



MAIRIE DE NICE

**DIRECTION GENERALE ADJOINTE
DU VIVRE ENSEMBLE ET DE LA PROXIMITE**
DIRECTION DE L'ECONOMIE, DE LA RECHERCHE
ET DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
DIRECTION ADJOINTE DE L'ECONOMIE ET DE L'EMPLOI

IM – 20/05/2009

PRESENTATION DE L'ETUDE
EN VUE DU DEVELOPPEMENT DE L'AVENUE DE LA REPUBLIQUE

Etude réalisée par les étudiants du master 2 « Expertise du politique et affaires publiques » de l'UNSA : Marie-Laure BIAU, Michela BOGLIOLO, Maxime DRUELLE et Jean-Christophe MORANI.

Le directeur de recherche qui a encadré cette équipe est Stéphane CADIOU, maître de conférences en science politique.

Objet de l'étude :

La Ville de Nice consciente des mutations urbaines et commerciales opérées par la mise en service de la ligne n°1 du tramway sur cet axe majeur a souhaité, dans le cadre des travaux de la Charte pour la redynamisation du commerce niçois, pouvoir disposer d'un diagnostic conduisant à un certain nombre d'actions opérationnelles à court et moyen termes pour redynamiser cette avenue.

De nombreux acteurs ont été associés à ce diagnostic : les associations commerciales (FCNA, UCAR), la CCINCA, la direction de territoire « Est Littoral », l'Office du Tourisme et des Congrès.

Le périmètre de l'étude comprend en dehors de l'avenue de la République, les places Garibaldi, Armée du Rhin, et Pellegrini et le square Suarez, ainsi que les axes traversants des rues Barla et du Boulevard Delphino.

Le diagnostic fait ressortir 4 enjeux fondamentaux :

- 1^{er} enjeu : apporter des solutions à l'avenue de la République qui est peu valorisée (façades, manque de luminosité, signalétique manquante, disparité des mobiliers urbains notamment pour les poubelles, cheminement piéton à améliorer au titre de la sécurité, mettre en place régulièrement des animations).

Il s'agit de créer de la continuité urbaine.

- 2^{ème} enjeu : cette avenue peut être qualifiée de « passante » et l'on peut noter des fuites de populations sur d'autres rues et quartiers, la fréquentation reste faible. Le stationnement est anarchique sur les voies perpendiculaires, les aires de livraisons ne sont pas respectées.

Il s'agit de développer des pôles de fixation de la population.

- 3^{ème} enjeu : c'est une avenue commerciale hétérogène qui a un tissu commercial essentiellement de proximité, de petites cellules que l'on peut appréhender comme un petit centre-ville où le chaland trouve de tout et à prix moyen. L'offre est souvent désuète et inadaptée à la demande de certaines cibles telles que les congressistes ou les étudiants du pôle Saint-Jean d'Angely.

Certains points pêchent : horaires décalés, vitrines, fermeture entre midi et 14h.

Malgré un fort potentiel culturel, étudiantin et touristique cette avenue conserve une fonction d'achats utilitaires et de première nécessité : il faut viser à la faire évoluer vers des achats de plaisir, touristique, typique et correspondant à la clientèle des congressistes.

- 4^{ème} enjeu : un véritable manque de visibilité
Cette analyse renvoie d'une part à l'identité populaire du quartier et d'autre part à un constat d'une sectorisation de l'avenue en trois parties plus ou moins dynamiques et attrayantes.

Il faut homogénéiser la fonction urbaine et commerciale de l'avenue pour que les passants et touristes se sentent concernés par l'identité de cet axe.

La stratégie d'action proposée par l'EFAP :

Avant de s'engager sur de nouvelles pistes d'actions, il paraît évident qu'une démarche fédératrice et collective de l'ensemble des acteurs sera un gage de réussite.

Le projet doit s'articuler sur 3 dimensions : culturelle, commerciale et urbaine.

Le quartier doit être pensé autour de l'ensemble des différentes fonctions qu'il couvre actuellement ou qui lui font défaut.

L'ouverture de l'avenue doit être considérée pour attirer de nouvelles populations. Des porosités devront être créées à l'est et à l'ouest pour les piétons, pour un accès plus aisé à l'avenue. Il convient également d'optimiser la signalétique.

Les 4 thématiques majeures sont par conséquent :

- les **aspects urbains et techniques** de l'avenue à améliorer (réorganisation des espaces publics, signalétique, éclairage, façades, propreté et poubelles, séquence des feux et passages piétons, ...)

- la **fonction commerciale** : dynamisme et implication des associations FCNA et de l'UCAR (vitrines, fédération des acteurs, actions commerciales envisagées...)

- le **pôle attractif des places** (Garibaldi, Armée du Rhin, Pelligrini): pôle culturel et cinéma, création d'animations, de marchés thématiques, carrousel, terrasses, traitement des arcades...

- la **liaison avec les étudiants et la création d'une dynamique commerciale autour de ces derniers** (au niveau de la Place Armée du Rhin et du haut de l'avenue, recherche d'enseignes "jeunes"...).

Les propositions des participants :

L'ensemble de l'assistance salue la qualité du travail effectué par les étudiants.

L'UCAR est satisfaite de l'étude où la plupart des problématiques figurent mais insiste sur le manque d'enseignes locomotives (ex : Mango, Phildar).

A.VEROLA rappelle que plusieurs améliorations ont lieu : le fleurissement de l'avenue de la République, le plan d'éclairage sur le trajet de la ligne n°1 du tramway. A ce sujet, D.ODDO précise que la Ville envisage de réfléchir dans le cadre de financement Interreg sur un projet de valorisation de l'ancienne route de Turin partant de la Place Garibaldi et traversant l'avenue de la République, un travail particulier peut être réalisé autour de l'éclairage et de l'embellissement de cet axe.

Par ailleurs, la création de l'Office du Commerce et de l'Artisanat et le recrutement prochain du manager ville seront à même d'apporter des solutions concrètes sur ce dossier. Le local de l'OCA sera situé sur l'avenue.

Il conviendrait de reprendre le règlement de voirie pour s'attacher à aider la fonction commerciale et non à la brider.

Il est à déplorer le manque de restauration ouverte le soir, malgré notamment l'autorisation d'ouverture de terrasses sur la Place Garibaldi.

Le développement du pôle des antiquaires et du pôle culturel a reçu l'aval de monsieur le Député-maire.

Un carrousel pourrait aussi être installé sur cette place, la clientèle familiale étant à privilégier surtout le week-end et le mercredi.

L'idée des marchés à thème est à retenir mais elle demande une étude réglementaire.

L.BAUME et J.KOTLER notent que l'avenue est constituée essentiellement de petites cellules commerciales ou artisanales, or les enseignes ont un besoin minimal de 200 m². Il faudrait envisager des remembrements de 2 à 4 cellules. Un dialogue avec les propriétaires doit s'instaurer.

On peut remarquer également le manque de perméabilité Est/Ouest, et l'effet de barrière avec Acropolis. En effet, Delfino et Barla, les deux grandes artères qui desservent l'avenue, sont des artères consacrées à l'automobile, peu attrayantes et très dangereuses pour les piétons.

L'accès piéton le plus aisé est celui de la place Garibaldi. Il convient d'en créer d'autres.

Il faut adapter l'offre commerciale aux congressistes avant de pouvoir « vendre » l'avenue aux organisateurs.

L'e-commerce reste un problème également car de nombreuses enseignes réalisent des économies d'échelle et non plus besoin d'autant de surfaces commerciales.

Nice est une ville touristique, il faudrait proposer des nocturnes, de l'animation en soirée, une ouverture tardive des brasseries et cafés...

E.MARI trouve très intéressante la segmentation par tronçon et l'analyse qui en découle. On peut remarquer que Carrefour TNL ne joue pas un rôle « centrifuge » avec l'avenue et qu'une synergie reste à mettre en place.

A.RAMPAL est très favorable à l'implantation des marchés thématiques : gourmand, niçois...en relation avec les chambres de métiers et de l'artisanat ou de l'agriculture.

Il faudrait orienter l'approche vers les enfants et les familles tout en gardant l'identité populaire du quartier.

D.ODDO propose qu'un second groupe de travail de la charte de redynamisation du commerce examine point par point chaque action présentée par l'EFAP et que les services municipaux, ceux de la CU NCA, ainsi que l'ensemble des partenaires soient force de propositions. Enfin, un calendrier des actions à court et moyen terme pourra être dressé ainsi que la méthodologie à établir.

Le relevé de décisions :

L'étude faisant état de différentes actions à entreprendre est remise à chaque participant aux fins de réflexion et de retour d'observations à la Ville de Nice. Les services absents seront également destinataires de ce document pour analyser la faisabilité des propositions et faire part de leurs préconisations.

Annexes :

- liste des participants

