple d'enseignes accordées au plan de commerces à l'échelle de la ville, ici Nyon, Suisse .....	48
Figure 22 : exemple d'enseignes accordées au plan de commerces .....	49
Figure 23 : photographie de la HAUREAU (source : personnelle) .....	49
Figure 24 : Photographie du Parking-Day .....	51
Figure 25 : Photographie de la cour d'honneur du Palais royal à Paris .....	53
Figure 26 : proposition de recouvrement de l'escalier .....	55
Figure 27 : Photographie de la place de l'hôtel de ville à Poitiers .....	57
Figure 28 : Approximation des temps de marche depuis la place de la Mission .....	58
Figure 29 : Les IRIS du centre-ville selon l'INSEE.....	64

### GLOSSAIRE

**Réhabilitation** : action de faire recouvrer l'estime ou la considération. Elle consiste à transformer un espace en conservant ses caractéristiques majeures mais en l'adaptant aux aspirations contemporaines. (Choay, 1996)

**Espace public** : partie non bâtie, affectée à des usages publics (Merlin Choay 1988) ayant la capacité à constituer le cadre spatial de l'échange et la confrontation sociale (Delbaere )

**Centre ville** : partie fondamentale de l'organisation urbaine. C'est un espace multifonctionnel où se concentrent les principales activités de la ville. (Choay 1996)

**Identité urbaine** : le processus d'agencement et de structuration de l'ensemble des représentations que les groupes sociaux internes et externes d'une ville se font d'elle, de son passé, de son présent et de son avenir, et ceci à un moment donné (Galland, 1993).

**Valorisation** : mettre en valeur, présenter de façon plus avantageuse, accorder une importance plus grande à quelque chose. (Dictionnaire Philos)

**Usager** : personne qui a recours à un service, en particulier à un service public, ou qui emprunte le domaine public. (Dictionnaire Larousse)

**Ludification** : transfert des mécanismes du jeu dans d'autres domaines (ici la pratique de la ville). (Wikipédia), capacité des villes à augmenter les déplacements en mode doux grâce à un recadrage ludique, éphémère ou permanent, des espaces à traverser (Lavadinho Winkin)

**Singularité** : caractère de ce qui est unique, de ce qui se distingue. (Dictionnaire Petit Robert)

**Ambiance** : atmosphère matérielle et morale qui environne un espace (Dictionnaire Robert) , réaction d'ensemble d'une assemblée (Dictionnaire Larousse)

# INTRODUCTION

Notion urbanistique, la centralité ne dispose pas actuellement de définition universelle. Les multiples versions se complètent, s'adaptent plus ou moins aux différences d'échelles, et évoluent avec le temps. En effet si nous remontons en 1933, Walter Christaller, géographe allemand, dans la théorie des lieux centraux, proposait de la définir comme "la propriété conférée à une ville d'offrir des biens et des services à une population extérieure". Manuel Castells a complété cette vision dans les années 1970, en affirmant que "la centralité est la combinaison à un moment donné d'activités économiques, de fonctions politiques et administratives, de pratiques sociales, de représentations collectives, qui concourent au contrôle et à la régulation de l'ensemble de la structure de la ville". Cependant, avec l'expérience, l'accessibilité de la zone apparaît comme une condition majeure. Françoise Choay, historienne des théories et des formes urbaines et architecturales, partage cette idée, elle précise la définition en signalant qu' "elle (la centralité) dépend du pouvoir d'attraction ou de diffusion de cet élément qui repose à la fois sur l'efficacité du pôle central et sur son accessibilité. L'élément peut être un centre urbain, un équipement polarisant plus spécialisé (centre commercial, culturel, financier, administratif, etc.)." De plus, l'aspect esthétique du lieu est également à prendre en compte pour certains. Par exemple, J-C Gallety pense que la centralité doit s'appuyer sur la qualité de l'architecture, du paysage et de l'espace public dans un objectif de plaisir visuel et de bien être. Dans ce rapport de projet, nous admettrons que la centralité est :

- un espace connecté à l'ensemble de la ville mais qui possède un caractère de commande vis à vis de celui-ci.
- un espace rassemblant des fonctions centrales économiques, politiques et sociales.
- un espace dont l'agencement doit être harmonieux et plaisant.

Aujourd'hui, les centralités historiques, appelées centres-villes, doivent faire face à l'émergence et la multiplication de centralités en périphérie, la centralité devient donc relative. Les centres-villes sont la plupart du temps des lieux où se trouvent des vecteurs identitaires importants de la ville tels que des édifices culturels et religieux, ou encore un patrimoine architectural riche. Chargés d'Histoire, ces lieux sont des symboles et véhiculent la mémoire collective. A la différence des espaces périphériques, ils présentent une importance particulière pour les usagers qui y sont historiquement attachés. Cependant, cette concurrence se traduit par une baisse d'attractivité et de fréquentation des centres-villes, et celui de la ville du Mans n'échappe pas à cette tendance.

Le Mans occupe la position stratégique de carrefour ferroviaire et routier entre Paris, la capitale, et le quart Nord-Ouest de la France. Seizième espace urbain du pays, la ville est donc un territoire à enjeux. (à développer ?) Pour notre étude nous nous concentrerons sur l'espace du centre-ville du Mans, qui sera toutefois mis en comparaison avec des territoires au profil proche. Cependant, répondre à la question "*Quelles délimitations pour le centre-ville?*" n'est pas aisé et immédiat. En effet, selon les sources et le profil des personnes les périmètres varient; allant de l'espace piéton uniquement à celui défini par l'INSEE qui regroupe 8 IRIS<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Brique de base en matière de diffusion de données infra-communales

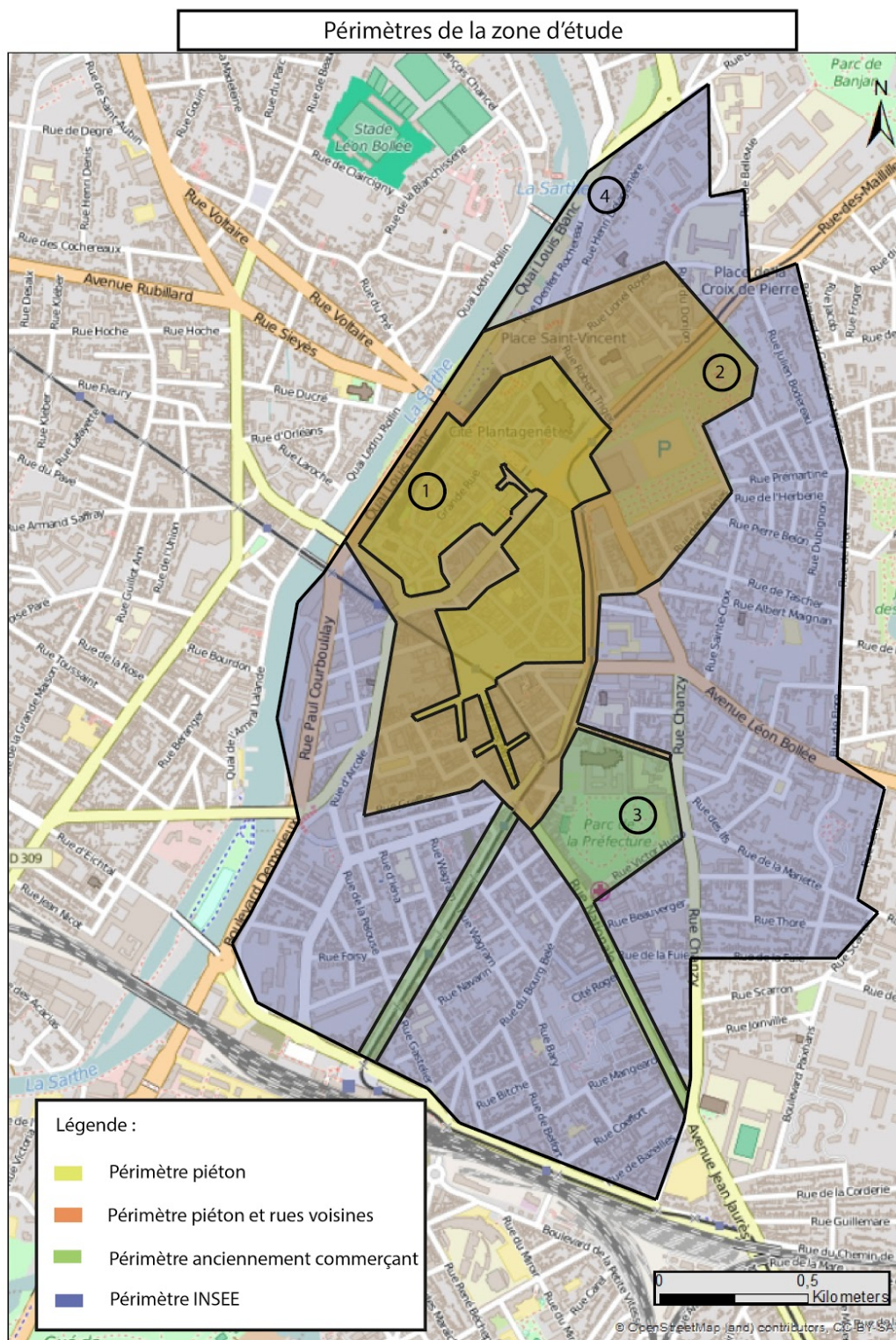


Figure 1 : périmètres de la zone d'étude (source : personnelle)

Dans la pratique, si nous interrogeons les habitants de la ville, usagers réguliers ou non du centre, la majorité répond que l'hyper-centre correspond au quartier piéton et les premières rues attenantes (périmètre 2) et le centre ville s'élargit avec les rues anciennement commerçantes telles que la rue Nationale, la rue du Général Leclerc... (périmètre 3). Dans la suite du rapport, nous nous appuyerons donc sur les deux périmètres ainsi définis (cf plan du centre-ville annexe 3)

Les problèmes de délimitation de l'espace par les usagers, mais aussi la hausse de la vacance des locaux commerciaux ... sont des illustrations de la crise que subit actuellement le centre ville du Mans, impactant son activité et son ambiance. Nous nous demanderons donc dans ce rapport "Quelle(s) stratégie(s) pour le quartier à adopter pour contrer cette tendance ? Sur quels outils et moyens s'appuyer pour cela ?

Ces problématiques sont vastes et impliquent de nombreux champs de recherche. Il a fallu faire un choix personnel concernant le domaine d'étude; le problème sera donc traité selon la thématique de l'espace public. En effet, selon Alain (2004), *"De même qu'il n'y a pas de musique sans silence, les rues et places, mais aussi les parcs et jardins publics, donnent à la ville son rythme et son caractère"*. Cependant, *qu'est ce que l'espace public concrètement ?* Selon le dictionnaire de Merlin Choay (1988), *"On peut considérer l'espace public comme la partie non bâtie, affectée à des usages publics"* et Delbaere ajoute que l'espace public à la *"capacité à constituer le cadre spatial de l'échange et la confrontation sociale"*. Espace continu, il assure donc le lien entre les constructions, il structure et génère de la ville. Il règle et ordonne les espaces qui le constituent, il est donc à penser en premier lieu. Augoyard résume ainsi la situation: « il faut concevoir des espaces qui offrent le maximum d'usages possibles, qui permettent l'appropriation et sa dynamique ».

Afin d'arriver à ce résultat pour l'espace du centre ville du Mans, le présent rapport présentera dans un premier temps une analyse de la situation actuelle de la zone, orientée vers la thématique de l'espace public. Par la suite, après une étude des aspects à valoriser et des faiblesses à réduire, des enjeux seront dégagés pour l'avenir du quartier. Enfin, des suggestions d'aménagement, constituant une base de discussion, seront énoncées.



# PARTIE A : D'hier à aujourd'hui, le centre- ville du Mans

Le centre ville du Mans, dispose des caractéristiques communes à la définition même de la centralité; accessibilité, présence d'équipements et de services.. Tout en ayant ses propres singularités et particularités. C'est cet ensemble que nous allons présenter dans la section qui va suivre.

## I. Un espace accessible...

### *a... par la voiture*

Comme dans de nombreuses villes, l'arrivée de la voiture a fortement modifié l'aspect du centre historique du Mans. En effet, les années 1960 et 70 sont une période de croissance euphorique de l'automobile. Georges POMPIDOU, ancien président de la République française, déclarait en 1971 : " Il faut adapter la ville à l'automobile". Ce fut le cas, par exemple, avec le projet de la percée centrale en 1960. Il a pour objectif de faire le lien direct entre la place de la République et la route de Paris. Cette réalisation s'accompagne de la construction de barres horizontales et verticales de logements et bureaux, créant un décalage avec l'architecture des bâtiments alentours.

Le centre ville est, suite à ces différents aménagements, accessible en voiture. Il est ceinturé par une boucle de circulation qui permet l'accès à la zone et absorbe l'essentiel des flux de déplacements automobiles en direction du centre, ou bien vers l'extérieur en le contournant. Elle a pour rôle de diriger les flux des principaux axes routiers en limitant le passage des voitures en centre ville, tel que le ferait une rocade. Elle est ainsi connectée au reste de l'agglomération mancelle du Nord au Sud par l'avenue Paderborn et le boulevard Demorieux, mais aussi de l'Est avec la rue Nationale, l'avenue Jean Jaurès et l'avenue Bollée, à l'Ouest grâce à la rue Voltaire.

Les comptages de circulation ont permis de déterminer les voies les plus empruntées dans la zone élargie du centre ville. Les axes les plus fréquentés sont donc (voir carte) :

- l'avenue Bollée, qui dessert l'Est de l'agglomération, avec entre 9000 et jusqu'à plus 11 000 véhicules/jour
- la rue Voltaire, qui relie l'Ouest de l'agglomération et le centre ville du Mans, avec plus de 11000 v/j également.
- la rue Chanzy, qui permet l'accès au coeur de ville par le sud est, avec environ 9000 v/j.
- le quai Louis Blanc, qui connecte le Nord de la ville au centre, avec près de 8000 v/j.

- le boulevard Robert Jarry, qui met en liaison les gares ferroviaires et routières, et le cœur de ville, avec environ 8000 v/j.



Source: FOREAU Clémence

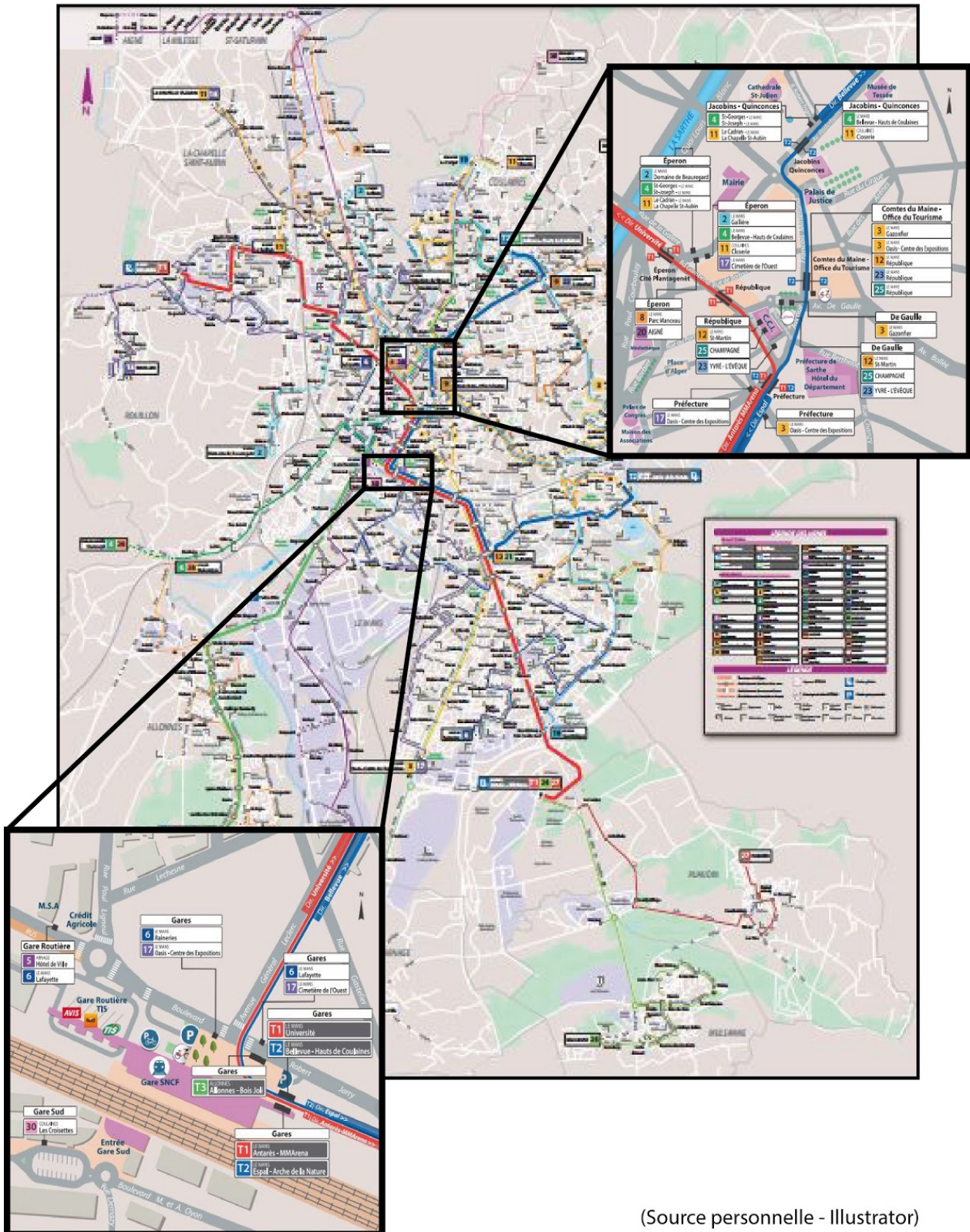
Figure 2 : Boucles de circulation et trafic automobile

L'hyper-centre dispose également d'un anneau de circulation, plus resserré, qui dessert les parkings présents dans la zone, évitant ainsi la présence d'une partie des voitures. En effet, l'intérieur de la boucle est principalement piéton et comprend la majorité des commerces et équipements du centre ville. Même si la zone est considérée comme piétonne, dans la pratique la situation est moins claire. Que ce soit dans le cadre du service de livraison ou pour le stationnement des riverains, la voiture est bel et bien présente dans le quartier, entraînant un certain sentiment d'insécurité chez les passants. Interrogés sur l'espace public du centre ville, plus précisément dans les rues Bolton et de la Perle où le problème est le plus visible, ils avouent ne pas vraiment comprendre et regretter la présence des voitures dans la zone. L'un d'entre eux relativise et se demande si une piétonnisation totale est possible dans la "ville de l'automobile" ! (voir paragraphe contraintes juridiques)

### ***b... par les transports en commun et modes doux***

L'accès au centre ville peut aussi se faire grâce aux transports collectifs urbains. En effet, l'agglomération mancelle dispose d'une société de transports en commun depuis 1974, et son réseau est en forte expansion depuis quelques années.

Le centre ville est desservi par réseau de transports en commun de qualité, regroupant lignes de bus, de tram et une ligne Tempo. L'espace du centre élargi dispose de 2 pôles de correspondances qui facilitent les échanges entre les lignes de bus et de tramway ; l'un au niveau des gares et le second regroupant Eperon/République/Comptes du Maine/Jacobins. Si nous nous concentrons sur le réseau bus, 3 lignes majeures convergentes vers le pôle des Gares et près de 8 lignes vers le pôle de l'hyper centre. Ces différentes lignes desservent également l'ensemble de la ville, ainsi que les communes avoisinantes. Le cœur marchand est donc accessible par le reste de la ville et les communes voisines par le réseau de transports en commun.



(Source personnelle - Illustrator)

Figure 3 : Réseau de transport en commun du Mans

L'arrivée du tramway a marqué un tournant dans le développement des transports en commun urbains. La première ligne est inaugurée en novembre 2007, reliant le campus universitaire au pôle sportif d'Antarès et au quartier d'habitat solidaire des Sablons, en desservant le cœur de ville et les gares. Elle permet de réduire considérablement les temps de trajet, réalisé auparavant par plusieurs lignes de bus. En effet, la promesse est de rendre accessible le centre ville<sup>2</sup> en moins de 15 minutes en partance des terminus. Forte de ce succès, la municipalité débute le chantier de la deuxième ligne qui est mise en circulation en août 2014. Elle permet de connecter le quartier d'habitat collectif de Bellevue, au Nord Est de la ville. Le réseau en Y de la première ligne se transforme en réseau en X après l'inauguration de la deuxième ligne. La portion commune, comprenant notamment le centre ville, propose ainsi un tramway toutes les  $\frac{2}{3}$  minutes en moyenne.

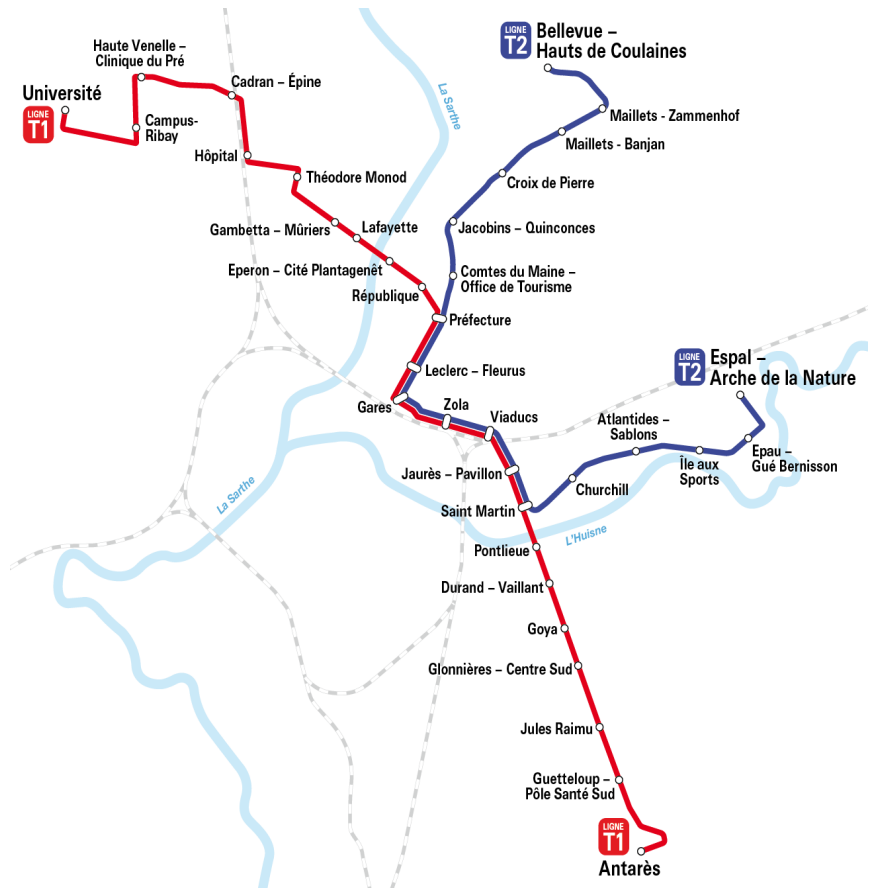


Figure 4 : Réseau de tramway (source : SETRAM)

Le projet a eu pour conséquence de profondément modifier l'activité du cœur de ville. Dans un premier temps, l'arrivée de chaque ligne s'est accompagnée du réaménagement de places : la place de la République pour la première ligne et la place des Jacobins pour la seconde. Dans un second temps, les pratiques d'accès ont été nettement facilitées. Cela a tout d'abord confirmé le statut de place centrale de la place de la République pour les usagers. En effet, lors d'une brève enquête auprès de connaissances au profil varié (âge, fréquence de présence en centre ville), une grande majorité la cite en premier comme "lieux du centre ville". Les chiffres de la Setram le montrent également. La station

<sup>2</sup> on prend l'arrêt République comme référence arrêt République

République est la plus fréquentée du réseau avec en moyenne 7712 montées par jour<sup>3</sup>, et elle rend la place directement accessible pour les usagers. L'aménagement de la place des Jacobins s'est accompagné de la construction d'un espace culturel (voir partie équipements du centre ville) qui a généré de nouveaux flux sur la place lui donnant ainsi le statut de place structurante au côté de la place de la République.

En plus d'une transformation visuelle, ces projets ont eu comme impact une hausse de la fréquentation du quartier et des retombées économiques constatées par l'association des commerçants : Manséa<sup>4</sup>.

## II. Un espace ancré dans une ambiance urbaine spécifique

L'ambiance du centre ville du Mans est assez hétérogène selon la période de l'année, de la semaine et de la journée.. ; allant d'un espace animé avec une forte fréquentation lors de la parade des pilotes des 24h du Mans, par exemple, à un espace peu vivant avec des rues quasiment vides un dimanche après midi ou un lundi soir quelconques. Cet exemple traduit un ensemble de caractéristiques des éléments participant à l'ambiance urbaine du secteur.

### *a. due au regroupement de services et d'équipements*

L'espace public peut être considéré comme un "moyen spatial", en effet il permet de se déplacer, de rejoindre un magasin, une administration, un équipement. Communément, voire par définition, les centres villes accueillent ces nombreux services, qui définissent en partie l'ambiance du quartier.

En ce qui concerne le centre ville du Mans, nous pouvons noter une forte présence d'établissements scolaires répartis sur l'ensemble du périmètre. Si nous nous référons à celui restreint, nous pouvons compter quatre établissements d'enseignement (le lycée Montesquieu, le lycée Notre

<sup>3</sup> chiffres de 2012, avant la seconde ligne

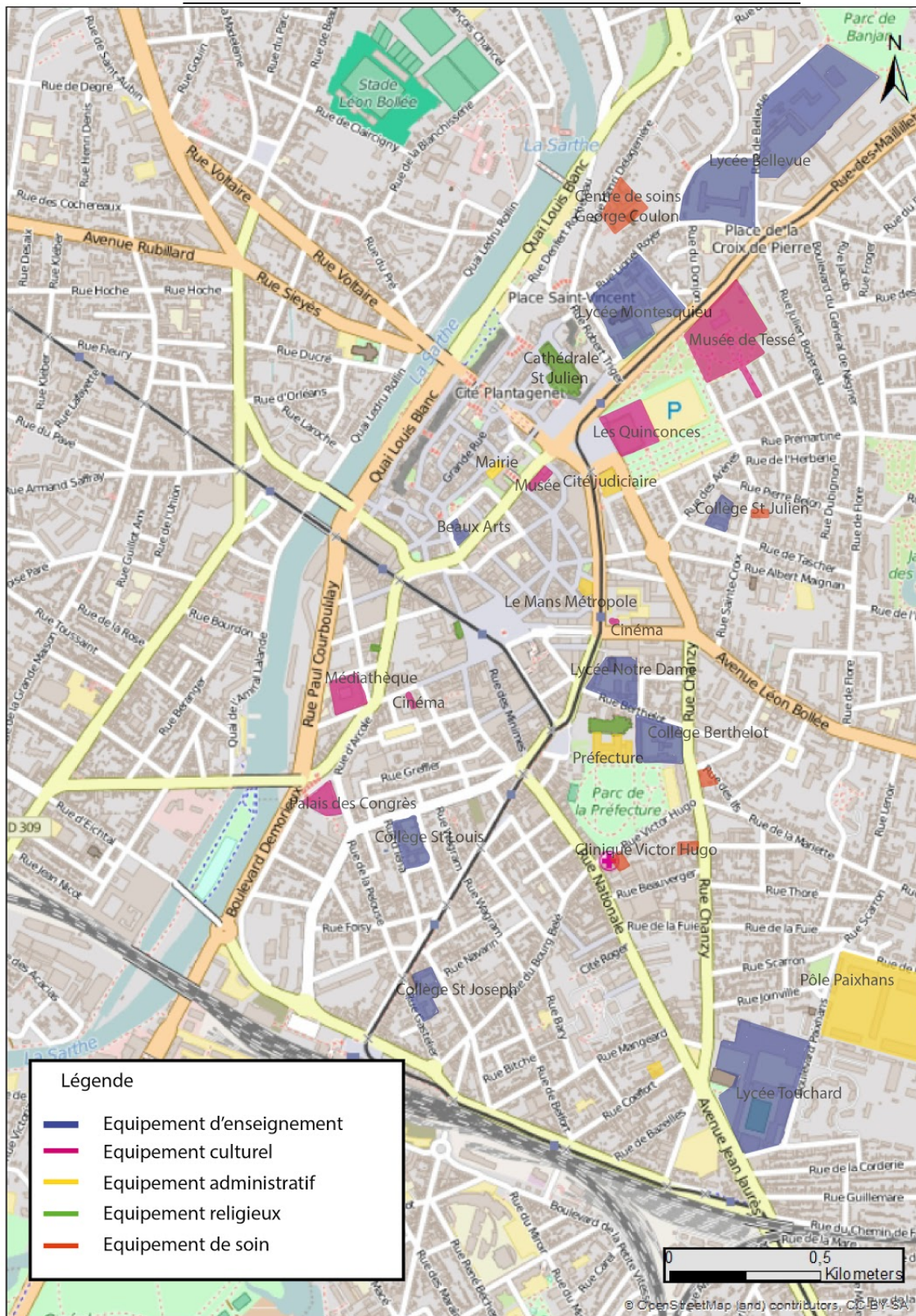
<sup>4</sup> regroupement de l'ensemble des association du cœur de ville, son objectif est de « lui (le centre ville) redonner l'aura qu'il mérite et ainsi attire de nouveaux clients »

Dame, le collège Berthelot et le centre des Beaux Arts., et jusqu'à 4 collèges et 4 lycées si nous élargissons le périmètre.

Nous trouvons également 2 pôles où est rassemblée la majorité de l'offre culturelle et patrimoniale du cœur de ville. Au Nord, autour de la place des Jacobins, se concentrent les Quinconces, réalisés en continuité du projet de la seconde ligne de tram et réaménagement de la place, la Cité Plantagenêt, le musée de Tessé., et à l'Ouest, en bas de la rue du Port, nous trouvons le Palais des Congrès, la médiathèque, un cinéma... Nous pouvons noter que le patrimoine de la Cité Plantagenet, et en particulier la muraille gallo romaine, est candidate au classement UNESCO. Si le label est obtenu, il donnera une plus grande visibilité à la ville, entraînera l'arrivée de nouveaux touristes, cela justifie également la valorisation du centre ville.

De plus, dans l'ensemble des définitions du centre ville, celui ci est le siège de nombreux équipements administratifs. Pour l'exemple du Mans, la préfecture, la cité judiciaire, la mairie, les locaux de Le Mans Métropole y sont présents.

A noter aussi que des établissements de santé (le centre de Soins George Coulon et la clinique Victor Hugo) et religieux ( Cathédrale Saint Julien..) se situent en centre ville et engendrent également des flux de personnes et des emplois.



Source : FOREAU Clémence

Figure 5 : Equipements et services du centre-ville

De plus, si nous étudions l'ancienneté des entreprises présentes dans la zone d'étude par quartier (cf annexe 3), nous constatons la plupart d'entre elles sont installées depuis plus de 10 ans, et qu'une nouvelle vague d'installation a eu lieu entre 2011 et 2014. Ce résultat montre que l'activité du centre repose sur un groupe important d'entreprises pérennes, et qu'il reste toutefois attractif.

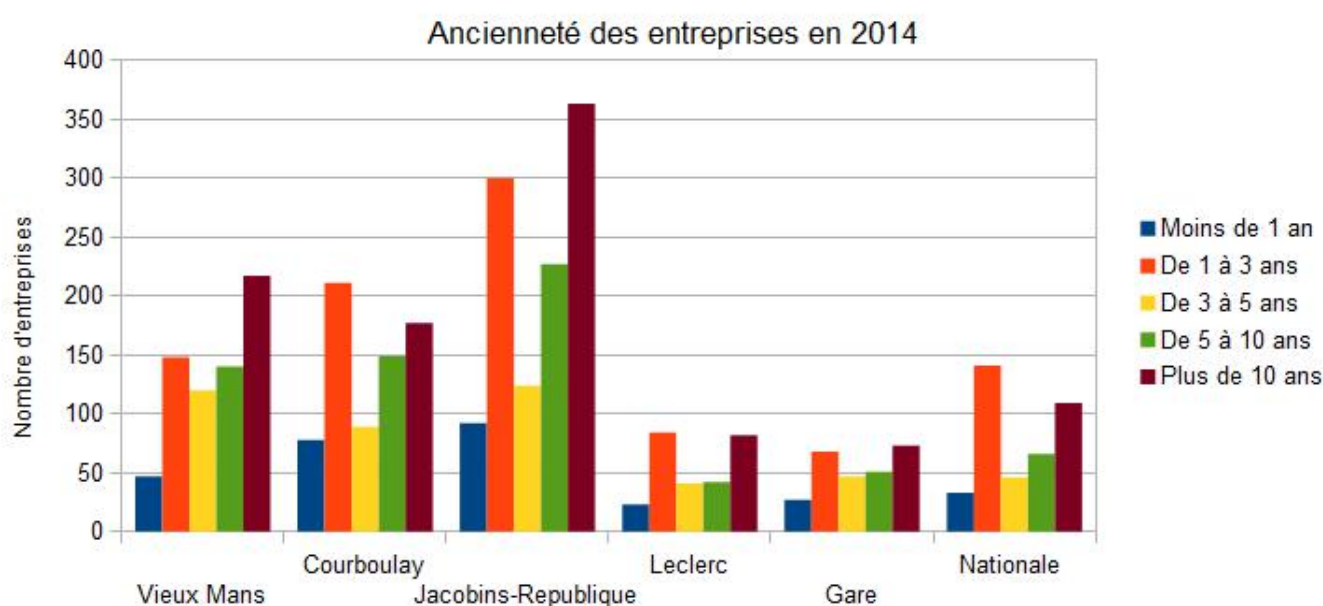


Figure 6 : Ancienneté des entreprises en 2014 (source : personnelle à partir de la CCI)

### *b. due à la diversité des personnes qui l'utilisent*

Les grands équipements présents dans les centres villes participent au dynamisme et génèrent d'importants flux de personnes aux profils variés, selon les différents jours de la semaine. Actifs, scolaires, touristes, consommateurs se rendent régulièrement en centre ville pour accéder à ces pôles.

Le centre ville et l'hyper centre du Mans accueillent donc quotidiennement un important nombre d'actifs travaillant dans le secteur. En effet, la zone est un bassin d'emploi puisqu'il comptait en 2013, 4 435 entreprises pour 20 551 emplois<sup>5</sup> pour le centre ville, dont 3 170 entreprises et 12 640 emplois pour l'hyper centre. Même si la concentration des commerces et services représente un important nombre d'emplois, les principaux employeurs sont les services de le Mans Métropole, la cité judiciaire, les finances publiques ou encore les services bancaires (Crédit Mutuel, Caisse d'épargne..). La majorité des

<sup>5</sup> selon les estimations de la CCI

salariés appartiennent donc à la catégorie socio professionnelle des “employés”, de services ou de commerces. A noter que ces “réservoirs” d’emplois sont principalement concentrés dans le quartier Jacobins-République.

En opposition à la fréquentation régulière des actifs (mais aussi des résidents), nous retrouvons celle occasionnelle des touristes. L’importance de la fréquentation touristique du centre ville est très hétérogène. La ville est labélisée “ville d’art et d’histoire” et les touristes se rendent dans le quartier en particulier pour visiter la cité Plantagenet et la muraille gallo romaine. Le flux généré est par conséquent nettement plus conséquent durant la saison estivale. Nous pouvons, de plus, relever un pic de fréquentation au cours de la période de la course automobile des 24h du Mans. Cet événement engendre la venue de 263 500 spectateurs, avec une part importante d’étrangers, qui en profitent pour se rendre en centre ville et le visiter.

Après plusieurs phases d’observations à différents moments de la journée et de la semaine, un profil du consommateur moyen paraît se dessiner. La clientèle du centre ville semble de plus en plus solitaire, et ce en particulier la semaine. Autrefois lieu de promenade pour les familles, aujourd’hui la fréquentation est plus individuelle. Cette tendance peut s’expliquer par un mode de fonctionnement en centre ville qui a évolué; les usagers s’y rendent avec un objectif précis, l’itinéraire est préalablement défini. Si nous étudions le genre maintenant des consommateurs de la zone, il apparaît comme majoritairement féminin. Guy Di Méo justifie ce phénomène par le fait que “ lorsqu’elles (les femmes) vivent en couple, assument toujours l’essentiel des tâches communes. Parallèlement, elles sont [...] entrées sur le marché du travail rémunéré. Il en résulte une situation tout à fait particulière leur conférant une double fonction privée/publique qui risque de se traduire par des rapports à l’espace urbain nécessairement plus intenses”.

Les centres villes comptent également un parc de logements non négligeable, du fait d’une densité généralement plus importante notamment. Ils occupent par exemple les parties supérieures des bâtiments dont le rez-de-chaussée est consacré à l’activité commerciale, ou encore des immeubles à vocation résidentielle unique.

A la fois cause et conséquence du profil spécifique des résidents du centre ville, les logements se distinguent par leurs caractéristiques du reste de la ville. Tout d’abord, nous pouvons noter une

différence par rapport au type d'habitat, puisque la majorité des habitations est des appartements, alors que la ville est quant à elle principalement composée de maisons, "la mancelle" en est d'ailleurs un profil type.

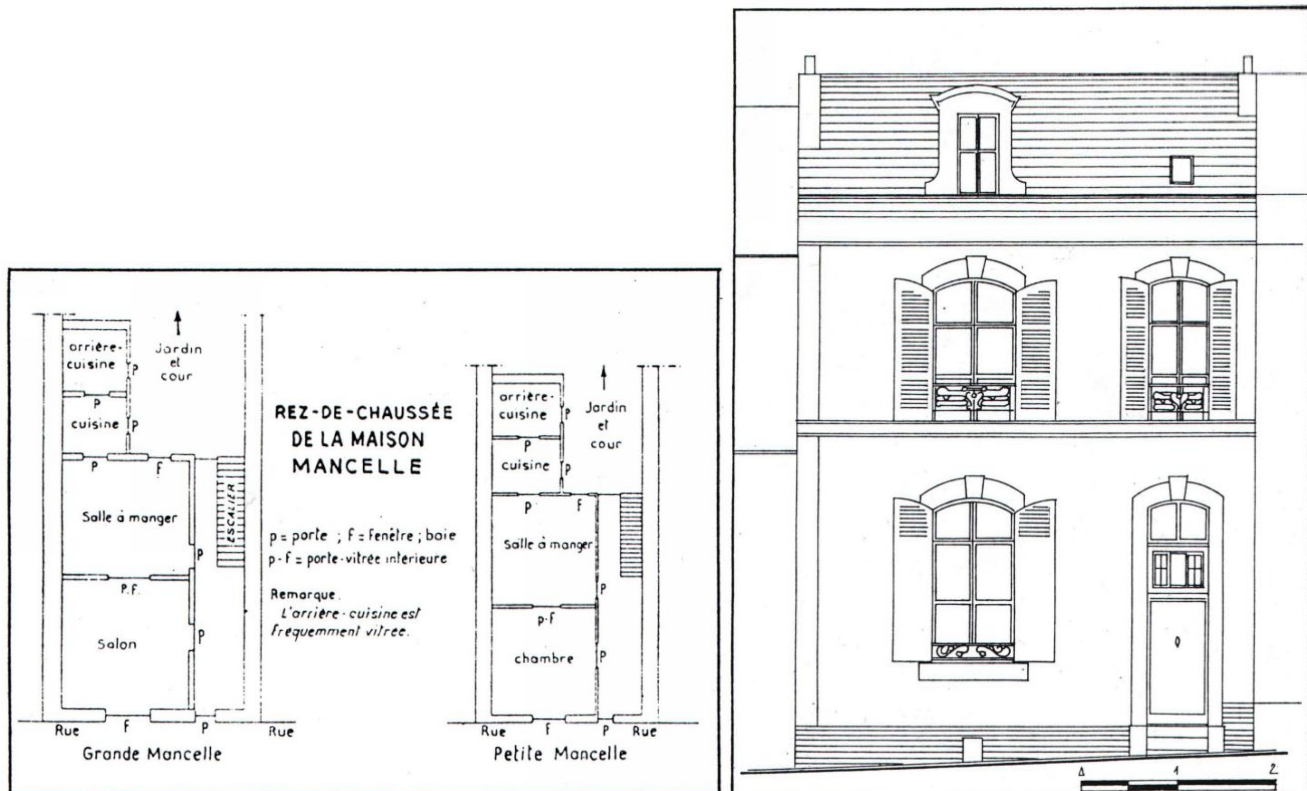


Figure 7 : schéma d'une mancelle

Il existe également un contraste en ce qui concerne le statut d'occupation des résidences ; la part d'habitants propriétaires de leur logement est en effet plus faible en centre ville, et encore plus dans l'hyper centre. A noter la présence d'un pourcentage de logements vacants nettement plus important en hyper centre. Cette disparité peut s'expliquer par la tendance actuelle au désir de calme. Considérés comme bruyants, les centres villes français souffrent d'un recul d'attractivité dans le domaine du logement. Les couples et familles préfèrent s'installer dans le centre ville, pour garder les équipements à proximité tout en profitant d'un cadre de vie plus reposant. L'espace reste toutefois apprécié par les étudiants en règle général. Dans le cas du Mans, l'éloignement spatial du campus universitaire impacte sur le nombre d'étudiants résidant dans l'hyper centre. Ce taux contribue alors à la perte de dynamisme du quartier et à la sensation d'espace délaissé à certains moments de la journée, le soir par exemple. Cette conséquence peut être le début d'un cycle négatif.. Il est donc important que la zone retrouve son attractivité auprès des habitants.

	Nombre de logements	logements vacants	taux de maisons	taux d'appartements	Taux de propriétaires	Taux de locataires	Population par résidence principale
Le Mans	79 265	9.1%	40.0%	48.4%	46.9%	53.1%	2.01
Centre ville	18 810	12.8%	23.4%	60.2%	39.8%	60.2%	1.77
Hyper centre	10 481	15.4%	13.8%	67.0%	32.5%	67.5%	1.63

Figure 8 : Tableau représentant les profils des logements dans la ville (source : Nicolas LEROY)

Cela peut s'expliquer par l'analyse de la population du quartier. En effet, si nous comparons le profil de la population habitant en hyper centre, et plus généralement en centre ville, à l'ensemble de la population mancelle, nous observons des divergences. En effet, l'indicateur jeunesse<sup>6</sup> indique la présence des personnes plus jeunes et dynamiques. Celles-ci, appartiennent principalement à des Catégories Socio Professionnelles supérieures (cadres, commerçants, professions intermédiaires), ce qui se traduit par un revenu moyen également supérieur, alors que la ville, elle, est dominée par des actifs de CSP inférieures (employés, ouvriers) et donc un revenu moyen plus faible.

	population	CSP +	CSP -	Population 15-29ans	Population 65ans et +	Indicateur jeunesse	Part des ménages avec enfants	Revenu moyen par UC
Le mans	143 240	25.4%	29.6%	22.5%	18.8%	0.95	52.0%	19 970€
Centre ville	27 833	34.1%	24.3%	29.3%	16.4%	0.97	40.1%	24 045€
Hyper-centre	13 931	34.4%	24.7%	34.6%	14.8%	0.99	34.5%	23 559€

Figure 9 : Tableau représentant les profils des résidents (Source : LEROY Nicolas, étudiant en Master IUD)

<sup>6</sup> l'indicateur jeunesse correspond au nombre de personnes jeunes (entre 0 et 19ans) par celui de celles de 60 ans et +. Plus cet indice est élevé, et plus la population est jeune, donc.

### *c. mais aussi les pratiques qui lient les lieux et leurs usagers*

Nous avons vu que le centre ville se caractérise par une diversité dans les équipement et services qu'il propose, mais aussi dans le profil des personnes qui le fréquente. Cependant, l'ambiance du quartier est définie réellement et visiblement par les pratiques de ces personnes dans et autour de ces lieux.

Le centre ville est avant tout un espace de consommation. La Swiss Retail Federation (association des entreprises de commerce de détail suisse) a réalisé une enquête sur les habitudes de consommation dans les grandes agglomérations du pays. Celle ci a révélé que les consommateurs considèrent toujours le cœur des villes comme un lieu d'intérêt particulier et d'achat privilégié. Ils expliquent cette attractivité par l'atmosphère d'achat agréable, la qualité des services et de l'offre commerciale. Ces résultats se confirment également en France, et pour ce qui nous concerne, au Mans. En effet, la diversité des magasins, des restaurants, des bars ... présents est ce qui attire majoritairement les personnes en centre ville, d'après le retour des personnes interrogées.

Pour la plupart d'entre elles le centre ville dispose d'une offre commerciale de qualité. La zone piétonnière recense par exemple, des commerces avec une variété de gamme importante et également des locomotives commerciales ; les Galeries Lafayette, la Fnac, Monoprix .. Il s'agit d'enseignes qui, de part leur notoriété et leur image, sont génératrices de flux commerciaux. Cela se traduit, pour le centre ville du Mans, par une concentration du flux entre la rue des Minimes et le centre commercial des Jacobins en passant par la place de la République.

De plus, le quartier compte aussi des bars et des restaurants. Nous distinguons deux zones de regroupement de ce type d'établissements qui se différencient par la catégorie de la clientèle qui la fréquente. La première est délimitée par la rue du Port, la place d'Alger et la rue du Docteur Leroy, mais aussi par la place de la Sirène et ses alentours (rue des Ponts Neufs..). Il s'agit d'un espace qui s'anime également en soirée, et qui est fréquenté principalement par une population jeune. La seconde correspond au vieux Mans, la cité Plantagenêt. Nous y constatons une animation principalement durant le week-end, même si la vie nocturne y est, de manière générale, moins développée. Cela peut s'expliquer par une clientèle en moyenne plus âgée et plus aisée.

Les équipements culturels, le patrimoine, les parcs et jardins, le mobilier urbain ... font du centre ville, aussi un espace de loisirs et de détente. Même si nous avons constaté une certaine individualisation

dans la pratique du centre ville, il reste néanmoins un point de rendez-vous entre amis privilégié, un lieu de promenade apprécié pour son mouvement, son animation...

Le quartier est également un espace de travail pour un nombre important d'habitants de l'agglomération. Comme nous l'avons vu précédemment, il regroupe près de 4 000 entreprises, ainsi qu'un grand nombre de services publics. Tous ces emplois engendrent des flux de personnes qui pratiquent le centre ville au quotidien. Il n'est pas uniquement un lieu de travail ou de circulation pour s'y rendre, il peut devenir un lieu de restauration le midi, un espace de détente, de balade, de courses avant ou après les horaires de travail. Nous observons qu'une certaine forme de routine dans l'usage du centre ville apparaît chez cette catégorie d'utilisateurs.

### III. Un espace guidé par des normes

Il a été mis en évidence qu'il existait une relation entre les bâtiments construits et la vie dans l'espace public extérieur; places, rues .. Cependant l'utilisation de ces espaces publics est guidée par un ensemble de règles, de normes explicites ou implicites.

#### *a. les contraintes juridiques*

Tout espace public est soumis à la réglementation puisque, comme son nom l'indique, il est destiné à accueillir l'ensemble de la population le souhaitant. L'espace est ainsi collectif, et des règles de fonctionnement s'imposent alors pour que les droits individuels de chacun soient respectés tout en assurant un espace dont la pratique sera agréable pour tous. Certains éléments ou comportements sont bannis de l'ensemble des espaces publics. Ces interdits sont généralement immédiats pour la population ; l'état d'ivresse sur la voie publique, le vandalisme, les déjections animales en dehors des espaces dédiés, les tags et graffitis ... Cependant les espaces publics disposent également d'une réglementation spécifique, qui leur est propre. En ce qui concerne les secteurs des centres villes, c'est principalement le statut piéton, ou non, des voies qui est traité.

Le cœur de ville du Mans a le statut de zone piétonne permanente. Selon l'article R-110-2 du code de la route, il s'agit alors d'une " *section ou ensemble de sections de voies en agglomération, hors routes à grande circulation, constituant une zone affectée à la circulation des piétons de façon temporaire ou permanente. Dans cette zone, sous réserve des dispositions de l'article R. 4319, seuls les véhicules nécessaires à la desserte interne de la zone sont autorisés à circuler à l'allure du pas et les*

piétons sont prioritaires sur ceux ci. Les entrées et sorties de cette zone sont annoncées par une signalisation.” .



Figure 10 : Extrait d'informations concernant la zone piétonne (source : municipalité)

Dans les faits, les commerçants, les personnes à mobilité réduite, les résidents et les véhicules de livraison ont l'autorisation de circuler tout au long de la journée. A noter néanmoins que les livraisons par des véhicules imposants (>3.5 tonnes) sont limitées sur la période entre 5h et 11h, le matin. La circulation en vélo est également autorisée dans la zone, ainsi que celle des véhicules de secours ou de police. Pour délimiter la zone réglementaire des bornes rétractables ont été disposées en entrée et/ou sortie de rue.

Des emplacements de stationnement sont également présents dans le périmètre. Destinés aux résidents et aux livraisons, leur durée est limitée à 30min. Cependant, dans la pratique les places sont quasiment utilisées en permanence rendant peu lisible les vitrines commerciales et altérant le confort des piétons. De plus, la réglementation a évolué (décret n° 2008-754 du Code de la route) et interdit dorénavant le stationnement de véhicules motorisés au sein des zones piétonnes.

### *b. les contraintes techniques*

En tant qu'espace public, et malgré les règles explicites, le centre ville doit permettre tant que possible, l'expression de la liberté de chacun. Pour répondre à cette attente commune, les politiques municipales tentent de limiter les contraintes techniques dans ces espaces. Les aménagements récents montrent clairement que la ville du Mans suit également cette tendance. En effet, nous avons vu précédemment que l'arrivée des deux lignes de tramway s'est accompagnée du réaménagement des deux places structurantes. Celui-ci a été pensé dans l'optique qu'elles deviennent de "vastes espaces de liberté", des "espaces de respiration au cœur d'un bâti dense", selon le personnel de la mairie. Pour cela, aucun élément bâti et permanent n'y a été installé, laissant la circulation des personnes libre. L'intérêt est également de pouvoir y accueillir de façon permanente des événements nécessitant des installations montables et démontables. Ces modifications reflètent d'autant plus cette volonté lorsque nous les comparons à la configuration de places plus anciennes présentes dans le secteur : la place St Nicolas, ou la place de la Sirène. Le fait est encore plus frappant sur la seconde. De taille réduite, elle est composée d'une fontaine et de deux espaces circulaires de repos qui ont une forte emprise au sol, contraignant le trajet des piétons.



Figure 11 : Composantes de la Place de la Sirène (source : personnelle)

### c. les normes sociales

En plus d'une réglementation et des contraintes techniques spécifiques, l'espace public est soumis à un certain nombre de normes sociales, qui peuvent être de comportement ou de jugement. Contrairement aux lois, une norme dit implicitement ce qu'il convient, ou non, de faire dans un lieu, un espace. Elle n'est jamais contrainte, et est issue d'un groupe social ; il s'agit alors d'un consensus du groupe.

Elles varient selon les cultures, mais semblent plus ou moins identiques dans des espaces de même profil en France. Sylvette Denèfle dans son ouvrage *Femmes et villes* relève par exemple, que l'intolérance est moins marquée dans les centres villes que dans les quartiers, les cités. En effet, nous pouvons y observer des comportements et des tenues vestimentaires plus variés. Il existe néanmoins un certain nombre d'attitudes, bien que tolérées, qui sont mal perçues ; chahut, cris .. La présence de Sans Domicile Fixe est également un point sujet à débat.

Cependant, pour conclure, nous pouvons noter que les normes de conduite autant individuelles, que collectives, sont souvent plus souples dans les espaces centraux, où la fréquentation est plus importante. Le sentiment d'anonymat dans la foule, permet aux usagers de dépasser plus facilement les codes, importants en société.

### IV. Un espace véhicule d'une image

Les espaces de centre ville, par leur dimension centrale et les points précédents qui en découlent, sont le reflet des villes, ils véhiculent leur image. Cet aspect symbolique dépend évidemment du patrimoine et des monuments dont ces quartiers disposent, mais également des caractéristiques matérielles et symboliques de l'espace public.

#### *a. caractéristiques matérielles*

Les matériaux, le mobilier.. n'ont pas uniquement valeur de revêtement ou d'objets matériels. Ils permettent de signifier et de délimiter une fonction et suggèrent une utilisation possible de l'espace. Nous pouvons alors leur attribuer une valeur identitaire et informative. Ces éléments doivent ainsi allier esthétique, efficacité et services aux usagers.

Depuis l'arrivée des lignes de tramway en centre ville, nous pouvons noter qu'un effort de normalisation dans le choix du mobilier urbain et des matériaux au sol a été effectué. En effet, les abords de chaque station bénéficient d'un traitement commun spécifique. Celui-ci a été étendu à l'ensemble du secteur du centre ville, en particulier en ce qui concerne le mobilier : bancs, lampadaires... Le travail d'uniformisation des revêtements au sol est plus lent, car plus coûteux et nécessitant des travaux plus importants.

La zone compte actuellement une grande diversité d'enrobés présents dans les différentes rues et places, et parfois plusieurs se côtoient au sein d'une même rue. En plus, du problème que la situation pose, certains matériaux dégradés ou peu adaptés aux piétons gênent le confort des usagers. C'est en particulier le cas, dans les rues Bolton et de la Perle. Le revêtement avait été initialement choisi pour décourager les automobilistes et limiter leur vitesse, aujourd'hui les piétons le trouvent inconfortable et délaissent le centre de la rue.

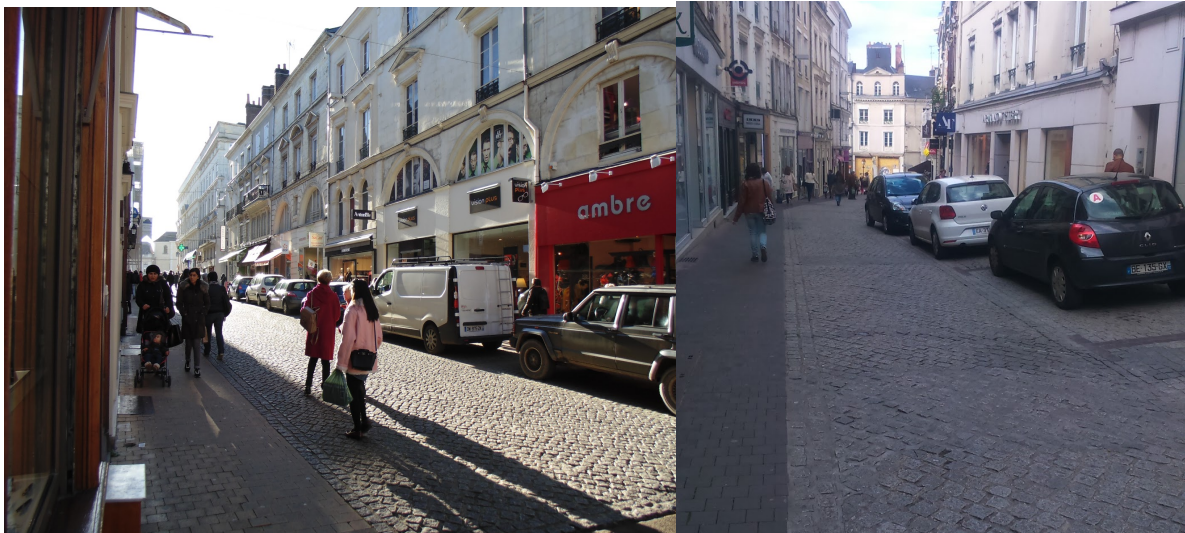


Figure 12 : Photographies des Rue Bolton / Rue de la Perle (source : personnelle)

Le centre ville dispose également de mobilier urbain fonctionnel et d'agrément mis en place stratégiquement au niveau de lieux de rencontre; parcs, places.. Néanmoins nous pouvons relever le manque de cohérence dans la disposition du mobilier informationnel, ainsi que l'absence de mobiliers signalétiques aux points clés du secteur. La discussion avec les passants amène également à noter, que le manque de mobilier sur de vastes espaces, en particulier sur les places structurantes, ainsi que le peu de végétation présent entraînent un sentiment d'espace vide et froid, en dehors des animations ponctuelles.



Figure 13 : La place de la république pendant la parade des 24h / pendant une journée ordinaire

### *b. caractéristiques symboliques*

Les éléments matériels vus précédemment prennent une dimension symbolique dans la pratique de l'espace public du centre ville. Ils interviennent sur la signalétique de la zone, et impactent aussi l'esthétique urbaine et, à plus large échelle, l'ambiance du quartier.

Le choix des revêtements n'a actuellement peu de lien avec la fonction et statut de l'espace, ce qui peut gêner la lecture de celui-ci par les usagers. De plus la multiplication des enrobés en certains lieux est très peu esthétique.



Source: FOREAU Clémence

**Figure 14 : différents enrobés, rue des Minimes**

Plusieurs rues commerçantes stratégiques telles que la rue Nationale ou bien la rue des Minimes souffrent, en plus de cela d'une profusion de pancartes commerciales vétustes et éclectiques. Certaines enseignes drapeaux sont implantées de façon anarchique, et sont parfois devenues obsolètes. En plus de causer une gêne visuelle, ces panneaux empêchent la circulation, en encombrant les trottoirs, et la lisibilité optimale des commerces.



Photo rue Nationale

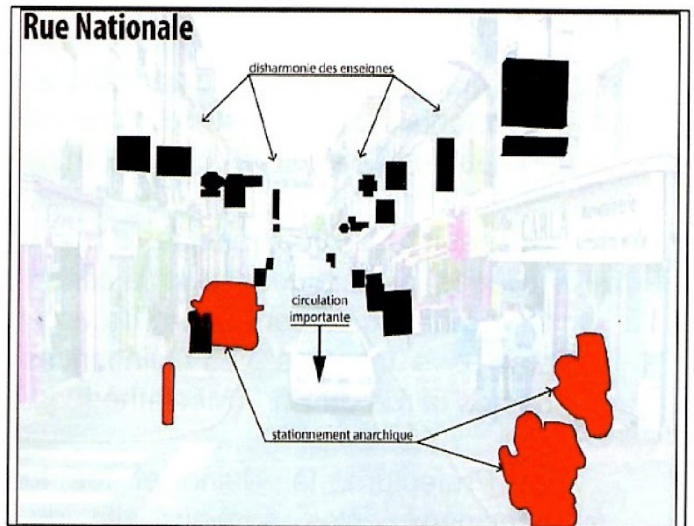


Illustration rue Nationale



Photo rue des Minimes

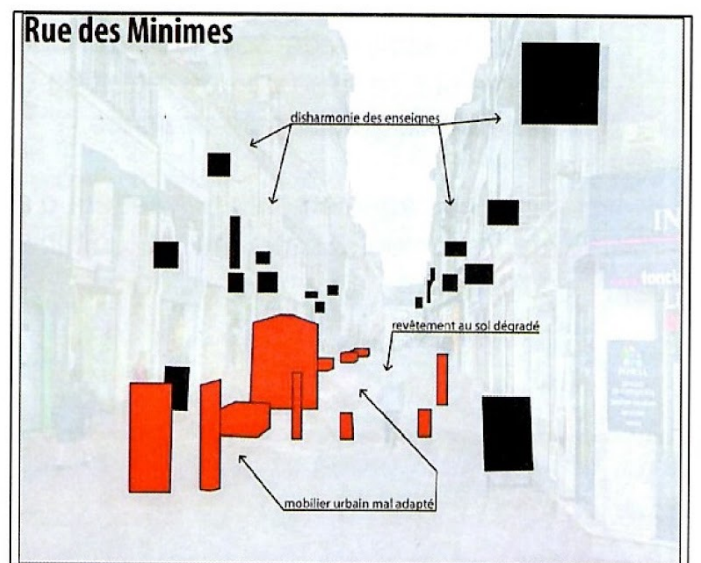


Illustration rue des Minimes

Figure 15 : Analyse des composantes des rues (source : personnelle)

# PARTIE B : Les enjeux pour le centre-ville de demain

### I. Un dynamisme commercial en chute continue

Le centre ville du Mans a connu, vers la fin des années 1990, une période de fermetures d'enseignes importante. Des secteurs d'activités ont en partie quitté le centre ville (comme celui du sport par exemple). Une attractivité en baisse et des locaux commerciaux souvent petits, ont été les deux principaux facteurs des transferts. Cette baisse de l'attractivité a provoqué un « turn-over<sup>7</sup> » des enseignes, qui conduit aujourd'hui à une multiplication des locaux vacants, et en particulier en marge de l'hyper centre.

Si on étudie et compare l'occupation des rues Nationale, Gambetta, des Minimes et Général Leclerc, entre 1999 et 2012, on note :

- l'apparition significative de locaux vacants, passant de 8 en 1999 à 42 en 2012. Cette vacance ne semble cependant, très peu, toucher la rue des Minimes, considérée comme l'axe commercial principal.
- une augmentation des services (banques, assurances, etc.) passant de 12,8% en 1999 à 36% en 2012.
- une baisse de l'offre commerciale, passant de 85% en 1999 à 55,7% en 2012.

Ces deux derniers points peuvent s'expliquer conjointement ; puisque le commerce se développe en périphérie, des locaux deviennent disponibles. De petite surface, bénéficiant d'une situation géographique privilégiée, avec un prix du loyer au m<sup>2</sup> assez élevé par rapport au reste de la ville.. ils sont principalement appréciés par les entreprises de services.

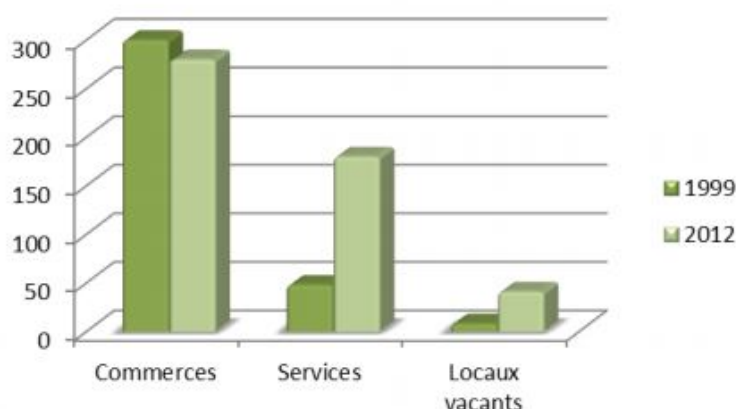


Figure 16 : Graphique représentant le nombre de locaux commerciaux par secteurs d'activité (source : ESO)

<sup>7</sup> action de rotation, de renouvellement des entreprises

Ces évolutions laissent apparaître une certaine rétractation du centre ville vers un axe allant de la place de la République à la place des Jacobins.

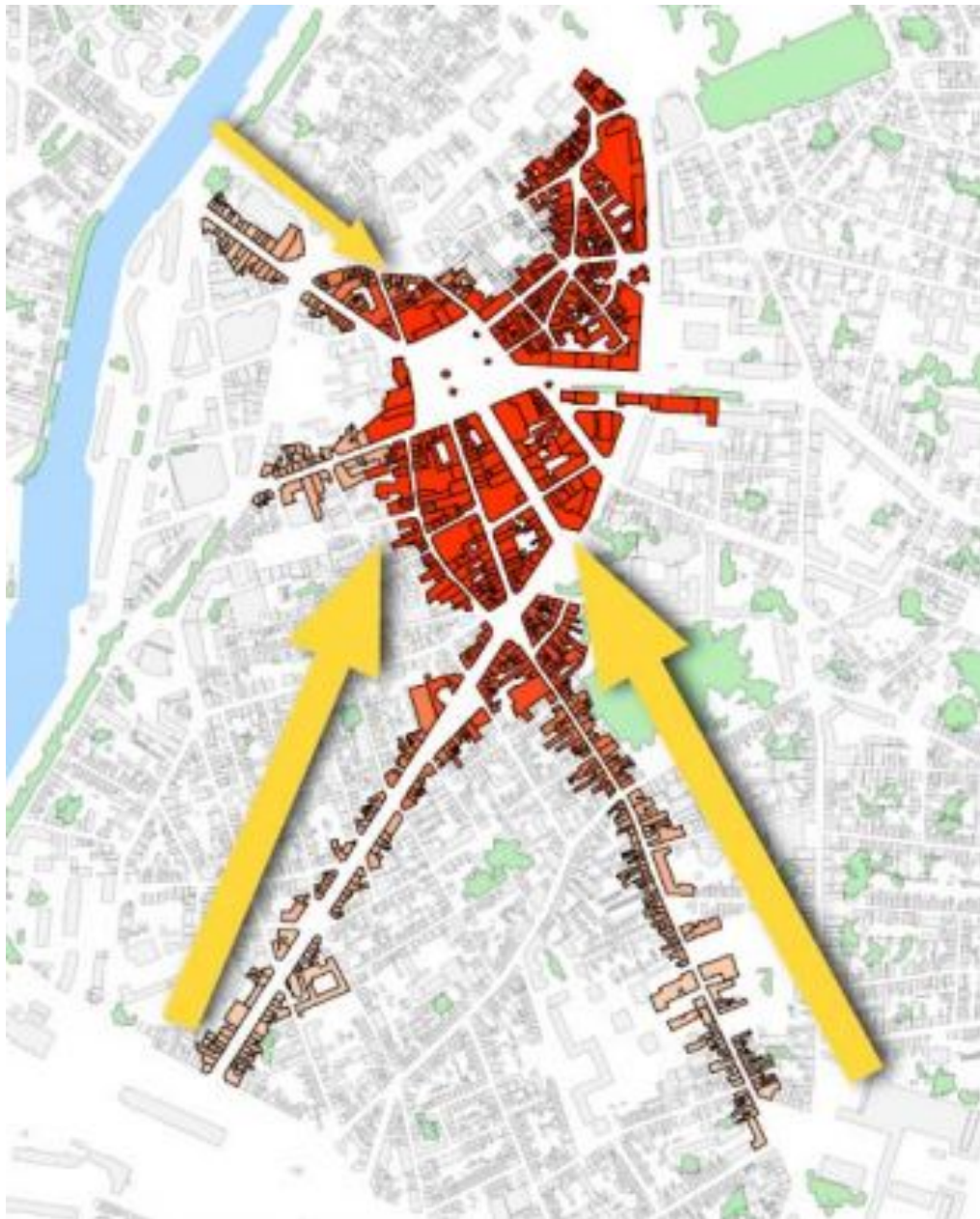


Figure 17 : Principe de rétractation des rues commerçantes du centre ville (Source : ESO Le Mans)

Comme évoqué précédemment, cette concentration du centre ville est liée en particulier à :

- des surfaces de locaux commerciaux trop petites (entre 37 m<sup>2</sup> et 50 m<sup>2</sup>) pour la demande actuelle,
- une faible diversité de l'offre commerciale (absence ou insuffisance de secteurs comme le sport, l'équipement de la maison, les loisirs, le jardinage, le bricolage, etc.)
- un prix du loyer trop élevé en comparaison avec d'autres agglomérations,
- un manque de nouvelles « locomotives commerciales<sup>8</sup>. Les locomotives actuelles (Fnac, C&A, Galeries Lafayette, Monoprix, etc.) sont toutes implantées depuis plus de vingt ans.

L'offre commerciale de centre ville devient donc vieillissante. Elle souffre d'un manque de réserves foncières et immobilières, de surface importante, capables d'accueillir des enseignes de format urbain, mais aussi d'une forte concurrence avec l'offre de périphérie et l'implantation de nouveaux centres commerciaux accueillant des enseignes de moins de 300 m<sup>2</sup>. L'activité commerciale du centre ville subit également la délocalisation de nombreux emplois tertiaires, administratifs et professions libérales qui se sont installés dans les quartiers périphériques (MMA, cité administrative, le départ des professions libérales du centre ville vers les Sablons, etc.). Par exemple, les entreprises se développant et nécessitant des surfaces de plus en plus importantes préfèrent planter leurs locaux en périphérie, dans de « nouveaux » pôles dynamiques, pour bénéficier de tarifs plus avantageux.

Face à cette situation, le SCoT du pays du Mans fait le constat de l'état actuel du quartier et fait des enjeux suivants une priorité pour les projets d'aménagement à venir :

- Une rétractation du centre- ville → obtenir un centre ville plus compact et plus dense
- Absence d'une offre commerciale élargie, pertes de clients induites par des délocalisations d'emplois → redynamiser l'offre par l'innovation : du ludique en proposant de nouvelles branches d'activités commerciales, réintroduire des surfaces tertiaires pour l'emploi au cœur du centre-ville

---

<sup>8</sup> Une locomotive est une enseigne qui par sa capacité d'attraction joue un rôle moteur dans l'animation et la création de trafic d'une zone commerciale ou d'un centre commercial.)» capables de générer des flux importants, d'attirer de nouvelles enseignes et de contribuer à la dynamique du centre-ville

## II. Les centres villes possèdent toujours un pouvoir attractif

La tendance touchant de nombreuses villes françaises, mais aussi suisses par exemple, la Swiss Retail Federation<sup>9</sup> a réalisé une enquête sur les habitudes de consommation dans les grandes agglomérations du pays. Celle-ci a révélé que les consommateurs considèrent toujours le cœur des villes comme un lieu d'intérêt particulier et d'achat privilégié. Ils expliquent cette attractivité par l'atmosphère d'achat agréable, la qualité des services et de l'offre commerciale. Ces résultats se confirment également en France. Nous constatons cependant, d'une manière générale, une certaine difficulté à attirer des flux importants de clients en centre-ville. Cela s'explique en partie par un niveau d'exigence attendu toujours croissant, de fait de l'offre concurrentielle des zones commerciales et centres commerciaux en périphérie.

L'étude a de plus, révélé les principales critiques faites aux centres villes face au succès des périphéries commerciales :

- **l'accessibilité.** En effet, les zones commerciales sont très facilement accessibles en voiture, puisque nous pouvons noter la présence quasiment systématique d'un parking au plus proche. Pour faire face à cet "atout" très apprécié des usagers, il est important que l'accessibilité du centre-ville soit de qualité, avec une complémentarité des différents modes de transports et des points multimodaux.
- **les prix pratiqués.** Les surfaces proposées en périphérie étant généralement plus grandes, elles attirent principalement des enseignes franchisées, qui disposent d'une offre de produits conséquente et de la notoriété de la marque. Les prix pratiqués dans ces enseignes sont généralement plus faibles que ceux des commerces indépendants de centre-ville, surtout que le prix au m<sup>2</sup> est moins important dans les périphéries commerciales.
- **la signalisation des commerces.** Que ce soit dans des centres commerciaux ou bien dans des zones commerciales en périphérie, les acheteurs sont guidés par des plans et/ou des panneaux directionnels, ils peuvent ainsi aisément se repérer. Il serait souhaitable d'emprunter ces idées et de les adapter aux centres villes afin d'y faciliter le repérage.
- **le manque d'attractions et d'animations.** A l'occasion d'événements tels que pâques, Noël.. les zones commerciales et centres commerciaux organisent des animations sur ces thèmes. L'expérience a montré que ces événements ou bien des aménagements éphémères ou temporaires, attiraient et généraient de nouveaux flux, plus importants. Il serait donc judicieux

---

<sup>9</sup> association des entreprises de commerce de détail suisse

d'appliquer cette stratégie aux territoires des centres villes en diversifiant les formes et les thèmes pour toucher une plus grande part de la population.

### III. Le cœur de ville manceau : des atouts à valoriser

Un projet de nouvelle zone commerciale à Bener<sup>10</sup> comprenant un Leclerc, un Ikéa ainsi qu'une galerie commerciale avec une dizaine d'enseignes, est prévu pour 2017.



Figure 18 : Photographie du projet de zone commerciale à Bener

Face à ce nouveau projet en périphérie, les commerçants du centre ville réclament des efforts de la part de la municipalité pour la redynamisation de la zone (cf Lettre ouverte annexe 5).

L'aménagement de l'espace public est une réponse possible. En effet, l'expérience montre que de nos jours les achats (non alimentaires ou de première nécessité) sont de plus en plus dictés par le plaisir. La mise en valeur de l'espace public, mais aussi du patrimoine culturel et historique, a des retombées économiques positives pour les commerces de centre ville. Le commerce urbain prend alors

<sup>10</sup> à la limite d'Yvré l'évêque, commune voisine

une dimension culturelle supplémentaire et le “lèche vitrine” devient une activité qui se rapproche du loisir.

Par conséquent, avant de projeter des aménagements futurs en centre ville, il est important de repérer les faiblesses à combler ainsi que les aspects à valoriser dans la zone d'étude.

Aspects à valoriser	Faiblesses à réduire
<b>Morphologie et réseaux du quartier</b>	
<i>Caractéristiques</i>	
Diversité des formes urbaines (places et rues de tailles variées, parcs, quais)  Accessibilité de la zone satisfaisante Continuité patrimoniale, persistance de tracés historiques  Fonctions et offres présentes variées (commerciale, restauration, culturelle..)	Rupture entre la cité historique et le coeur marchand actuel
<i>Usages</i>	
Accueil d'évènements de nature diverse (sportive, musicale, marché ..) participant à l'ambiance du quartier  Lieu de rencontre, de promenade et de vie apprécié	Dominance de l'axe Minimes/République/Bolton/Marchande/centre Jacobins  Stationnement persistant en zone piétonne, inconfort des piétons, problème de lisibilité des vitrines commerciales
<b>Traitement du sol</b>	
<i>Caractéristiques</i>	
Émergence d'un traitement harmonieux depuis l'arrivée du Tramway	Peu de lien et d'harmonie entre la fonction de l'espace et le matériau choisi  Multiplication des revêtements en certains lieux

<i>Usages</i>	
<p>Identité de l'espace</p> <p>Influence sur la lecture de l'espace et la présence de l'utilisateur dans celui-ci</p>	<p>Certains matériaux inconfortables pour les piétons</p>
<b>Signalétique et mobilier urbain</b>	
<i>Caractéristiques</i>	
<p>Mise en place de mobiliers au niveau de lieux de rencontre : places, parc..</p> <p>Début d'harmonisation du mobilier urbain utilisé</p> <p>Présence de mobilier fonctionnel et de mobilier d'agrément</p>	<p>Disposition du mobilier informationnel sans cohérence commune</p> <p>Manque de mobiliers signalétiques aux points stratégiques de la zone</p> <p>Profusion de pancartes commerciales éclectiques et peu esthétiques</p> <p>Manque de mobilier sur de vastes espaces créant un sentiment de vide (places de la République et Jacobins, par exemple)</p>
<i>Usages</i>	
<p>Bancs très utilisés à certaines périodes de la journée (pause du midi, aux alentours de 16h)</p>	<p>Disposition de pancartes publicitaires et/ou commerciales gênant la circulation des passants</p> <p>Mobilier fonctionnel vieillissant délaissé (place de la Sirène)</p>

## IV. Enjeux et pistes de recherche

Pour faire face à une hausse de la fréquentation en périphérie où les espaces commerciaux ne cessent d'augmenter, au dépend du centre-ville, le premier point à traiter est l'identité de ce dernier. Les zones commerciales ou centres commerciaux périphériques ne se distinguent pas les uns des autres, il s'agit de modèles types implantés aux limites des villes sans adaptation particulière ou quête d'originalité. Il est donc important pour les centres villes, pour contrer ces espaces, de travailler sur leur

identité. Si nous nous concentrons sur l'espace du centre du Mans, nous constatons que celui-ci peine à se démarquer des autres villes de même statut et à véhiculer une image singulière et forte de la ville. L'urbanisme fonctionnaliste<sup>11</sup> a eu pour effet de banaliser cet espace public, qui souffre aujourd'hui d'une crise identitaire.

Si nous prenons la définition de l'identité urbaine de Galland (1993), il s'agit du " processus d'agencement et de structuration de l'ensemble des représentations que les groupes sociaux internes et externes d'une ville se font d'elle, de son passé, de son présent et de son avenir, et ceci à un moment donné" . Dans son mémoire sur la reconquête de l'identité urbaine, Marion Durczak conclut sur le fait que *"l'identité urbaine est donc le résultat du jeu des représentations mais elle s'appuie aussi sur des référents physiques et symboliques qui permettent de faire appel au système de valeur commun des usagers internes et/ou externes à la ville. Ainsi, l'identité urbaine se trouve à la frontière entre des réalités physiques (la géographie, l'architecture, la géologie...) et des représentations culturelles et sociales"* . Nous nous appuyerons sur cette définition dans la suite pour penser les perspectives de projet et réfléchir sur les points suivants :

**Comment reconquérir ou révéler l'identité urbaine de l'espace public lors de valorisation du centre ville ? Sur quels moyens et procédés pouvons nous nous appuyer pour cela ?**

Pour répondre à cette stratégie identitaire, il paraît essentiel de concilier unification et différenciation :

- Unir ou réunir, pour les usagers internes (les habitants, pas les touristes), autour d'une Histoire commune du territoire, d'un ancrage.
- Se différencier, pour obtenir une reconnaissance de la part des usagers externes et un sentiment de fierté des habitants, et ainsi être concurrentiel face aux autres villes.

Ces deux aspects seront par la suite déclinés en différents enjeux spécifiques au territoire du centre ville du Mans.

Tout d'abord, il a été relevé qu'une stratégie globale d'aménagement du quartier était essentielle pour la cohérence de celui-ci. En effet, en créant une continuité dans l'ensemble de la zone, elle participera à construire l'identité du quartier. De plus, couplée avec une politique d'harmonisation de l'espace public, elle permettra d'augmenter la lisibilité dans la zone. Des éléments homogènes, un

---

<sup>11</sup> principe selon lequel la forme du bâti doit être le reflet de son usage

mobilier urbain spécifique ou des revêtements de sol par exemple, permettent d'indiquer symboliquement la présence dans la zone et d'identifier les différents espaces implicitement. La normalisation dans l'espace public n'est pas récente. Dès le 19<sup>ème</sup> siècle, Paris se dote de mobiliers typiques tels que les kiosques à journaux, la fontaine Wallace .. qui rendent l'époque et la ville immédiatement reconnaissables.

Ensuite, la stratégie commune d'aménagement de la zone doit prendre en compte l'objectif de démarcation pour attirer des flux externes, mais aussi (re)donner envie aux habitants de pratiquer cet espace. L'un des enjeux pour atteindre cet objectif est de créer une image forte, des éléments symboliques qui caractériseraient la ville. La ludification de l'espace et l'intégration de projets artistiques pourraient être un élément de réponse. Dans la revue Urbanisme ainsi que dans leur ouvrage Comment ludifier nos villes ? , Sonia Lavadinho, collaboratrice scientifique à l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne, et Yves Winkin, professeur à l'Ecole normale supérieure lettres et sciences humaines de Lyon, expliquent le terme de "ludification" qu'ils ont créé à partir des mots "ludique" et "fluidification" . Selon eux, il correspond à "la capacité des villes à augmenter les déplacements en mode doux grâce à un recadrage ludique, éphémère ou permanent, des espaces à traverser". La ludification de l'espace peut se faire de manières différentes et variées : par des aménagements éphémères, le détournement des usages des mobiliers classiques, l'intégration de projets artistiques, l'implantation de mobilier récréatif... Toutes ont le même objectif : susciter la surprise des usagers et transformer la ville en un "terrain de jeu" plus agréable à parcourir. Cette tendance se développe dans de nombreuses villes qui se créent ainsi une nouvelle image, en voici quelques exemples.

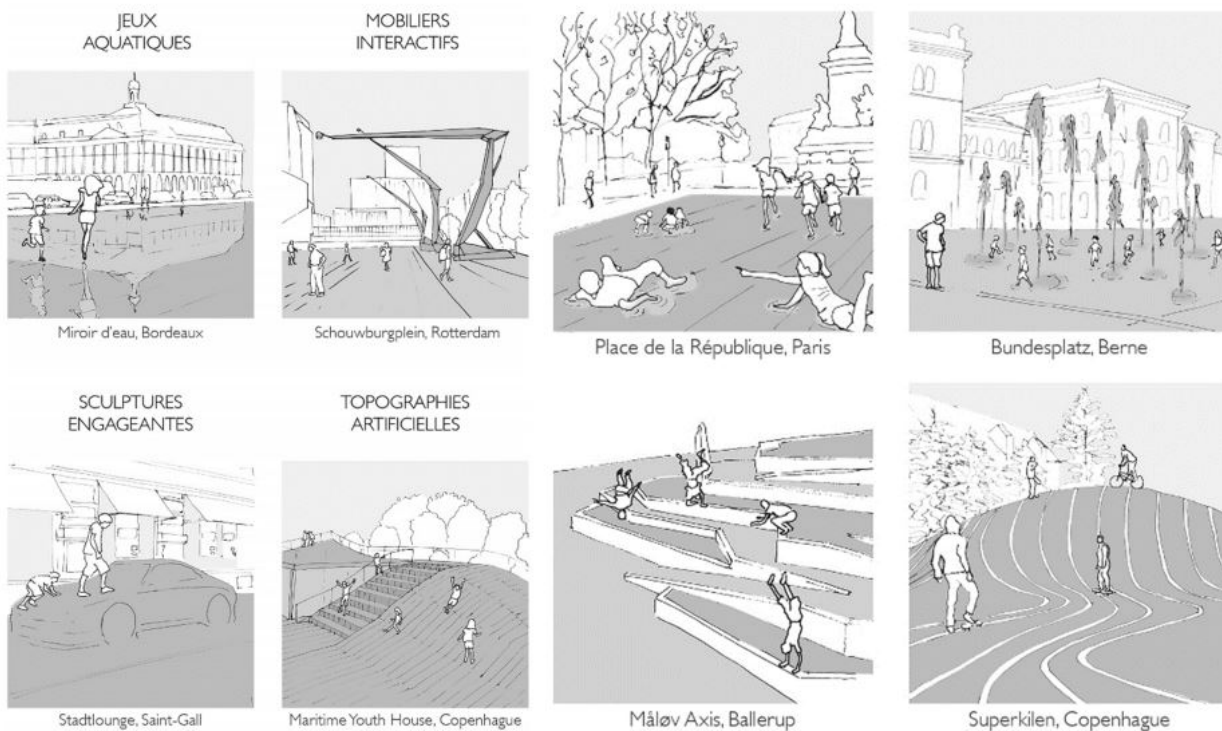


Figure 19 : exemples d'installations ludiques sur l'espace public

Cependant la stratégie de ludification doit être réfléchi : l'aspect ludique et récréatif ne doit pas gêner la lecture et la compréhension des usages, pour que l'objet soit utilisé ou l'espace pratiqué. L'intervention artistique peut faire partie cette stratégie, ou bien elle peut être un outil indépendant pour participer à l'identité d'un territoire. En effet, l'art urbain crée des points de repère. Par la présence d'œuvre(s), le lieu se distingue et acquiert une nouvelle image. Cela permet de caractériser un espace, d'utiliser le travail de l'artiste comme outil de reconnaissance, voire d'appellation. C'est le cas, par exemple de la "place du Monstre" à Tours, appelée ainsi par les usagers en référence à la statue de Xavier Veilham, alors qu'il s'agit en réalité de la place du Grand Marché. Cependant, il faut prendre garde que l'espace public, par définition est accessible à tous, l'œuvre s'impose donc à la vue de tous, contrairement aux musées où les personnes choisissent de s'y rendre. Cela reste toutefois rare, car les œuvres font souvent partie d'opérations d'aménagement éphémères. Néanmoins, fortes de leur succès auprès de la population, ces installations peuvent perdurer ou se répéter, et deviennent alors spécifiques au lieu initial.

La création d'identité devrait s'accompagner d'une diversification de l'offre proposée dans l'espace du centre ville. Nous avons vu précédemment que le profil des usagers actuels était déjà varié, et l'objectif étant d'attirer de nouveaux flux, celui ci doit s'adapter au plus grand nombre. Le "plaire à tous" étant difficile à atteindre, la stratégie la plus immédiate est de diversifier les projets pour répondre aux envies, aux besoins, aux attentes de chacun, idéalement. Aujourd'hui, les personnes attendent une offre personnalisée. L'organisation d'évènements ou d'animations, mais aussi la mise en place d'aménagements éphémères ou temporaires représentent une opportunité pour répondre à cette problématique. Le renouvellement de ces installations permet de générer régulièrement des flux vers le centre ville, et participe ainsi au dynamisme du quartier. La municipalité de Paris a bien compris l'intérêt de cette démarche; chaque été l'emplacement de "Paris plage" change pour amener les personnes sur les lieux où de nouveaux projets urbains ont été réalisés.

# PARTIE C :

Demain, le  
centre ville du  
Mans ? Cœur  
de ville, cœur  
de vie

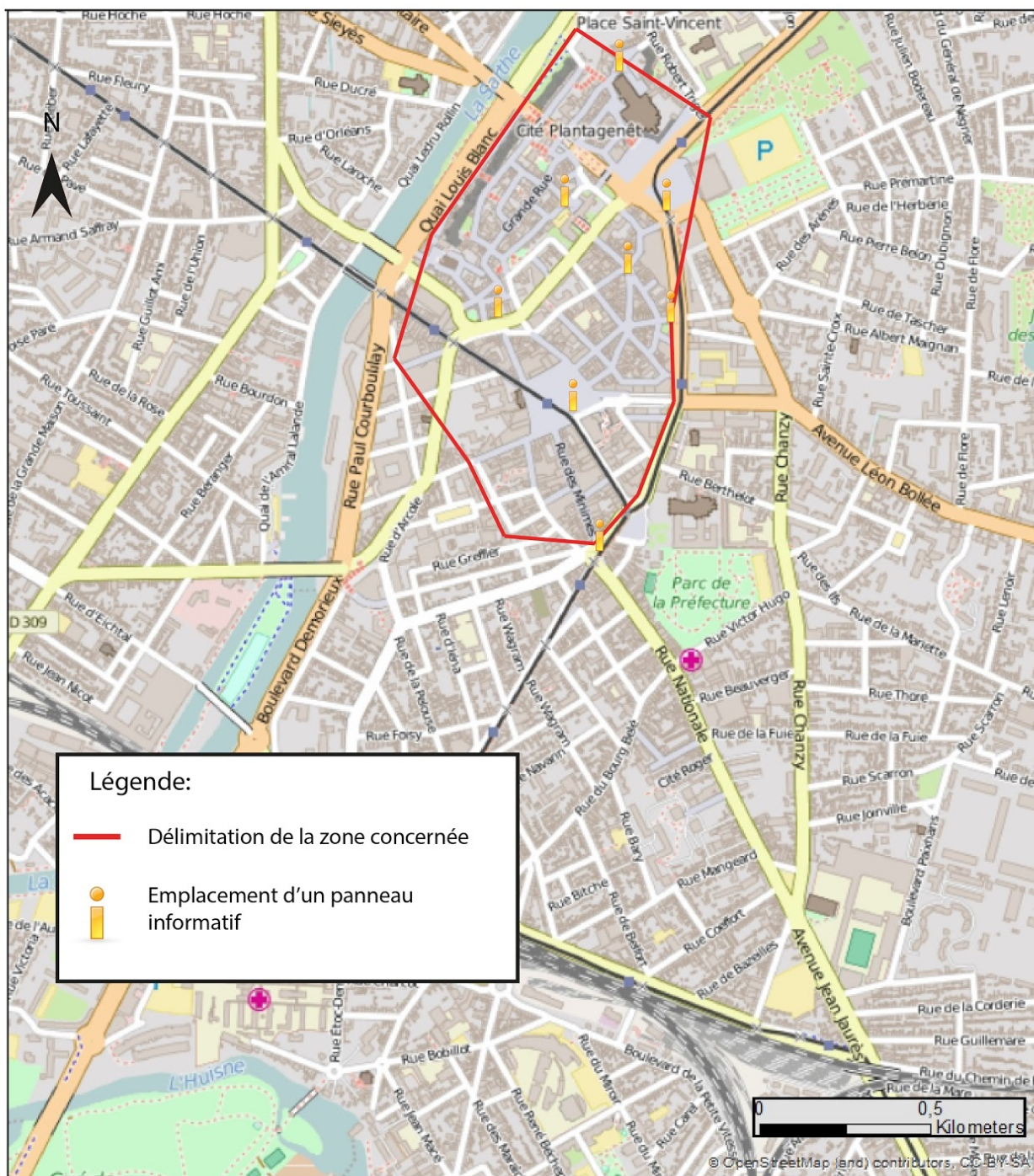
La stratégie adoptée pour proposer des solutions répondant à l'objectif de valorisation et de redynamisation du centre ville, est de proposer une politique globale d'aménagement pour l'ensemble du quartier, et de présenter des projets spécifiques en des lieux prioritaires en s'appuyant sur un phasage. L'enjeu des propositions est à la fois de résoudre les dysfonctionnements évoqués, mais également de révéler les potentialités des lieux. Afin de répondre au mieux aux enjeux du quartier énoncés, les suggestions d'aménagements s'appuieront sur des projets réalisés dans différentes villes, des exemples avec des retours positifs à adapter à la zone d'étude.

### I. Politique globale pour le centre ville

Nous avons vu précédemment que le centre ville du Mans souffrait d'un délaissement de ses usagers au profit des centres commerciaux en périphérie. A partir de ce constat, il apparaît que le quartier doit être repensé en tenant compte des aspects appréciés dans la pratique de ces espaces périphériques. L'élément principal contribuant à leur succès et à transposer dans la zone d'étude, est la mise en valeur des commerces. Afin d'y parvenir, nous devons **mettre en évidence le réseau de commerces existant**.

Pour cela, nous sommes partis de l'observation que chaque galerie commerciale ou zone commerciale dispose d'un plan référençant et classant par nature l'ensemble des commerces présents. Ils y sont disposés aux points stratégiques ; entrées, croisements.. L'idée est alors d'adapter cet élément, et de créer un plan des commerces en définissant un jeu de couleurs caractéristiques selon le type d'offre qu'ils proposent. Les plans seront mis en place à l'entrée du secteur commerçant, au niveau des lieux de passage à forte fréquentation (voir proposition de disposition) et intégrés au mobilier urbain actuel selon la gamme proposée, accompagnés si possible de bancs permettant d'utiliser cet outil confortablement. En effet, le mobilier urbain manseau est maintenant choisi dans une gamme précise de l'entreprise JC Decaux, le nouveau mobilier doit donc faire partie de celle ci. Les panneaux indicatifs permettent de **situer et d'informer l'usager**. Celui-ci se sent alors dans un espace organisé où son déplacement est facilité.

## Proposition d'emplacement des panneaux informatifs



Source : FOREAU Clémence

Figure 20 : proposition d'emplacement des panneaux informatifs

Les galeries commerçantes se caractérisent aussi par une harmonisation des enseignes des différents commerces. Le centre ville du Mans peut adopter cette démarche en équipant l'ensemble des magasins de panneaux drapeaux uniformes. Cela permet de créer une unité visuelle dans les rues, et aide les usagers à se repérer en intégrant le code couleurs indiqué sur les plans.

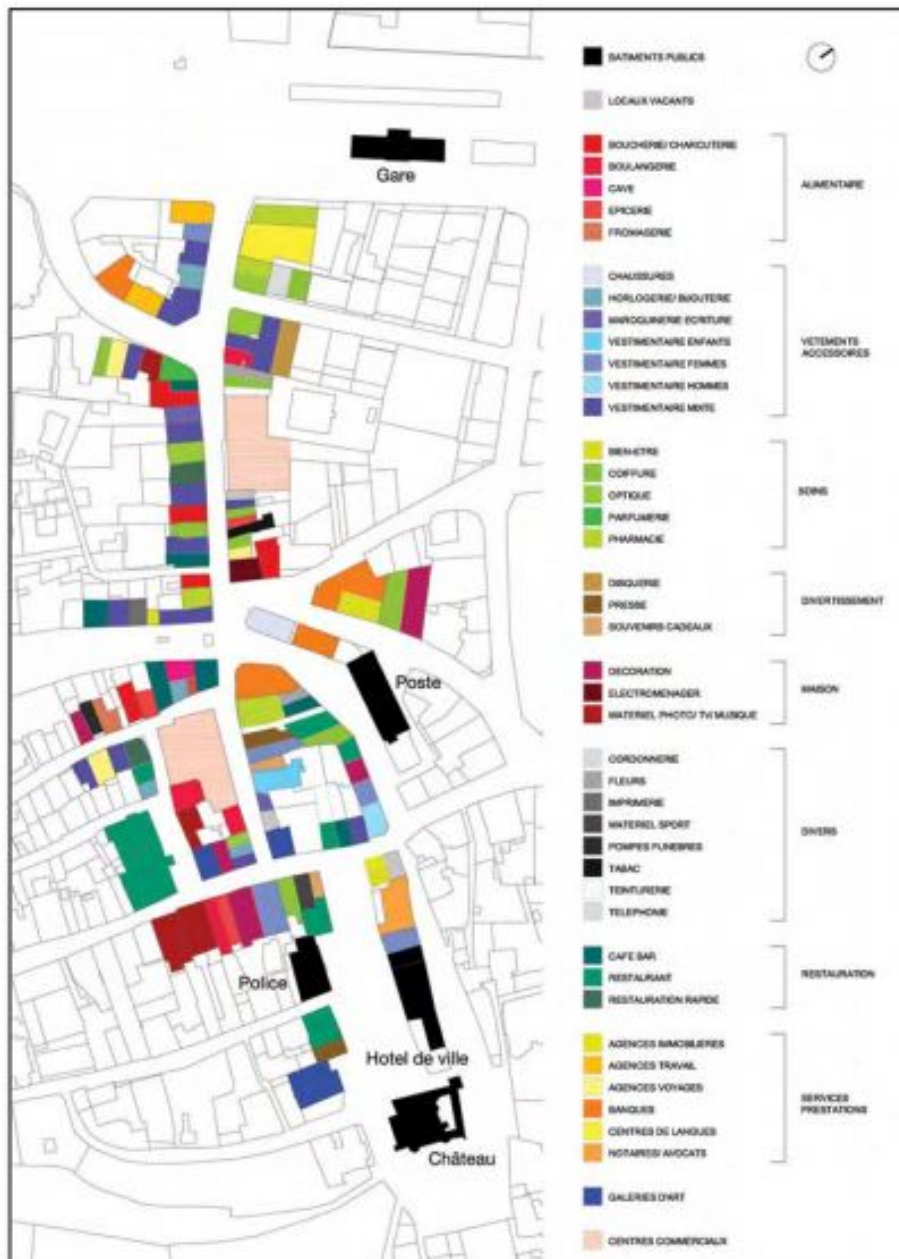


Figure 21 : plan de commerces adapté à l'échelle de la ville, ici Nyon, Suisse



Figure 22 : exemple d'enseignes accordées au plan de commerces

La recherche sur la signalétique du réseau de commerces doit être complétée par un travail sur l'esthétique matériel de l'espace public. L'analyse a fait ressortir la nécessité d'une réflexion sur le rôle des matériaux dans la **définition de l'espace et des flux**. Ils sont un repère visuel qui permet de connaître la nature de l'espace dans lequel l'utilisateur se trouve, et par conséquent la réglementation, les normes qui y sont liées. Par conséquent et dans un premier temps, le secteur piétonnier doit bénéficier d'un revêtement particulier. Avec les récents travaux, nous pouvons observer qu'une uniformisation du sol à débiter (voir photo rue Marso et Inès). Il est alors souhaitable que ce traitement s'étende à l'ensemble de la zone.



Figure 23 : photographie de la HAUREAU (source : personnelle)

L'amélioration du traitement au sol doit s'accompagner d'une revalorisation des façades. Engager une politique de grands travaux qui aurait pour conséquence de rendre le centre ville encore moins attractif durant le temps du chantier, serait contre productif. Pour résoudre ce problème, la ville de Poitiers dans son projet "Cœur d'agglomération" a mis en place un programme d'ensemble basé sur des démarches de ravalement individuelles. L'opération a eu des retours positifs, la municipalité mancelle peut donc s'en inspirer et l'adapter à la zone de notre étude. Il s'agit de définir un périmètre prioritaire où le ravalement serait obligatoire, et de décliner différents périmètres selon le degré de vétusté des façades. Ces délimitations devraient être en lien avec un programme d'aides financières accordées proportionnellement par la municipalité. Une plaquette d'informations serait distribuée dans les boîtes aux lettres du quartier, indiquant aux habitants qu'ils doivent contacter un architecte des bâtiments de France afin d'être conseillé avant de débiter les démarches (cf plaquette des façades Poitiers en annexe 6)

Le programme de ravalement des façades pourra intégrer la végétalisation de certaines d'entre elles. Concept en développement depuis quelques années, il possède des avantages d'un point de vue environnemental et de la protection du bâti. En effet, la végétation protège les façades des intempéries et de l'impact des rayonnements solaires. Son intérêt principal reste toutefois l'aspect environnemental; les végétaux sont de véritables retenues d'eaux de précipitation, qu'ils restituent ensuite dans l'atmosphère, ce qui permet de réduire le ruissellement et par conséquent le risque inondation. En ce qui nous concerne, dans le centre ville du Mans, il s'agit plutôt de tirer profit la capacité régulatrice hygrothermique. Même si la ville n'est pas la première touchée par le réchauffement climatique, l'objectif est de démocratiser cet outil tout en ayant une vision à long terme. Les plantes abaissent la température ressentie ; une couverture végétale épaisse de dix centimètres permet de réduire la température extérieure d'un mur d'environ 7°C en comparaison à un mur nu, tout en améliorant la qualité de l'air. En plus de ces différents avantages, l'intégration de façades végétalisées répondrait aux attentes des usagers pour un retour de la nature en ville. En effet, la minéralisation totale des places et la suppression de certains arbres a fait l'objet de débats au sein de l'opinion publique.

Le troisième point de recherche dans le désir de rendre visuellement agréable le secteur est donc la végétalisation. La végétation apporte une réelle plus value à l'esthétisme urbain. L'objectif est d'être en accord avec la politique actuelle d'espaces de liberté, et en particulier de liberté de mouvement. Pour cela, l'implantation de nature ne doit pas devenir un obstacle au passage des usagers. Il est alors préconisé de l'intégrer de manière régulière et par "petites touches".

Enfin, la politique globale d'aménagement pour le centre ville doit produire des éléments favorisant l'attractivité du quartier et générateurs de flux. Nous avons vu précédemment que la mise en place d'aménagements temporaires ou éphémères sur l'espace public génère régulièrement de nouveaux flux. Proposer par exemple à des artistes locaux, des classes d'écoliers... ou tout simplement aux personnes le désirant de disposer d'un périmètre sur l'espace public qu'ils pourront aménager selon leur envie, et le partager avec les passants, est un exemple d'opération possible. Le second intérêt du programme est qu'il sert de reflet des attentes des usagers, tout en favorisant leur appropriation de l'espace public. Ce concept s'inspire du "parking day" qui est *"un évènement mondial ouvert à tous [...] et qui consiste à transformer temporairement des places de parking payantes en espaces végétalisés, artistiques et conviviaux"*.



Figure 24 : Photographie du Parking-Day

Il est l'occasion de réfléchir au partage de l'espace public, de formuler des propositions urbaines pour demain, tout en imaginant de nouveaux usages. Les périmètres dédiés à ce projet pourront varier pour que les usagers puissent découvrir ou redécouvrir, autrement différents lieux de l'espace public. Nous pouvons noter cependant qu'une implantation sur les places de la République ou des Jacobins apporterait une solution au vide ressenti par les passants.

La deuxième proposition est de mettre en place un parcours dans le centre ville grâce auquel les habitants et les touristes pourront sillonner la ville et la découvrir autrement. En effet, des étapes intégrant des œuvres artistiques ou au niveau d'éléments (culturels, patrimoniaux..) caractéristiques ou insolites de la ville ponctueraient le tracé. Cette suggestion mêlant le concept du "voyage à Nantes"<sup>12</sup> et celui des parcours touristiques "traditionnels", attireraient des profils de personnes variés. Elle serait

<sup>12</sup> parcours urbain mis en place depuis plusieurs années, mêlant œuvres d'art et lieux insolites de la ville

organisée sur une certaine partie de l'année, idéalement à partir de Juin pour toucher le public des 24h du Mans, et se terminerait fin septembre. Le parcours ferait l'objet d'évolution au fil des années.

Dans le contexte actuel de fréquentation du centre ville, il est primordial d'attirer des flux de personnes, cependant il faut que le temps passé soit agréable pour qu'elles aient envie d'y revenir. Des outils simples à mettre en place et peu coûteux tels que le wifi gratuit ou encore la diffusion de bandes sonores, participent au confort et au bien être des utilisateurs.

L'objectif de la politique commune est de créer un espace cohérent, dynamique et dont la pratique est agréable. Si les mesures prises sont efficaces, il serait souhaitable d'agrandir la zone piétonne actuelle. Dans un premier temps, il faudrait piétonner le "haut" des rues Nationale et Général Leclerc, anciennes rues commerçantes très fréquentées. Cet aménagement entraînerait la mise à jours du plan de circulation.

La stratégie globale n'est cependant pas suffisante pour répondre aux enjeux énoncés précédemment. Une attention particulière doit être portée sur des lieux prioritaires à identifier. L'analyse du diagnostic réalisé a permis de les hiérarchiser : *la rue des Minimes, la place de la sirène, la rue et l'escalier des ponts neufs, les places de la République et Jacobins, et enfin un aménagement plus conséquent celui de la place d'Alger.* Cette hiérarchisation se base sur une réflexion personnelle, elle est donc subjective. Il serait intéressant de soumettre la question aux usagers, premiers concernés par le projet. A noter que les suggestions qui vont suivre ne sont pas des solutions finies et figées. Elles représentent une base de propositions pour susciter la discussion.

## II. La rue des Minimes

L'espace à traiter en priorité, selon les observations et la discussion avec les passants, mais aussi d'après le personnel du service urbanisme de la mairie, est la rue des Minimes. Si l'agrandissement du secteur piéton est réalisé, les aménagements de la rue devront s'étendre au début de la rue Nationale, créant ainsi un réel axe commerçant structurant.

La rue étudiée appartient au secteur piéton, par conséquent et selon la stratégie commune d'aménagement du quartier, le projet doit prendre en compte les éléments d'uniformisation ; le sol devra donc être beige et pavé, les enseignes commerciales devront être semblables au modèle défini et un plan des commerces devra être installé à chaque entrée de la rue.

Néanmoins, la rue doit affirmer sa place d'axe commerçant principal, et le statut qu'elle lui confère. Il faut qu'elle se différencie, qu'elle soit reconnaissable, les stratégies identitaires évoquées précédemment sont donc applicables. La rue étant perçue comme sombre et froide, il a été privilégié un travail au sol plutôt qu'aérien pour avoir un maximum de luminosité, puisque la rue est plutôt étroite (sept mètres) et les bâtiments hauts (de R+1 à R+6). Celle-ci sera par ailleurs accentuée par la couleur claire du revêtement. Afin de ludifier l'espace, c'est à dire de le rendre ludique sans gêner son parcours, l'idée est de disposer aléatoirement des cubes de taille et de couleur variées au centre de la rue ainsi que sur les côtés. Les éléments à proximité des vitrines seront plus bas pour que celles-ci restent visibles. Cette variation des tailles crée visuellement un rythme. Telles les colonnes de Buren dans la cour d'honneur du palais royal à Paris, les cubes laissent leur appropriation libre. Les usagers peuvent investir le lieux selon leurs envies ; ils peuvent s'asseoir, sauter, grimper..



Figure 25 : Photographie de la cour d'honneur du Palais royal à Paris

De plus certains cubes, ou parallépipèdes rectangle plus précisément, accueilleront de la végétation prenant ainsi la fonction de jardinières. Cet apport de nature fait sens aux mesures annoncées dans la stratégie globale.



Figure 26 : Vue global du projet sur la rue des Minimes (source : personnelle)

### III. Escalier et rue du pont neuf

Dans l'analyse du diagnostic, une fracture a été notée entre la cité Plantagenet, cœur historique et le cœur de ville marchand actuel. Cette séparation est marquée par l'avenue de Rostov-sur-le-Don. Il est important de gommer cette délimitation pour inviter les usagers du centre ville à se rendre dans le Vieux Mans, et inversement pour les visiteurs du secteur historique. L'ensemble constitué de l'escalier et de la rue des ponts neufs est un lieu clé du à sa situation géographique, pour créer un lien entre les deux zones. Ce lien peut se faire de façon visuelle, avec par exemple un motif continu au sol entre l'escalier et la rue.



Soucre: FOREAU Clémence

**Figure 27 : proposition de recouvrement de l'escalier**

Le projet apportant une dimension originale au lieu, attirera le regard, et par conséquent les passants. Il pourra également faire du lieu un symbole de la ville et devenir un repère pour les habitants. Cependant, la démarche doit être complétée par des procédés d'informations. Par exemple, le fait d'intégrer la cité Plantagenet et ses commerces aux plans du centre ville répartis sur l'ensemble de la zone, permet au quartier historique d'être assimilé comme composante à part entière du centre ville par les passants.

### IV. Place de la sirène

La place de la sirène, par sa taille et son ambiance, se rapproche d'une "place de village" en comparaison à la Place de la République ou celle des Jacobins qui lui est voisine. Située sur le trajet entre les deux places principales, elle constitue un lieu de repos et de détente apprécié des usagers, en particulier grâce à la présence de végétation et mobilier de repos et d'agrément. Cependant, ce dernier se dégrade et, d'après des observations, est de moins en moins utilisé. L'analyse des déplacements dans cet espace montre qu'ils sont un obstacle dans le parcours des passants.

Pour contrer cette tendance, l'objectif est de réactualiser le mobilier urbain pour ainsi libérer les flux piétons contraints aujourd'hui par la disposition du mobilier actuel, tout en préservant la dimension "nature" plébiscitée.

La fontaine présente sur la place depuis le 20<sup>ème</sup> siècle et rappelant le nom de celle-ci est un élément auquel les usagers sont attachés, d'après leurs témoignages. Il est donc important de la conserver, ou du moins son "esprit". L'idée est de proposer un chemin d'eau avec des jeux d'eau, en continuité de la fontaine.

La végétation étant appréciée, et afin de donner un caractère unique à la place dans le quartier, de la pelouse serait disposée au sol. Le mobilier vieillissant sera remplacé par du mobilier ludique implanté sur le gazon.

De plus, pour que l'espace vert ne gêne pas la circulation des passants, des pierres indiquant un chemin seront mis en place à l'intérieur de celui-ci. Le dessin du tracé sera rectiligne, puisque les passants choisissent toujours le chemin le plus direct.

## V. Places de la République et Jacobins

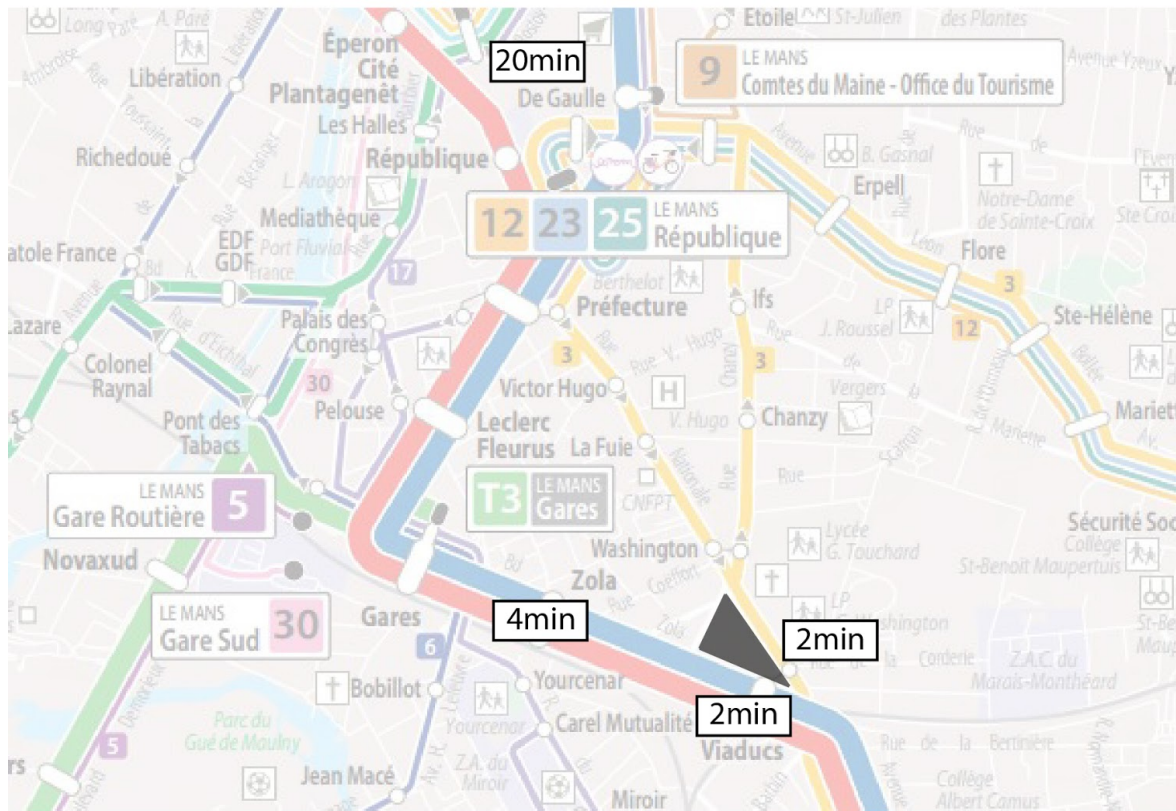
Des travaux de réaménagement récents y ont été effectués, cependant un sentiment d'espace vide ressort à certains moments de la journée ou de la semaine. Il serait alors imaginable d'agrémenter ces lieux de mobilier urbain mobile, pouvant être déplacé lors de manifestations, comme cela a été le cas à Poitiers, par exemple.



Figure 28 : Photographie de la place de l'hôtel de ville à Poitiers

## VI. Place d'Alger

Un dernier lieu stratégique serait à prendre en considération, à plus ou moins long terme, dans la politique de réaménagement du centre ville. Il s'agit de la place d'Alger. Aujourd'hui excentrée et fréquentée principalement pour sa fonction de stationnement, elle représente un potentiel pour l'avenir du quartier. En effet, le contexte socio économique et environnemental actuel tend à une réduction massive de la présence automobile dans les centres-villes. Il serait possible de mettre en place des "parkings relais intermédiaires" à proximité de station de tramway ou arrêt de bus, sur lesquels des panneaux interactifs indiqueraient le temps de marche pour rejoindre les transports en commun ou le centre ville. La transformation de l'espace rue de la mission en un tel parking comblerait amplement la suppression du stationnement sur la place d'Alger. Celle-ci pourrait alors faire l'objet d'un réaménagement et ainsi obtenir le statut de troisième place structurante.



Source: FOREAU Clémence

Figure 29 : Approximation des temps de marche depuis la place de la Mission

# CONCLUSION

L'analyse urbaine de l'espace public du centre ville du Mans a mis en évidence un espace diversifié en terme d'équipements, de pratiques et d'activités. Cette diversité est à prendre en considération pour penser l'avenir du quartier. Néanmoins elle reste une richesse et un potentiel certain à mettre en valeur.

Nous assistons cependant depuis quelques années à la dévitalisation progressive du centre ville. Ce constat est notamment soulevé par les commerçants du quartier, qui se sentent dépossédés d'une part de leurs clients, qui préfèrent l'offre proposée en périphérie dans les zones et centres commerciaux. La réponse à ce problème ne doit pas être uniquement d'ordre économique, un travail sur l'espace public est une solution possible.

Pour contrer la concurrence périphérique, il est important de mettre en place une stratégie identitaire, et celle-ci doit être globale pour la cohérence du quartier. La proposition faite se décline en deux axes. Le premier consiste à réunir les habitants autour du centre ville, pour cela une harmonisation de l'espace public permettra de gagner en lisibilité tout en mettant en valeur le patrimoine existant. Quant au second, il vise à se démarquer des villes concurrentielles. Afin d'y parvenir, le projet suggère de diversifier l'offre proposée dans l'espace public et d'intégrer des éléments de ludification et/ou artistiques, créateurs d'identité.

L'objectif final de la requalification du centre ville est d'inciter l'ensemble des usagers, internes ou externes à la ville, à réinvestir l'espace du centre ville devenant ainsi espace de vie agréable et apprécié, et ce de manière durable.

## Bibliographie

Fourny M.C. (2008). Identités et aménagement du territoire. Modes de production et figures de l'identité des territoires dans les recompositions spatiales. In : Les stratégies identitaires de conservation et de valorisation du patrimoine. Thuriot F., Nemery J.C., Rautenberg M., Paris, pp. 101-114

Choay F., Merlin P. (1996). Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement. Presses Universitaires de France, Paris, 863 p.

Stein V. (2003). La reconquête du centre ville : du patrimoine à l'espace public. Thèse en sciences économiques et sociales, mention géographie, Université de Genève, Genève, 375 p.

Stock M. (2012). Construire l'identité par la pratique des lieux. In : Chez nous. Territoires et identités dans les mondes contemporains. Biase A et Rossi C. (éd), Paris, pp. 142-159

Lavadinho S., Winkin Y.(2012). Vers une marche plaisir en ville. Certu, 275p.

Denèfle S.(2008) Femmes et villes. 460p.

Becking C. (2012) L'art en milieu urbain : l'organisation de l'éphémère dans la ville. Projet de fin d'études, Polytech Tours, Tours, 82p.

Ministère de l'équipement, du logement, des transports et du tourisme (1996) La composition urbaine, note et essai bibliographique, 79p.

Gasnier A. () Commerce et dynamique de centre ville: l'exemple du Mans In: Norois, n°187, 2000-3. pp. 353-366.

Berdoulay V. Clarimont S. (2005) Espaces publics et mise en scène de la ville touristique, rapport final de recherche, direction Vlès V., Ministère délégué au Tourisme, Université de Pau et des Pays de l'Adour.

Urbanisme n° 366 (2009)

# Annexe 1

### Fiche de lecture 1 :

*Espace public: à la reconquête d'une identité urbaine* - Mémoire de fin d'études d'ingénieur de l'institut supérieur des sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage, de Marion DURCZAK (2014)

### L'auteur :

Marion DURCZAK a rédigé son mémoire à la suite de son stage de fin d'études au sein de l'agence APS, qui développe des projets urbains de maîtrise d'œuvre. Le stage a duré 6 mois, et lui a permis d'intervenir dans différents projets ; concours de ré-aménagement, études préliminaires, schéma directeur.. Ces travaux lui ont servi de base de réflexion dans la rédaction de son rapport.

### Résumé :

L'élément essentiel à retenir de ce mémoire est que l'identité urbaine apparaît donc comme le reflet du besoin paradoxal de la différenciation et de la réunion. Grâce une recherche sur les espaces publics de centre ville, les villes tentent de reconquérir une identité urbaine pour produire un cadre de vie agréable, apprécié, porteur de sens pour les usagers, mais aussi pour développer des particularités permettant de se distinguer des villes en concurrence. L'expression de la singularité pour un espace public en centre ville passe par la création d'une vitrine urbaine, mettant en scène la dynamique, la vie, les caractéristiques et les aspirations de la ville. L'identité se révèle dans les représentations et la pratique de l'espace par les usagers; l'espace porteur d'identité, doit être vécu.

### Apport pour le PIND :

Le rapport, et sa bibliographie, m'ont permis de mieux cerner le concept d'identité urbaine, et les points essentiels qui la composent. Il a également été une source d'idées pour aborder et développer des stratégies identitaires.

# Annexe 2

## Fiche de lecture 2

Vers une marche plaisir en ville- Certu, coordination Sonia LAVADINHO et Yves WINKIN (2012)

### Auteurs

Le CERTU, centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques, est une composante du Cerema, centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement. Ancien service du Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de la mer, il se constitue d'une équipe de près de 170 personnes composée d'ingénieurs, d'urbanistes, de sociologues, de paysagistes, d'architectes .. dont le rôle est de publier des ouvrages sur le domaine pour aider et informer les collectivités par exemple.

L'ouvrage étudié a été rédigé par Sonia Lavadinho, collaboratrice scientifique à l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne, et Yves Winkin, enseignant à l'Ecole normale supérieure lettres et sciences humaines de Lyon. Tout deux se sont spécialisés dans l'étude de la marche en ville, et les outils disponibles pour faciliter

### Résumé

Le livre en se basant sur de nombreux exemples européens, voire internationaux, tente de répondre à la question du partage, de la cohabitation dans l'espace. Il est un outil pour comprendre la place accordée à la marche à la ville, mais aussi les moyens possibles de donner envie de pratiquer la marche.

### Apport au PIND

La ludification, contraction de "ludique" et "fluidification", est présentée comme l'un des outils pour rendre agréable la marche. Les différents exemples présentés m'ont permis de mieux identifier cette "méthode" et ses composantes. Ils ont également constitué une base de réflexion pour les propositions de projets.

Annexe 3

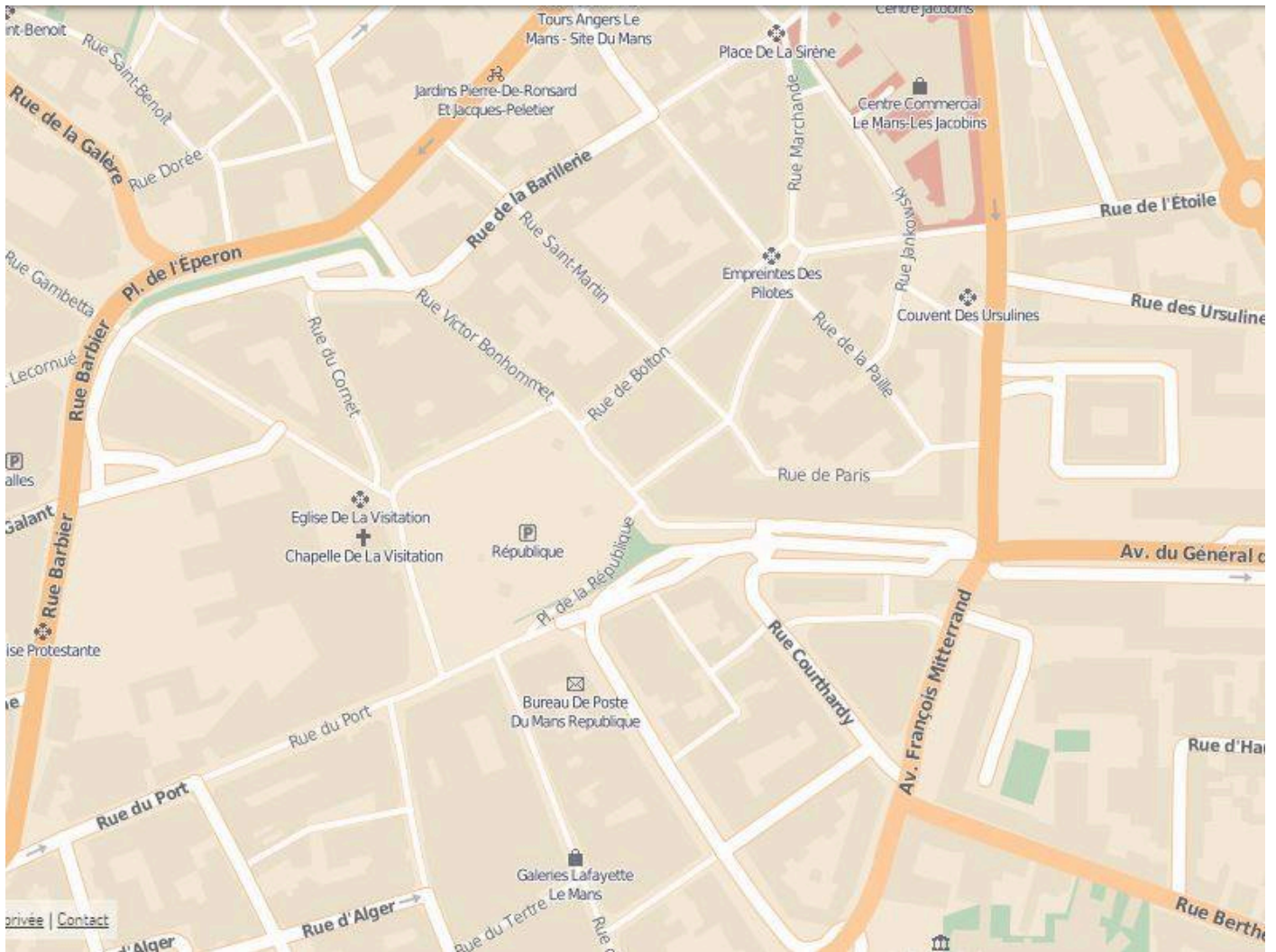


Figure 30 : Plan du centre-ville du Mans (source : MAPPY)

Annexe 4

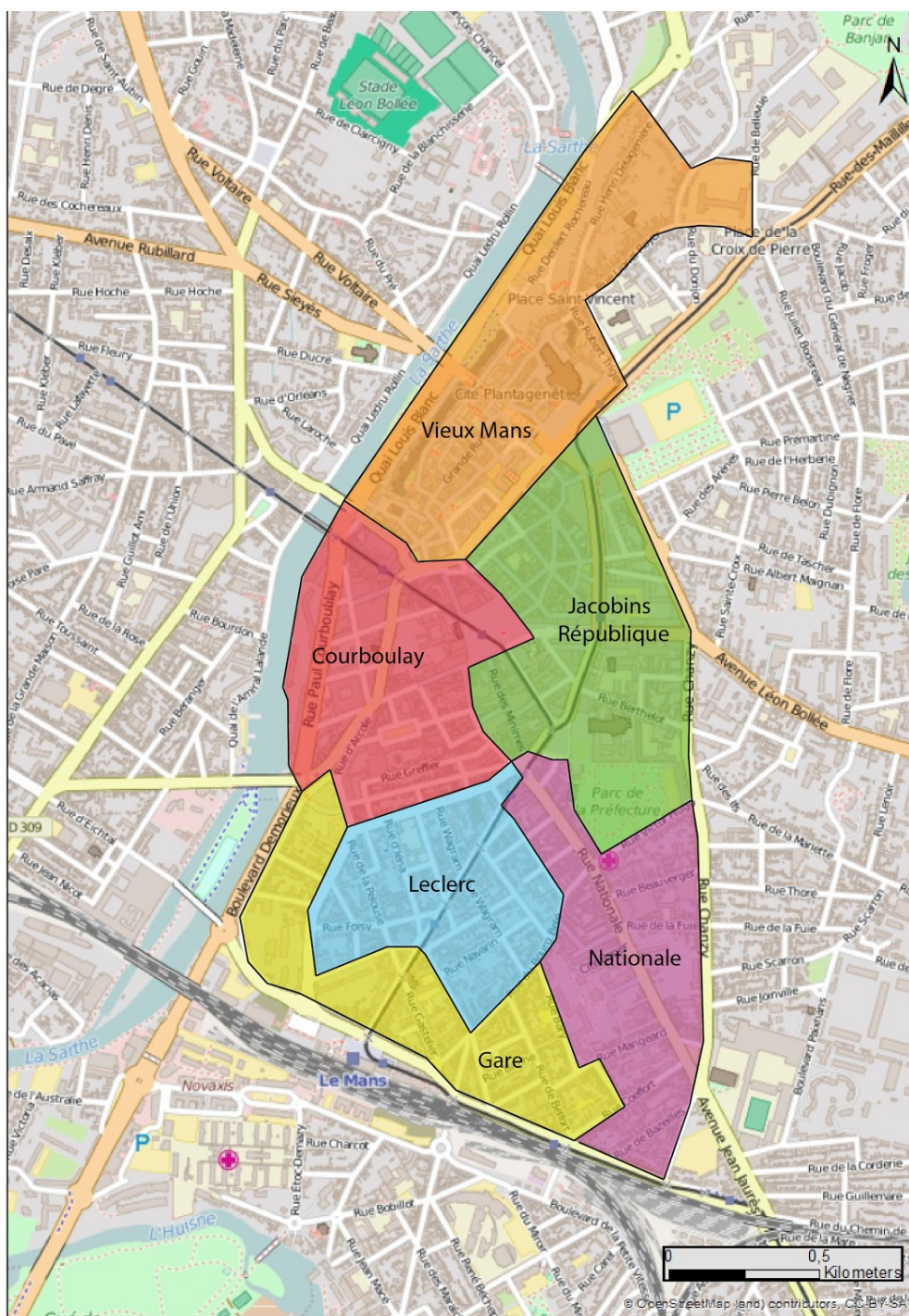


Figure 31 : Les IRIS du centre-ville selon l'INSEE

## Annexe 5



### Lettre ouverte des Commerçants et Artisans du Centre-Ville du Mans

Le Mans le 05 octobre 2015,

Monsieur le Sénateur-Maire du Mans et Président de Le Mans Métropole Jean Claude BOULARD,  
Madame la Député, Conseillère communautaire et déléguée au Développement commercial, Françoise DUBOIS

Monsieur le Président de la Chambre de Commerce et d'industrie de la Sarthe Noël PEYRAMAYOU,  
Monsieur le Président de Cénovia Jacques GOUFFE,  
Monsieur Rémy BATIOU, délégué à la mobilité à Le Mans Métropole

La situation **économique et sociale** du Commerce et de l'Artisanat dans le Centre-Ville du Mans (17.000 emplois en jeu) est maintenant passée de préoccupante à grave, comme nous l'annonçons depuis déjà des mois et des mois...

L'arrivée du projet commercial concurrent « Bener » en fin d'année 2014, pour lequel **manséa** a choisi de ne pas s'opposer, a été entre autre pour nous le moyen d'attirer votre attention sur les problèmes existants auparavant, et ceux à venir, en lien direct ou non avec ce projet.

Parmi les thèmes les plus préoccupants, nous avons relevé :

- **L'accessibilité** (voies d'entrées, jalonnement dynamique,...)
- **La mobilité** (rééquilibrage des modes de transport, concomitance de temps Tram-véhicules, élargissement des voies,...)
- **Le stationnement** (parkings d'ouvrage et de surface, jalonnement dynamique, mise en valeur des ouvrages,...)
- **L'attraction visuelle** (La réfection des rues, aménagements urbains,...)
- **L'adaptation au numérique** (antennes « WIFI gratuit », parkings connectés, Conciergerie,...)

Ainsi sur l'ensemble de ces sujets, nous nous sommes rencontrés lors de réunions spécifiques, à plusieurs reprises et en divers lieux, (Novembre 2014 à la CCI du Mans, 02 Février 2015 à la CCI du Mans, 13 mars 2015 à la Mairie du Mans, 10 Avril chez Cénovia, 16 Avril 2015, 7 mai 2015 à la Mairie du Mans).

Nous vous avons remis spécifiquement un dossier de sauvetage du Centre-Ville, rédigé avec pragmatisme et réflexion, et daté du 22 janvier 2015. *L'extrait de Ce document est lisible à l'adresse suivante:* [www.manse.fr/lettreouverte](http://www.manse.fr/lettreouverte)

Monsieur Le Sénateur-Maire, vous avez répondu à ce dossier par un courrier daté du 1<sup>er</sup> Juin 2015, dans lequel vous validez les actions suivantes :

- Élaboration d'un jalonnement dynamique des parcours d'accès en Centre-Ville

## Annexe 6

### Elaborer son projet et entreprendre des démarches



#### Comment élaborer votre projet de ravalement ?

**Un seul contact pour toutes les démarches: le conseiller patrimoine**  
Quels sont les travaux à entreprendre ? Dans quel délai il convient de les entreprendre ? Comment s'y prendre ? Quelles pièces administratives présenter ?

Pour toutes vos démarches techniques et administratives, le conseiller patrimoine est à votre disposition au Point d'Information Poitiers Cœur d'Agglo au 8, rue des Grandes Ecoles. Il vous aide au montage des dossiers administratifs (demandes d'autorisation diverses) et d'aides financières.

Au-delà de la problématique des façades, le conseiller patrimoine peut assister les propriétaires qui souhaitent bien évaluer leur logement (amélioration énergétique, accessibilité, conditions de confort, extensifs, etc.).

#### Les démarches

##### 1. La demande d'autorisation d'urbanisme

Les travaux de ravalement doivent faire l'objet d'une déclaration préalable.

Si les travaux sont plus importants et engagent une restructuration du bâti, un permis de construire peut être nécessaire.

##### 2. La demande d'aides financières

Le dossier est à déposer en même temps que la demande d'autorisation au titre de l'urbanisme, au guichet « permis de construire » de l'Hôtel de Ville de Poitiers. Il se compose de :

- une lettre de demande d'aides financières,
- un descriptif sommaire de la façade et des travaux.

- le coût du projet et sa décomposition par poste,
- un plan de financement si d'autres aides sont attendues,
- la dernière attestation fiscale concernant l'impôt sur les revenus.

Des formulaires et modèles sont disponibles pour ces pièces (sauf impôts).

##### 3. La demande d'autorisation d'occuper le domaine public

Si une occupation du domaine public est à prévoir (échafaudage, benne, véhicules de chantier...), une autorisation spéciale est à demander à l'Hôtel de Ville de Poitiers. Elle donne lieu au versement d'une redevance. Ces formalités sont en général accomplies par les entrepreneurs qui doivent s'engager sur leurs dates d'intervention.

### Textes et contact

#### Les textes

##### → Code de la construction et de l'habitation (Articles L132.1 à L132.5 et R132.1)

Le code impose à tout propriétaire de ravaier sa façade régulièrement.

##### → Délibération du Conseil Municipal du 30 juin 2008

Elle définit les principes de la politique de ravalement des façades à Poitiers.

##### → Arrêté préfectoral du 16 décembre 2008

Il inscrit Poitiers sur la liste des communes autorisées à faire procéder au ravalement des immeubles situés sur leur territoire.

##### → Délibération du Conseil Municipal du 19 janvier 2009

Elle définit les aides au ravalement des façades.

##### → Arrêté du Maire de Poitiers du 26 janvier 2009

Il définit le premier périmètre de ravalement et les conditions de mise en œuvre de l'obligation.



#### Contact

Pour toutes les démarches, un seul contact  
Chargé de mission rénovation du patrimoine  
Téléphone : 05 49 52 38 98  
Adresse électronique : [pio@agglo-poitiers.fr](mailto:pio@agglo-poitiers.fr)

Une seule adresse  
Point d'Information Poitiers Cœur d'Agglo  
8, rue des Grandes Ecoles  
86000 Poitiers



## Ravalement des façades

Une action  
du programme  
Poitiers Cœur d'Agglo

Une action du programme Poitiers Cœur d'Agglo  
Le périmètre de ravalement obligatoire  
Les aides financières  
Élaborer son projet et entreprendre les démarches  
Textes et contacts

## les façades ?

Dans une ville, la qualité des façades contribue à la perception de l'espace urbain. En particulier lorsque le patrimoine bâti est omniprésent et d'une grande diversité, l'aspect des façades conditionne largement l'impression que l'on a de l'espace public et de la ville en général.

Le centre-ville de Poitiers est couvert par un secteur sauvegardé. Sur ce périmètre, l'Etat et l'Agglomération de Poitiers élaborent une

politique de mise en valeur du patrimoine traduite dans un document stratégique, le Plan de sauvegarde et de mise en valeur. Le Conseil municipal de Poitiers a décidé de mettre en place un ravalement obligatoire des façades sur un premier périmètre.

Sont concernés les immeubles situés autour des espaces publics aménagés dans le cadre de Poitiers Cœur d'Agglo.

## Périmètre de la campagne de ravalement obligatoire



- 1 La place du Maréchal Léclerc dans sa totalité, les rues Lebasclès et Claveurier dans leur totalité et la rue du Puygareau, du n°3 au n°11
- 2 La rue Victor Hugo dans sa totalité
- 3 La rue Charles Cide dans sa totalité
- 4 La rue Carnot du n°1 au n°31 et du n°2 au n°34
- 5 La rue Saint Nicolas dans sa totalité
- 6 La rue du Petit Bonnevou du n°10 au n°16 et du n°15 au n°17 et la rue du Maréchal Foch du n°38 au n°40 et du n°41 au n°43
- 7 La rue Bourcand dans sa totalité
- 8 La rue Magenta du n°1 au n°35 et du n°2 au n°40

## À qui sont destinées les aides ?

Elles sont destinées aux ménages, y compris les personnes seules. Toutefois, le membre d'une SCI ou d'une copropriété peut bénéficier, dans certaines conditions, d'une aide correspondant à la part de façade lui incombant.

## Quels types de travaux peuvent faire l'objet d'aides ?

Tous les travaux liés au ravalement de la façade peuvent être aidés :

- les échafaudages et dispositifs de sécurité,
- la reprise ou le nettoyage des façades (enduits, pierre...), des souches de cheminée,
- le traitement des objets indésirables en façade, notamment les tuyaux,
- les menuiseries (réparation, changement, peinture...),
- la reprise des éléments de zinguerie (gouttières, descentes, bavettes...)

Les aides ne prennent pas en compte la partie vitrine proprement dite des commerces, mais prennent en compte les éléments de bâti qui les supportent ou les encadrent.

## Qui décide de l'attribution des aides ?

Chaque bâtiment fait l'objet d'une fiche des interventions à réaliser. C'est sur cette base que les projets doivent être conçus.

Les demandes de subvention sont examinées par une commission mensuelle réunissant élus, profes-

sionnels et représentants des habitants. La commission vérifie en particulier que :

- les projets prévoient les travaux prévus dans les fiches d'intervention,
- un avis favorable a été donné par l'Architecte des Bâtiments de France,
- l'identité du patrimoine est prise en compte. Par exemple, si les fenêtres du bâtiment étaient en bois au moment de sa construction, il faut qu'en cas de changement, elles soient en bois.

## Les aides

### 1. L'aide à la personne

L'aide à la personne est conditionnée par les revenus des propriétaires et la composition du ménage. Plus ces revenus sont élevés et moins l'aide est importante. Le taux d'aide peut atteindre 50% du montant des travaux pour les ménages dont les revenus sont les plus modestes.

### 2. L'aide à la pierre

L'aide à la pierre est réservée aux façades complexes dont le coût des travaux justifie une aide exceptionnelle. C'est en particulier le cas des ravalements qui nécessitent une reprise des pierres de taille.

Cette aide est distribuée sans condition de ressources :

- **Sans architecte**  
2% du montant des travaux plafonnés à 1 000 € par opération.
- **Avec architecte**  
10% du montant des travaux plafonnés 5000 € par opération.

Une aide à la conception du projet et au suivi des travaux est attribuée. Elle concerne l'ensemble de la mission de l'architecte ou du maître d'œuvre agréé depuis la phase de diagnostic jusqu'à la fin des travaux.

Cette aide est distribuée sans condition de ressources, mais sous réserve de réalisation des travaux. Le montant de l'aide est égal à 50% du coût de maîtrise d'œuvre plafonné à 12% du coût des travaux.

### 4. L'aide aux fenêtres en bois

Quand le remplacement ou la réparation d'une fenêtre est nécessaire, une aide est proposée sous réserve que la typologie de la fenêtre mise en œuvre ou réparée respecte le caractère du bâtiment. Le montant de l'aide est calculé en fonction des travaux retenus.

Cette aide est étendue à l'ensemble du centre-ville (périmètre du secteur sauvegardé).

## Deux exemples pratiques (non contractuels)

### Exemple 1

Le ménage se compose d'un couple avec deux enfants à charge vivant dans une maison de ville lui appartenant.

Les revenus imposables annuels du couple sont égaux à 40 000 €.

Le coût prévisionnel du projet se décompose ainsi :

• Changement de fenêtres en bois	4 000 €
• Travaux sur pierres de taille	11 000 €
• Autres travaux de ravalement	12 000 €
• Honoraires d'architecte	3 000 €

Le calcul des aides de la Ville de Poitiers donne le résultat suivant :

• Aide à la personne	5 292 €
• Aide à la pierre	1 100 €
• Aide aux fenêtres en bois	960 €
• Aide à la maîtrise d'œuvre	1 500 €

**Montant total des aides versées 8 852 €**

Pour ce ménage, le pourcentage global des aides versées par la Ville de Poitiers par rapport au coût de l'opération sera de 30% environ. Le montant des prestations restant à la charge du ménage sera de 21 148 €.

### Exemple 2

Le ménage se compose d'une personne seule vivant dans un appartement en copropriété lui appartenant.

Les revenus imposables annuels de la personne sont égaux à 12 200 €.

Le coût prévisionnel du projet à la charge de la personne se décompose ainsi :

• Changement de fenêtres en bois	1 200 €
• Autres travaux de ravalement	3 000 €

**Coût total du ravalement 4 200 €**

Le calcul des aides de la Ville de Poitiers donne le résultat suivant :

• Aide à la personne	2 100 €
• Aide aux fenêtres en bois	240 €

**Montant total des aides versées 2 340 €**

Pour cette personne, le pourcentage global des aides versées par la Ville de Poitiers par rapport au coût de l'opération lui incombant sera de 56% environ. Le montant des prestations restant à la charge de cette personne sera de 1 860 €.

### Quatrième de couverture



35 allée Ferdinand de Lesseps  
BP 30553  
37205 Tours cedex 3

Sous le direction de MARTOUZET Denis

FOREAU Clémence

Type d'exercice : Projet Individuel

Promotion 2015-2016

#### **La reconquête identitaire : requalifications du centre-ville du Mans**

**Résumé:** Ce rapport de projet soumet des propositions d'aménagements sur l'espace public du centre ville du Mans. Il s'appuie sur une analyse de la situation passée et actuelle du quartier. Une politique globale d'aménagement sera proposée pour la zone d'étude, ainsi que des suggestions de projet pour des lieux spécifiques. Elle tente d'être une réponse à l'analyse du territoire, et aux enjeux urbains actuels.

**Mots clé:** Centre ville, Le Mans, requalification, espace public, aménagement, stratégie globale

**Abstract:** This draft submit plannings in public space in downtown of Le Mans. It emphasizes on the analysis of the past and present situation. A global planning strategy and specific draft in few places, will be suggested. All will answer to the district analysis and the urban challenges.

**Key words:** Downtown, Le Mans, urban requalification, public area, planning, global strategy

**Localisation géographique :** Pays-de-la-Loire, Sarthe, 72