

Geoffrey ALDER et Isaure LEOTARD

PRÉSENTATION DE MI-PARCOURS

Sujet initial de PFE : Place et stratégies de l'agglomération stéphanoise dans le cadre du Pôle Métropolitain Lyonnais, sous l'angle des opérations d'urbanisme emblématiques de ce pôle

Encadrant : Eric THOMAS
PFE S9 et S10

DÉFINITION DE L'OBJET DE RECHERCHE ET DE LA PROBLÉMATIQUE

Objet de recherche : La stratégie d'image de la ville de Saint-Etienne

Problématique : Les opérations amorcées au niveau des entrées de villes stéphanoises sont-elles cohérentes avec la stratégie du design déjà en place et peut-on dès aujourd'hui percevoir les résultats de cette stratégie ?



RÉSULTATS DE NOTRE RECHERCHE

- Saint-Etienne souffre d'une image négative
 - Ville industrielle en déclin
 - Ville en crise structurelle
- Stratégie du design
 - Amélioration du cadre de vie
 - Opérations sur les entrées de ville



MÉTHODE DE RECHERCHE : L'ÉTAT DE L'ART

- Etat des lieux du concept d'image
- Les origines de l'image négative de Saint-Etienne
- Les stratégies de « contre-image »
- Analyse de la stratégie actuelle : **Saint-Etienne, ville du design**



ETAT DES LIEUX : LE CONCEPT D'IMAGE

- “[l’]aspect sous lequel quelqu’un ou quelque chose apparaît à quelqu’un, [la] manière dont il le voit et le présente à autrui”
- Concept largement étudié en marketing
- Application au cas du « marché des villes »
- Marketing territorial : de nombreux outils

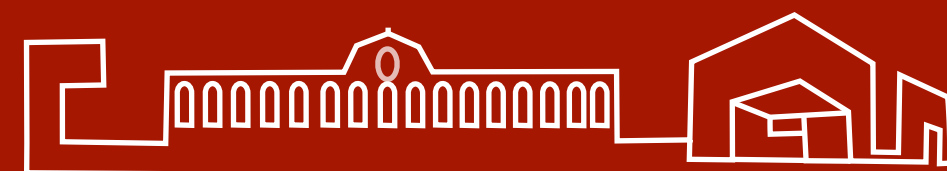


LES ORIGINES DE L'IMAGE NÉGATIVE DE SAINT-ETIENNE

- Passé industriel
- Crise économique
- Erosion démographique
- Conflits institutionnels

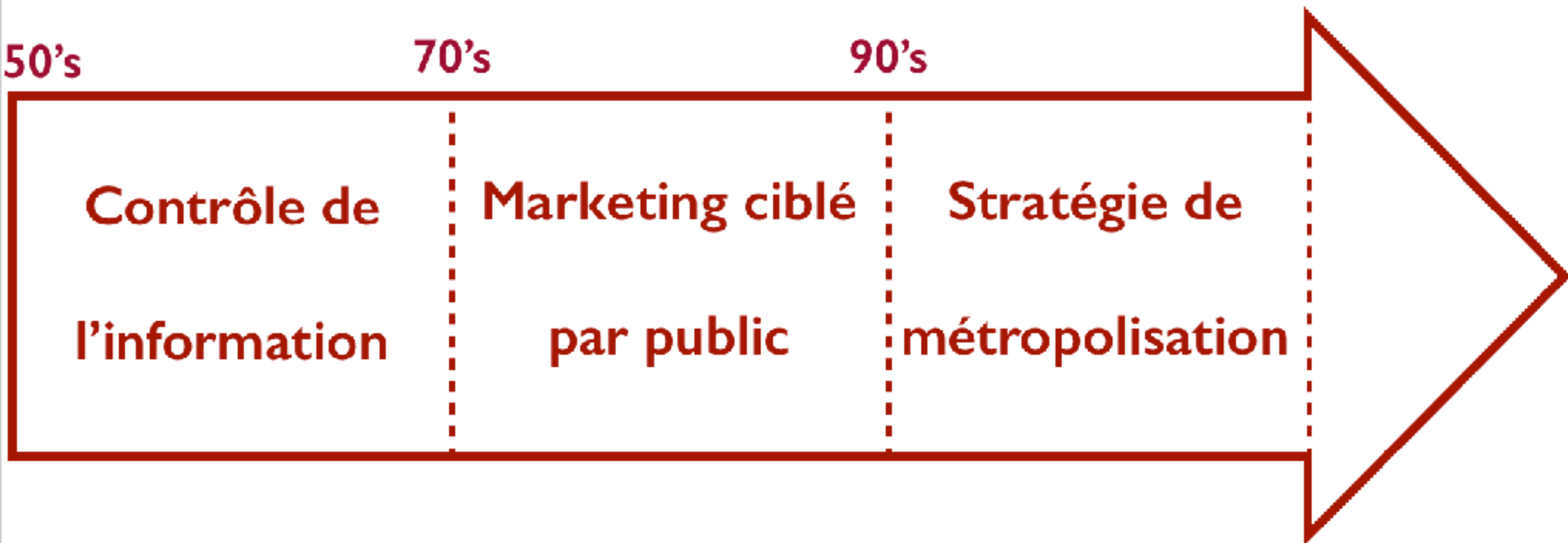


Source : saint-etienne.fr



LES STRATÉGIES DE CONTRE-IMAGE

Une mauvaise réputation persistante



STRATÉGIE ACTUELLE : LA VILLE DU DESIGN

- Positionnement ancré dans le passé de la ville
- Construction de la Cité du Design
- Promotion de la Biennale du Design
- Intégration dans des réseaux de villes
- Mutations majeures à l'échelle de Saint-Etienne



STRATÉGIE ACTUELLE : LA VILLE DU DESIGN

- Manque de qualité architecturale
- Problème de cohérence avec la stratégie « design »
- Amélioration du « donner-à-voir »
- Renouvellement des entrées de villes :
 - ▶ Châteaueux
 - ▶ Pont de l'Âne Monthieu



Réalisation : Alder & Leotard (2016)



MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE POUR LE SIO

- Etude des opérations de renouvellement urbain des deux quartiers d'entrée de ville
- Récolte de données (qualitatives et quantitatives)
- Réalisation de cartes, de chronologies d'opérations et d'analyses de discours et de perceptions



CONCLUSION

- Saint-Etienne a souffert d'une image négative
- Elle entreprend des actions pour changer d'image
- On perçoit un frémissement de reprise
- Ce frémissement se confirme-t-il avec les opérations d'entrées de ville ?



MERCI DE VOTRE ATTENTION