Bilan de la concertation

Décembre 2025

Projet de transformation de la zone commerciale de Bordeaux Lac



Sommaire

1 · Actions de concertation
A· Méthode
B · Synthèse questionnaire
C · Synthèse atelier usagers
D · Synthèse croisée

2 · Enseignements transversaux avec les ateliers professionnels

3 · Perspectives et approfondissements

1 · Actions de concertation



DISPOSITIF MOBILE ET QUESTIONNAIRE

Objectifs

- Recueillir l'**expertise usagers, les besoins et les envies sur la transformation de la zone commerciale**

Outils

- Diffusion d'un **questionnaire en ligne** entre le 29 octobre et le 1er décembre

- **Arpentage du site via le dispositif mobile** les journées des mercredi 29 et jeudi 30 octobre, puis vendredi 7 et samedi 8 novembre :
  . **800 flyers distribués**
  . **Affiches et kakémono** présentant la démarche avec QR code pour accéder au questionnaire en ligne
  . **20 questionnaires imprimés**
  . **Plan imprimé** sur bâche



ATELIER

Objectifs

- Identifier les usages, manques et priorités par grandes thématiques
- **Approfondir les attentes** des habitant.es et acteur.ices locaux sur les usages souhaités pour transformer le quartier en zone plus mixte et plus résiliente

Outils

- Tenue d'un atelier le mercredi 12 novembre de 18h à 20h autour de la méthode "persona"
  . **3 tables** thématiques
  . **6 cartes personas** pour représenter une diversité d'usager.es
  . **Livrets** personnels
  . **Plans** imprimés format A0

Le questionnaire et le dispositif mobile

Descriptif du questionnaire

- Section 1 : **Parcours et mobilités**
- Section 2 : **Profil de visite du centre commercial**
- Section 3 : **Consommation et pratiques**
- Section 4 : **Usages et publics spécifiques**
- Section 5 : **Perspectives et évolutions souhaitées**

Emplacements

- Intérieur de la galerie marchande
- Escale Gourmande
- Entrées Ikea et Leroy Merlin

Limites

→ Le tractage n'a pas amplifié sensiblement les contributions au questionnaire.
→ Peu d'entretiens qualitatifs avec les passant.es (personnes pressées, pas vraiment d'arrêt de curiosité sur le stand).
→ Difficulté de projection des usager.e sur le projet de transformation de la zone commerciale (peu concret) : retours globalement positifs sur la zone commerciale.





Profil des répondants

180 participant.es

Genre **: 70 % femmes / 28,3 % hommes**

Âge **: majorité de profils de 30-44 ans (40%),** avec ensuite une répartition équilibrée à 25% pour les 45 - 59 ans et les 19 et 29 ans.

Situation professionnelle **: grande majorité de salariés (2/3)**, avec ensuite répartition équilibrée à environ 8% entre indépendants, retraités, étudiants, sans emploi.

Situation familiale : **1/3 de couples avec enfants** et **1/3 couples sans enfant**, **23 %** vivent chez leurs parents.

Lieu de résidence : **1/3** viennent d'un autre quartier de Bordeaux, **30,6 %** résident à Ginko.

Un échantillon plutôt **jeune** et **actif**, avec une population **majoritairement salariée**

La zone commerciale est à la fois un **pôle local pour les habitants proches** et un **pôle métropolitain pour les usagers plus éloignés**

Diversité des situations familiales

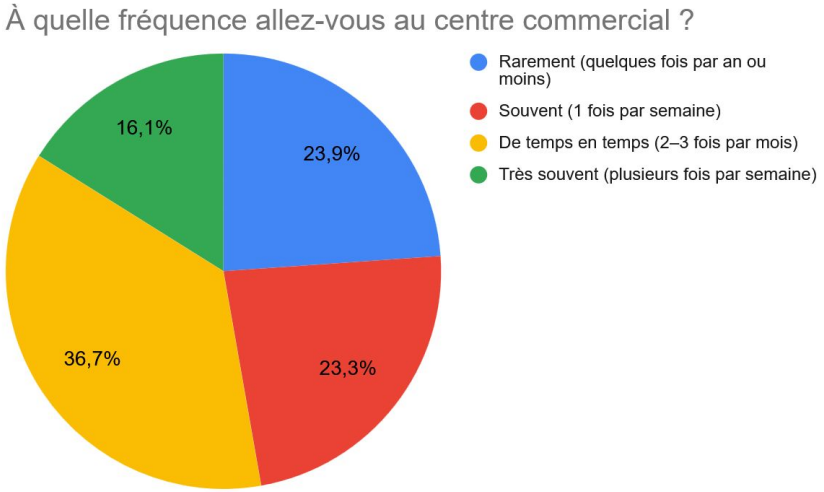
Fréquentation de la zone

➔ La zone est essentiellement utilisée comme destination ponctuelle et non un espace de transit.
La très grande majorité des répondant.es (environ 90 %) fréquentent la zone dans un aller-retour direct depuis leur domicile.

➔ Forte dépendance à la voiture, malgré une part importante de visiteur.ses qui se rend sur place à pied (prox. Ginko).
La voiture thermique reste le moyen de déplacement le plus utilisé (plus de la moitié). Viennent ensuite les déplacements à pied (1/4), puis le tramway (8%) et enfin le vélo / trottinette (6%).

➔ Une fréquentation de la zone commerciale plutôt régulière par la plupart des répondant.es.
Comme le montre le graphique ci-contre, près de 70% y vont plusieurs fois par mois.

➔ Les répondant.es viennent dans la zone en grande majorité seul.es.
Près de 64% viennent seul.es.



Usages et attentes autour des parkings

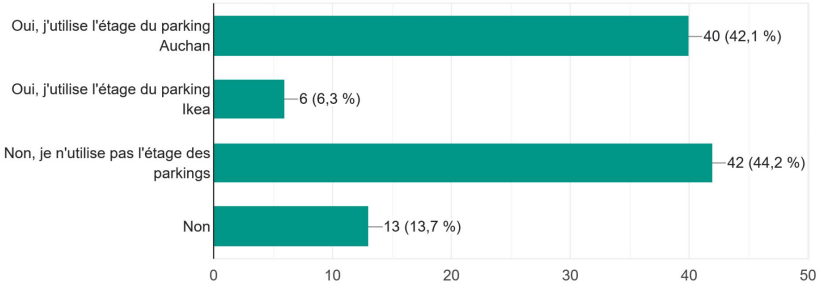
→ Une marge de progression vers des parkings périphériques existe, même si elle n'est pas encore unanime.

Répartition équilibrée entre l'usage des parkings à étages et l'usage des parking en surface (voir graphique ci-contre).

Points d'amélioration attendus :
Visibilité / signalétique : 51,6 %
Élargissement de la rampe d'accès : 33 %
Largeur des places : 22 %

Réorganisation souhaitée :
Plus de la moitié des répondant.es sont prêts à marcher plus :
46,9 % prêts à marcher 2 à 5 minutes de plus si l'environnement est agréable et 10% prêts à marcher entre 5 à 10 minutes si c'est plus facile.
Mais 40% préfèrent un parking à proximité même si c'est plus contraignant.

Si vous venez avec votre voiture ou moto/scooter, stationnez-vous habituellement à l'étage des parkings ?
95 réponses



Si le stationnement était réorganisé, jusqu'à quelle distance à pied seriez-vous à l'aise pour rejoindre votre commerce préféré ?
96 réponses

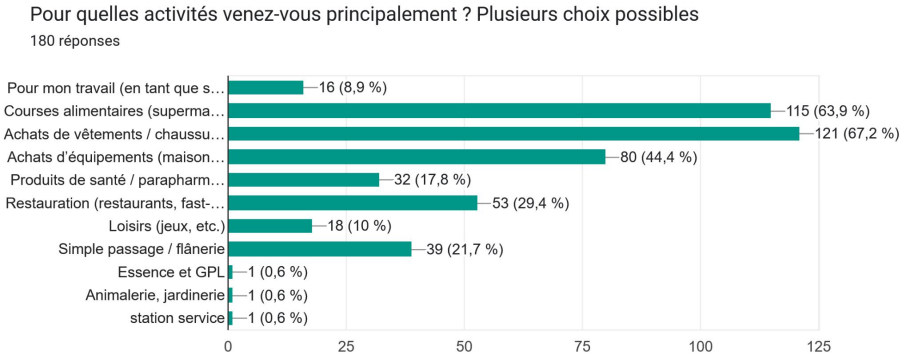


Consommation et pratiques :

➔ Une zone qui reste avant tout identifiée comme un lieu de courses (alimentaires, vêtements et d'équipements). Les activités de loisirs et de détente restent secondaires.
Voir graphique ci-contre.

➔ L'intérêt pour des locaux professionnels dans la zone reste limité, mais il existe une niche d'usager.es non négligeable, à explorer selon les futurs usages du quartier.
Près de 20 % des répondant.es se disent ouverts ou potentiellement intéressés par du coworking, des bureaux partagés ou des locaux d'artisans.

➔ La zone reste majoritairement perçue comme un pôle commercial mais un potentiel résidentiel existe.
Plus de la moitié des répondants ne souhaitent pas habiter près de la zone. Cependant, près d'un tiers y vit déjà et environ 18 % pourraient s'y projeter.



Verbatims :

Seriez-vous intéressé.e pour habiter à proximité de la zone commerciale ?
Pourquoi ?

Non

"J'ai déjà un logement" / "Je suis déjà **propriétaire**"

"Je **préfère la campagne**" / "J'habite à la campagne et cela me convient parfaitement"

"Je préfère être au **centre ville"** / "Trop loin du centre-ville"

"Prix des **loyers trop élevé**"

"Manque de petits commerces et déplacement avec les mobilités douces très compliqué voire quasi impossible car trop dangereux"

"Quartier de **mauvaise fréquentation** à proximité" / "Environnement peu attractif" / "Pas assez calme"

"Je ne voudrais pas subir les **embouteillages** (pollution) et les **problèmes de stationnement** (incivilités)

"Proximité à la rocade et le **flux de véhicules** trop conséquent n'en fait pas un lieu de vie agréable à ce jour…"

"Pas d'utilité, mon travail n'est pas dans le secteur"

"Trop de constructions, **trop de monde**"

"Pas assez **d'activités pour les enfants**"

Oui

"J'aime la proximité avec le lac"

"La proximité des commerces"





"L'accès piéton à la zone commerciale est quasi inexistant. J'habite à Bacalan, soit le quartier juste à côté, et pour y aller je dois systématiquement prendre la voiture car l'accès à pied est dangereux"

Accessibilité :

➔ Une zone considérée majoritairement accessible pour les personnes âgées ou à mobilités réduites.

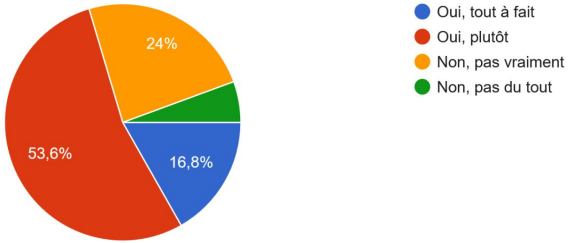
Voir graphique ci-contre.

Les réponses données montrent que ce sont en réalité les abords de la zone qui sont perçues comme fragmentés, inconfortables et peu lisibles :

- **Cheminements piétons insuffisants et accessibilité difficile pour les PMR :** trottoirs étroits, discontinus ou absents / Traversées longues, sans îlots refuge / Circulations peu lisibles entre les commerces / Conflits piétons vs vélos sur les zones partagées / obstacles (marches, portes tournantes rapides)
- **Zone pensée avant tout pour la voiture** : voiries larges, flux rapides, stationnements anarchiques / difficulté pour circuler entre parkings et commerces / navigation interne jugée complexe.
- **Connexions problématiques avec les quartiers voisins** : accès très difficile depuis Bacalan : pont, trottoirs étroits, voitures rapides / Arrivée depuis le tram jugée dangereuse.

Pensez-vous que les espaces du centre commercial et ses abords sont facilement accessibles aux personnes âgées ou à mobilité réduite ?

179 réponses



Verbatims - Extraits des propos des personnes ayant répondu au questionnaire :
*Selon vous, quels sont les endroits **les moins accessibles** ?*

"La route à traverser venant du tram, surtout pour les personnes âgées"

"Manque de trottoirs, d'espaces sécurisés pour circuler à pied en toute tranquillité." / "Circulations piétonnes pas lisibles et mal connectées"

"La zone extérieure, Leroy Merlin, Action et Ikea"

"L'arrivée depuis la rocade est souvent embouteillée le samedi. Accès quasi impossible depuis l'avenue André Reinson en raison des personnes voulant prendre le pont d'Aquitaine"

"Avenue de Nontraste et cheminements entre les parkings"

"Le pont qui traverse le boulevard Alienor d'Aquitaine depuis Bacalan et les cheminements d'accès" / "Accès piéton depuis Bacalan quasi inexistant"

"Espace semble avoir seulement été pensé pour la voiture."

Espaces publics

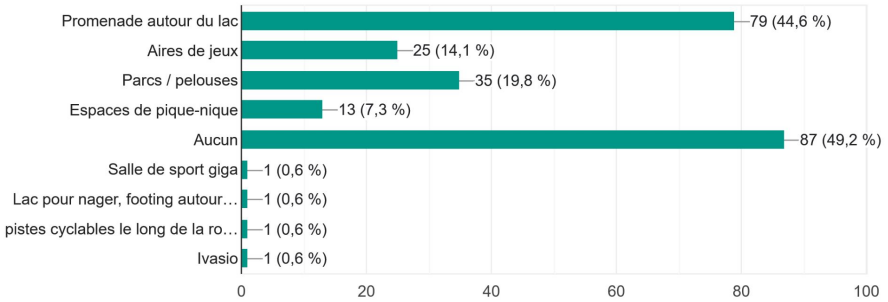
➔ Une demande forte d'espaces conviviaux, animés et multifonctionnels, capables d'articuler nature, détente, culture et proximité, avec une fréquentation actuelle encore limitée qui pourrait être stimulée par des aménagements adaptés.

Près de la moitié des répondant.es n'utilise pas les espaces extérieurs / publics à proximité de la zone commerciale. Parmi ceux qui les utilisent : la promenade autour du lac est l'espace le plus plébiscité. Vient ensuite les aires de jeux et les parcs/pelouses.

Sur les futurs services souhaités dans ces espaces :
- 61% veulent des espaces de détente
- 55% veulent des évènements festifs (marché, fêtes de quartier)
- 48% veulent des activités culturelles (concerts, théâtre)
- 33% des installations sportives
- 33% plus de commerces de proximité
- 28% des jeux pour enfants

Quels espaces extérieurs ou espaces publics à proximité du centre commercial fréquentez-vous le plus souvent pour le loisir, la détente ou; seul ou avec vos proches ? (Plusieurs réponses possibles)

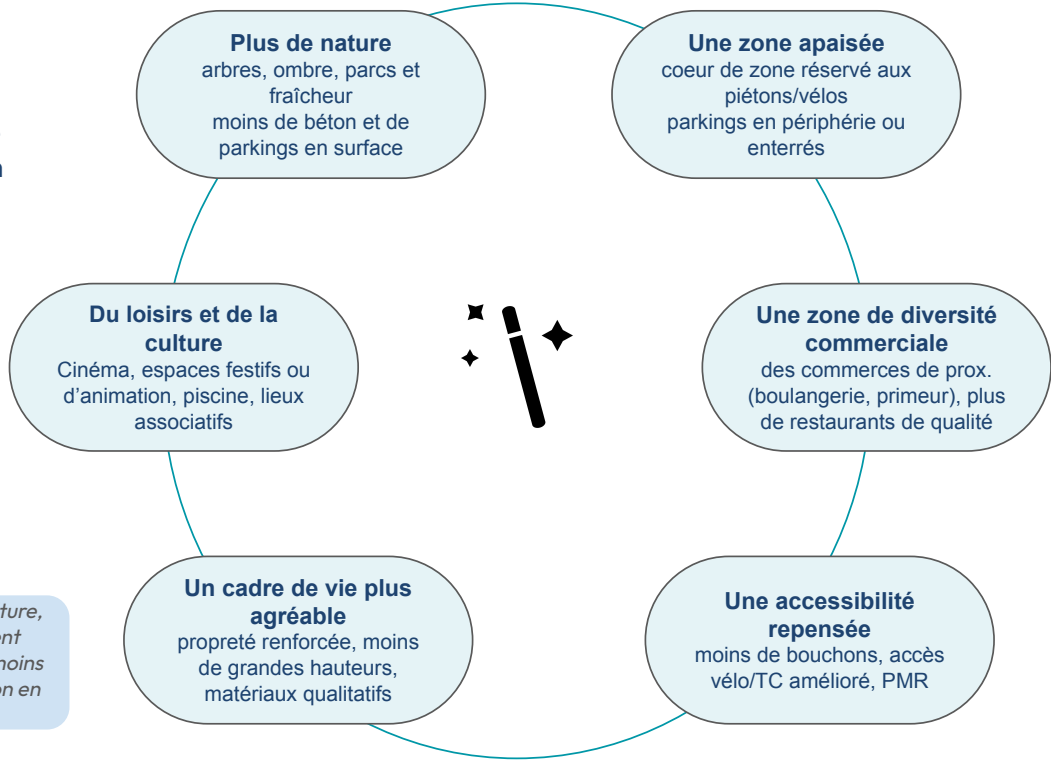
177 réponses



Projections

➔ Le commerce reste une attente forte, mais il n'est plus pensé comme une vocation unique : les usager.es projettent plutôt un lieu mixte, polyvalent et plus vivant, où les fonctions commerciales coexisteraient avec d'autres activités.
47 % veulent davantage de loisirs et de sport et 49 % souhaitent un lieu mixte, combinant habitat, travail, santé, restauration, culture…

Cela traduit une volonté de dépasser le modèle de "zone de consommation" pour aller vers un quartier plus complet, plus vivant, plus agréable à fréquenter.







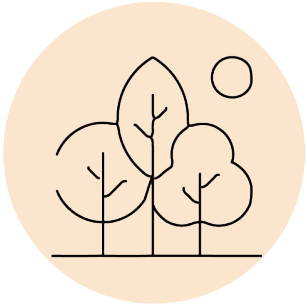
Verbatim - Extraits des propos des personnes ayant répondu au questionnaire :
*Imaginez que vous puissiez **transformer librement cette zone commerciale** grâce à une baguette magique : à quoi ressemblerait cet endroit idéal pour vous ? Qu'y trouverait-on ?*

Image de zone commerciale

- "Un lieu avec beaucoup d'espaces verts" / "Plus de végétations"
- "Les immeubles font trop "austère" avec le béton, les structures métalliques [...]. L'architecture doit être pensée pour dissocier habitation-immeuble de bureau
- "Cette zone commerciale née à la fin des années 60 devrait accentuer son aspect "balnéaire" de par sa proximité avec le lac de Bordeaux."
- "Une ambiance centre village"
- "Une zone commerciale repensée à taille humaine : un mélange équilibré entre commerces locaux, artisans, friperies, épiceries bio et marques françaises à diffusion nationale"
- "Meilleure circulation pour partir et accéder au centre commercial beaucoup : trop de bouchons qui défavorisent clairement l'accès et l'envie d'y aller"







Verbatim - Extraits des propos des personnes ayant répondu au questionnaire :
*Imaginez que vous puissiez **transformer librement cette zone commerciale** grâce à une baguette magique : à quoi ressemblerait cet endroit idéal pour vous ? Qu'y trouverait-on ?*

Accessibilité et stationnement

- "Des cheminements piétons pour accéder à la zone. Une desserte en bus depuis Brandenburg*."
- "Moins de parkings visibles, donc souterrains."
- "une zone de parking relais* pour permettre un point d'ancrage et aller sur bordeaux"

* Aménagements et infrastructures existant déjà.

Ce contraste entre attentes exprimées par les usagers et les dispositifs déjà présents, mais peu mobilisés, révèle un possible enjeu de communication et de lisibilité de ces aménagements, dont l'existence et le fonctionnement semblent insuffisamment identifiés.

Parcours usagers - Mobilité douces

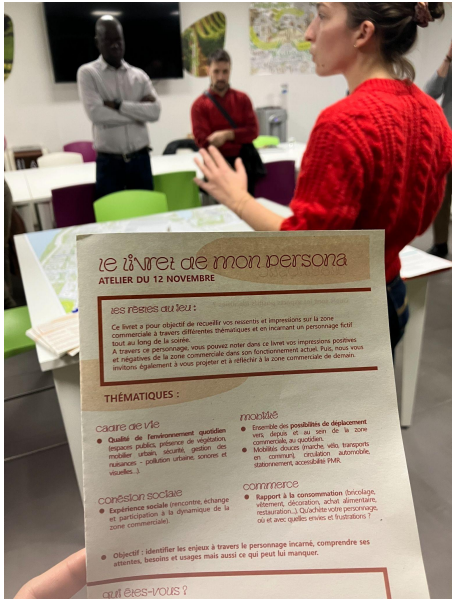
- "Plus de zones ombragées, de parcours adaptés aux piétons et terrasses de café autres que les chaînes de restauration."
- "Des aménagements paysagers, des circulations douces lisibles et bien connectées, une meilleure mixité d'usages"
- "Un accès plus facile à vélo depuis Bacalan car c'est vraiment dangereux"
- "Un cheminement cyclable sécurisé et distinct des piétons/des voiture qui amène devant chaque entrée, avec des accroche vélo de qualité"

Dynamique commerciale et mixité d'usages

- "Espaces alternatifs, marché circuit court. Place dynamique (mobilier urbain) pour les jeunes enfants." / "Des producteur locaux, une énorme coopérative paysanne"
- "Plus de commerce de proximité du quotidien"
- "Un zone commerciale alliant consommation et divertissement"
- "Des services publics"
- "Des espaces dédiés à des associations, des bureaux pour des entreprises de l'ESS, un tiers-lieu..."
- "Promenade commerçante / outlet"
- "Des lieux festifs"

L'Atelier

- **12 participant.es (3 femmes et 8 hommes)**
  8 membres de l'association des habitants de l'écoquartier Ginko
  1 membres de l'association Vélo Cité
  2 salarié.es Auchan
  1 salarié Leroy Merlin





Descriptif

Disposition de l'atelier en 3 tables thématiques :

- **commerce**
- **mobilité**
- **cadre de vie et cohésion sociale**

Chaque table dispose de 2 temps distincts :

- Diagnostic sensible et projection à 10 ans
- Consolidation des propositions et priorisations

Chaque invité échange sur 2 thématiques différentes :

- **1-** Cadre de vie & cohésion sociale / **2-** Mobilité
- **1-** Commerce / **2-** Cadre de vie & Cohésion sociale
- **1-** Mobilité / **2-** Commerce

Déroulé de l'atelier

Etape 1 : Découverte et exploration d'une 1ere thématique pour soi et pour son persona

- Choix par les participant.es d'une **table thématique et d'un persona à incarner** (se distinguant de préférence de leur profil d'invité) ;
- Ensuite, les participant.es s'expriment sur **les points positifs**, **négatifs** et **les projections** de sa thématique, à la fois pour soi et pour son persona, d'abord individuellement via un livret, puis collectivement sur une grande carte

(roulement)

Etape 2 : Enrichissement des réflexions par le second groupe

- Chaque groupe change ensuite de table thématique. Les animatrices présentent une restitution des échanges du tour précédent. Sur un temps plus court, **le nouveau groupe vient affirmer ou infirmer les points soulevés précédemment** afin de venir y consolider les grandes idées
- Restitution collective par table thématique



Les 6 cartes persona proposées

Présence d'une animatrice La Belle Friche par table

Chaque table est constitué de 4 invité.es (profils précisés) incarnant chacun.e un persona.

TABLE : Cohésion sociale et cadre de vie

- Habitant de Ginko (Habitant Ginko)
- Retraité des Aubiers (habitante Ginko)
- Employé d'association (Habitant Ginko)
- Lycéenne (Asso Vélo Cité)

TABLE : Mobilité

- Habitant de Ginko (Habitant Ginko)
- Cliente (Habitante Ginko)
- Employé d'association (Habitant Ginko)
- Lycéenne (Salarié Auchan)



Sens de roulement des groupes

x 1

TABLE : Commerce

- Habitant de Ginko (Habitant Ginko)
- Retraité des Aubiers (Habitant Ginko)
- Cliente (Salariée Auchan)
- Employé d'association (Salarié Leroy Merlin)

Profils représentés

⇒ surreprésentation du profil "habitant de Ginko" (vrai profil 8/12 + persona 3/12)

⇒ sous représentation du profil "salarié" dans les personas 0/12, nuancé par leur "vraie" présence 3/12

⇒ d'autres profils représentés (clients, retraitée des aubiers, employé d'association, cycliste…)

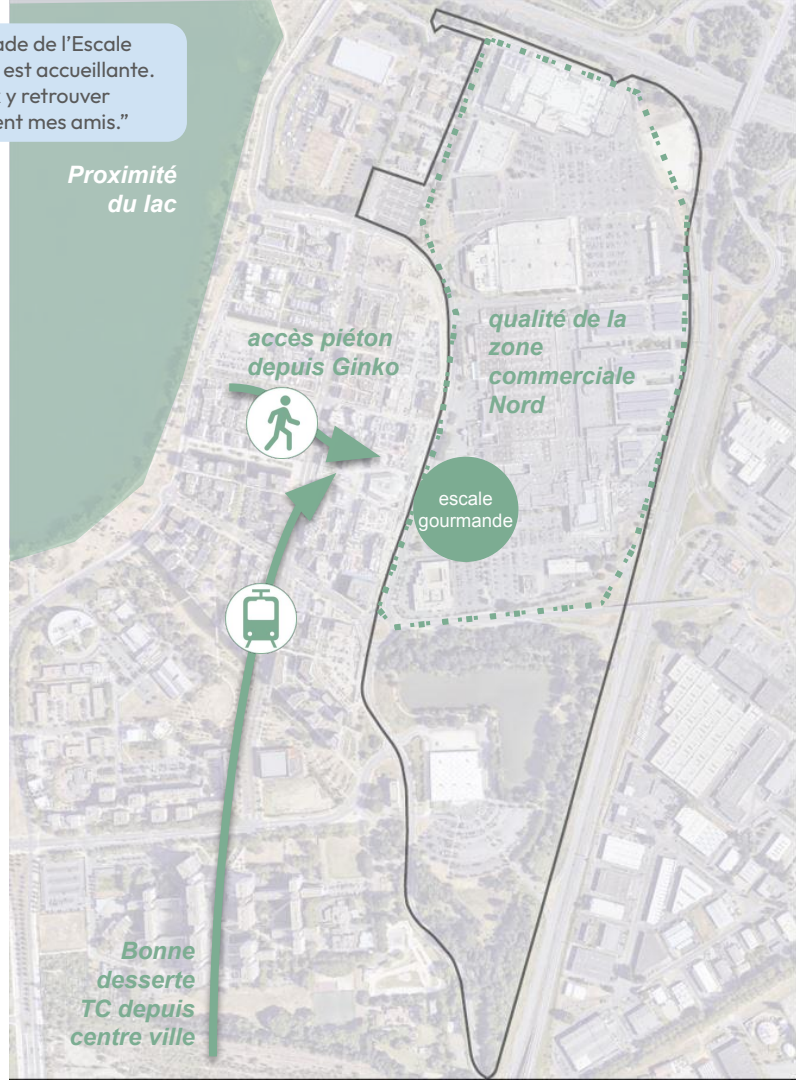
C · Synthèse de l'atelier

Points forts partagés



"L'esplanade de l'Escale Gourmande est accueillante. Je peux y retrouver longuement mes amis."

- ➔ **Bonne desserte en transports en commun**, contribuant au rayonnement de la zone et à son accessibilité depuis le centre-ville
- ➔ Proximité du quartier Ginko, accessibilité piétonne des commerces (apprécié des seniors)
- ➔ La **proximité du lac propose un cadre privilégié** pour la détente et les loisirs, y/c pour les personnes de passage
- ➔ **La zone commerciale** est perçue positivement par :
  - ◆ variété, nombre et qualité des enseignes proposées à destination d'un public local (enseignes bon marchés) comme éloigné (enseignes spécialisés)
  - ◆ stationnements voiture bien situés, sécurisés + bornes électriques
  - ◆ qualité de l'aménagement de la galerie marchande et de l'**escale gourmande, fortement appréciée** bien que divergences sur l'offre de restauration proposée



"Il n'y a pas d'espace de loisirs pour les familles"

Problématiques observées

- **Perception d'enclavement** du site :
  - frontière invisible entre les Aubiers et Ginko prolongée par une "zone de non-droit" aux abords du lac du Décathlon
  - rupture urbaine forte à l'est générée par le bd. Aliénor d'Aquitaine
- **Circulation routière forte aux heures de pointe** générant pollution et mauvaise accessibilité routière :
  - saturation de la desserte automobile nord-sud (Av. des 40 Journaux)
  - flux camions parfois importants (est-ouest côté Ginko)
- **Mauvaise sécurisation des flux vélos et/ou piétons** :
  - manque d'aménagements sécurisés
  - non continuité des pistes cyclables
- **Difficultés d'accès à la consommation** pour certains habitant.es :
  - absence de modes d'achat alternatifs (livraison, circuits courts, commerces de proximité et/ou indépendants)
- **Manque d'équipements publics et de services adaptés :**
  - marché extérieur qui fonctionne mal
  - absence d'espaces sécurisés pour les enfants pendant que les adultes font leurs courses (aire de jeux, garderie,...)



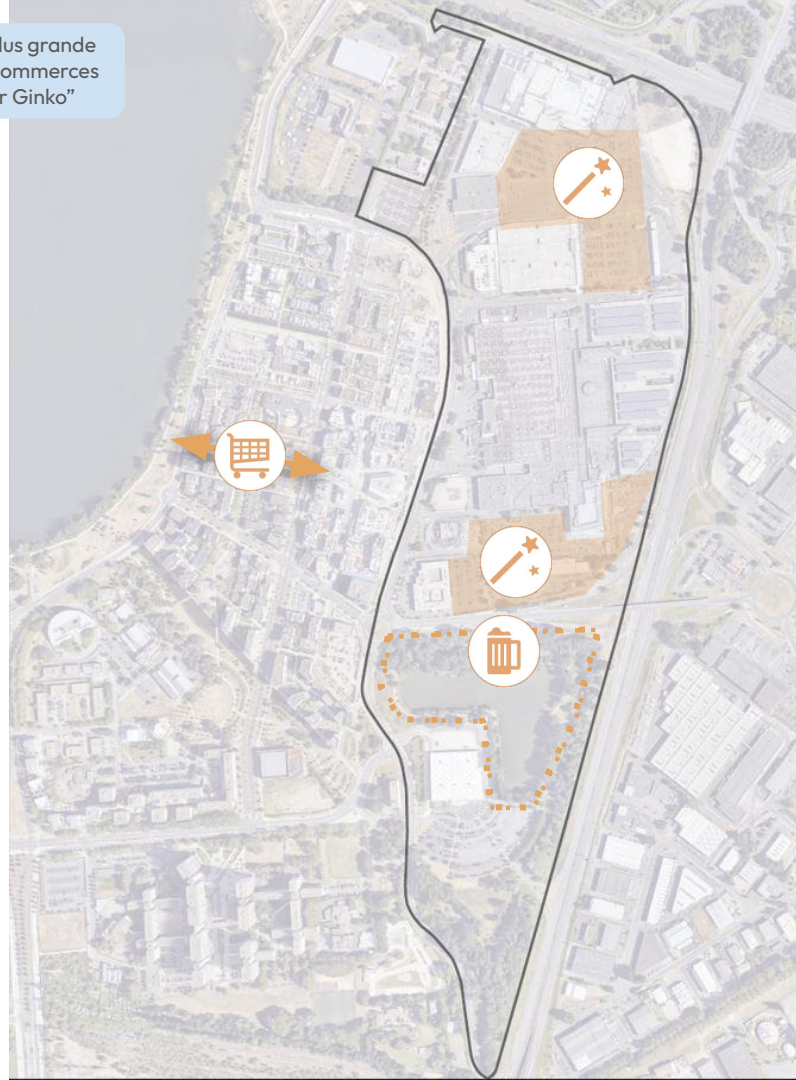


"Il faut une plus grande diversité de commerces (surtout sur Ginko"

Projections

"Humaniser la zone commerciale", renforcer sa convivialité et créer une ambiance village par :

- ➔ **des lieux de rencontre et de services** sortant d'une logique marchande : locaux associatifs ou ESS, salle de sport, services de proximité type poste, salle des fêtes, voire mairie annexe
- ➔ **des commerces locaux :** boucherie, charcuterie, presse, teinturier…
- ➔ un **mobilier urbain plus généreux** et diversifié pour faciliter les temps d'arrêt, les rencontres et la socialisation, se restaurer
- ➔ **usages sportifs plébiscités** en intérieur comme en extérieur
- ➔ dans ce but certain.es évoquent **les possibilités données par les abords du site :**
  - ◆ la reconversion des stationnements de surfaces (en y implantant par ex des loisirs), sans pour autant en diminuer la taille (parking sous-terrain ou à étages)
  - ◆ les rez-de-chaussées vides de Ginko
  - ◆ valoriser et animer les abords du lac du Décathlon par des programmes conviviaux de type buvette



Projections

Améliorer la circulation de tous les modes et l'accessibilité de la zone commerciale :

➔ flux piétons :
- ◆ améliorer la connexion piétonne de la zone par des **passages souterrains et aériens** (par ex : une passerelle piétonne adossée à un parking à étage au dessus du bd. Aliénor d'Aquitaine)
- ◆ meilleure **séparation avec les flux routiers** par la création de coursives
- ◆ au sein de la zone commerciale : **renforcer la sécurité des parkings** pour les piétons. Vers une ouverture extérieure de la galerie marchande ?

➔ vélos :
- ◆ **continuité cyclable** à prévoir sur l'ensemble du site
- ◆ davantage de **stationnements vélo** abrités et sécurisés au droit de la galerie marchande

➔ transports en commun :
- ◆ création d'un système de navettes pour **désengorger la zone**
- ◆ augmentation de la **fréquence du tram**

Autres problématiques

Gestion des caddies sur le site : utilisés par certain.es habitant.es pour ramener leurs courses jusqu'à chez eux. Système apprécié par certain.es pratiquant.es mais génèrent des points de tension : nécessité d'installer des points de collecte dans les quartiers pour les récupérer.



"Il faut récupérer les caddies"

"Humaniser la zone en rendant les voitures moins visibles en surface "



Les limites observées

- Temps de réalisation de l'atelier limité, ne permettant pas d'effectuer une synthèse partagée entre toutes les tables thématiques

- Format de jeu de rôle limité pour certains participants : **difficulté de projection** pour le personnage à incarner / **absence de prise de risque** pour d'autres en choisissant un personnage se rapprochant de leur profil d'invité

- **Manque de représentativité** : la majorité des participant.es étant des habitant.es de Ginko

Des convergences marquées avec des enseignements complémentaires

- **Questionnaire**
  Une grande majorité attend davantage de diversification de la zone, plus de mixité d'usages.

- **Atelier**
  La transformation souhaitée semble tournée vers le développement d'une "vie de quartier" avec davantage de services de proximité, de locaux associatifs, une "ambiance village"

- **Questionnaire**
  Les réponses données demandent plus de végétation, d'ombre, des parcs, de la fraîcheur.

- **Atelier**
  L'orientation est la même avec des pistes préconisées comme la reconversion partielle de parkings, l'activation du lac vers Decathlon (buvette, loisirs), plus de mobiliers urbain

En résumé :

Conserver une vocation commerciale principale, mais en faire une zone plus mixte et plus vivante

Favoriser la nature et la convivialité est perçue comme les leviers majeurs de transformation du cadre de vie de la zone

Des convergences marquées avec des enseignements complémentaires

- **Questionnaire**
  Nombreuses critiques sur la difficulté de marcher ou circuler à vélo, sur les ruptures de cheminements et la congestion automobile

- **Atelier**
  Ginko n'a pas été qualifiée comme étant déconnectée de la zone, des idées de passerelles, de navettes, de continuité cyclable ont été exprimées.

- **Questionnaire**
  Les réponses révèlent un potentiel résidentiel (si le cadre de vie s'améliore)

- **Atelier**
  Pas de demande de renforcer l'habitat, les participant.es sont venus préciser les manques du quartier (équipements publics, services, vie locale)

En résumé :

Rendre la zone plus accessible, plus sûre et plus agréable pour tous les modes, et en particulier les modes actifs

Le potentiel résidentiel existe mais dépend d'une amélioration du cadre de vie et du développement d' équipements et de vie de quartier

2 · Enseignements transversaux avec les ateliers professionnels

Enseignements tirés des ateliers professionnels :

- **Mobilités :**

- Besoin d'aménager et de sécuriser les continuités piétonnes et cyclables pour mieux connecter la zone commerciale avec ses abords / quartiers alentours
  ➔ Convergences avec le questionnaire et l'atelier

- Réorganiser le traitement des parkings pour éviter leur sous-occupation
  ➔ Convergences avec le questionnaire et l'atelier : les contributeur.ices seraient même prêts à stationner plus loin si le cheminement était facilité

- **Cohésion sociale et cadre de vie :**

- Favoriser l'artisanat dans la zone (accepter de sortir d'une logique purement marchande), éviter le développement d'activités tertiaires, implanter des lieux qui favorisent le lien social et la convivialité
  ➔ Convergences avec l'atelier usagers sur le développement d'activités artisanales / ESS. Les résultats du questionnaire montrent également une volonté de diversification mais tournée vers les sports et loisirs tout en conservant l'activité commerciale.

- Nécessité de renforcer la polarité Ginko/Aubiers avec le développement d'équipements publics notamment sportifs et à destination de l'accueil petite enfance
  ➔ Divergence avec l'atelier usagers qui montraient des attentes en termes de services publics. Les résultats du questionnaire montrent des attentes en termes d'équipements de loisirs (cinéma).

Enseignements transversaux

- **Commerces :**

- Penser les mutations futures du site vis-à-vis du développement des modes de consommation alternatifs (e-commerce)
  ➔ Convergences avec l'atelier usagers dans l'idée d'un désengorgement de la zone commerciale

- Trouver un équilibre entre les activités de destination d'attractivité régionale et les activités de proximité d'attractivité locale / pouvoir d'achat limité sur Ginko posant la question de la pérennité du commerce de proximité
  ➔ Convergences avec le questionnaire et l'atelier usagers sur la nécessité de développer une offre de proximité. Mention des problématiques financières limitant l'offre actuelle (prix du loyer et pouvoir d'achat)

- **Logements :**

- Proposer une programmation résidentielle diversifiée mais équilibrée (logements sociaux, accès à propriété...)

- Prévoir des logements de qualité (confortable, fonctionnel, réversible) prenant en compte les conditions d'habitabilité du secteur (commerces, infrastructures routières)
  ➔ Il n'a pas été prévu de faire une table thématique sur la question du logement en atelier usagers. Les résultats du questionnaire ont néanmoins montré un potentiel résidentiel (17% des contributions pourraient envisager d'habiter à proximité de la zone).

3 · Perspectives et approfondissements

Pistes à creuser…

Sujets à approfondir :

COMMERCE ET ACTIVITÉS :

- Équilibre entre attractivité régionale et commerces / services de proximité
- Accueil des pratiques professionnelles : locaux d'activités, coworking, artisanat, en lien avec les futurs usages du quartier

MOBILITÉ :

- Stationnement : compromis entre distance de marche pour rejoindre les enseignes et qualité des cheminements d'accès

Dispositifs d'animation à prévoir :

- Table thématique sur la question du logement lors d'un atelier usagers
- Atelier plus long intégrant une restitution collective systématique
- Format innovant d'atelier favorisant l'implication de l'ensemble des participants