

# Ergapolis saison 2018

## Ville de Gaillon



Alicia Denneulin    Hacene Mohamed  
Sophie Havreng    Audrey Nassivera  
Nathan Levenson    Adeline Raphaël  
Elise Métayer      Jessica Vatonne





La renaissance d'une communauté

p.7 Résumé

p.8 Introduction

p.9 I - Inscrire la ville dans une dynamique positive à l'échelle de la Seine : une démarche centrée sur l'identité et l'attractivité du territoire

p.9 1) Insertion de Gaillon dans son territoire : analyse sociologique, démographique et économique

- a. La CCEMS dans l'Eure
- b. Gaillon dans la CCEMS
- c. Dynamiques de la population du territoire Gaillonnais
- d. Entre insécurité et manque de structure
- e. Une région dortoir

p.13 2) L'identité urbaine de Gaillon

- a. Histoire du développement urbain de la CCEMS
- b. L'identité architecturale du territoire

p.15 3) Les paysages de la CCEMS

p.17 4) Comment mettre en avant cette restructuration des espaces ?

- a. Développement durable
- b. Marque territoriale

p.19 II - Les usagers, premiers acteurs pour la transition de la ville

p.19 1) Participation des habitants

p.20 2) Transmettre une démarche pour lier les acteurs du territoire et ses habitants : La Maison du projet et les ambassadeurs

a. La maison du projet

b. Démarche participative de marketing territorial : programme d'ambassadeurs

p.24 3) Sensibilisation par un travail sur les usages

a. Défi famille à énergie positive, Vitry-le-François

b. Véhicule de la solidarité et de l'écologie

p.25 4) La collecte des déchets de la CCEMS

p.28 III - Espaces de la ville, circulation et trame verte : Pour une nouvelle qualité de vie à Gaillon centrée sur le développement durable

p.28 1) Repenser la circulation en ville

p.39 2) Valorisation de la trame bleue pour un développement durable du territoire

p.44 3) Trame verte de la Seine aux potagers

a. Espaces verts à Gaillon

p.45 4) Aménagement des espaces verts de Gaillon

a. Végétalisation de la ville

b. Réhabilitation d'un espace vert en espace de détente et de promenade

c. Aménagement des berges de la Seine

## p.50 IV - Etape finale du voyage à Gaillon : le château

### p.50 1) Réhabilitation des jardins du château

- a. Les jardins du Haut
- b. Les parcelles du château

### p.54 2) Château de Gaillon

- a. Situation actuelle du château
- b. Pour un accès au château plus agréable: promenade patrimoniale
- c. Expérience de visite

### p.59 3) Benchmark patrimoine & technologie

- a. Benchmark au niveau local
- b. Benchmark au niveau national

## p.66 V - Construction d'une communauté

### p.66 1) Copy stratégie

- a. Tourisme
- b. Stratégie de communication

### p.68 2) Relations presse

- a. Dossier de presse
- b. Presse locale, nationale et internationale
- c. Emailing
- d. Guides de voyages

### p.70 3) Stratégie de réseaux sociaux

- a. Analyse de la page Facebook de la ville de Gaillon
- b. Propositions pour améliorer la communication sur les réseaux sociaux
- c) Ecoute sociale Radarly - ville de Gaillon

p.76 VI- Budget

p.77 Conclusion

p.78 Annexes

p.80 Annexe n°1 - Analyse du questionnaire distribué aux habitants

p.91 Annexe n°2 - Statistiques concernant les touristes, Office de tourisme Eure  
Madrie Seine

p.94 Retour d'expérience de la pluridisciplinarité

## Résumé

« Gaillon, ville pionnière de la transition environnementale du Grand Paris propose un havre de nature et de culture pour tous ! » Voilà la vision que nous voulions transmettre dans le cadre de ce concours Ergapolis. A la croisée des dynamiques politiques d'un territoire en pleine évolution sur des sujets centraux tels que l'éducation et les savoir-faire, le développement durable et la qualité de vie des habitants, Gaillon peut être moteur du projet à la condition que ses habitants s'inscrivent dans les avancées de ce territoire. Le premier pas ne pouvait partir d'une modification de l'urbain, il devait et devra être initié par les habitants pour parvenir à créer une société fondée sur ces principes. Les habitants doivent être en adéquation avec les ambiances et l'identité que l'on veut donner au territoire.

Notre équipe s'est donc appuyée sur le patrimoine humain et culturel du territoire pour améliorer la qualité de vie des habitants et donner à la ville une visibilité au-delà de la Vallée de la Seine. Nous avons retracé le parcours urbain dans une optique de développement durable en travaillant chaque espace en sa qualité de lien urbain pour lui donner une identité propre. Ainsi, Gaillon pourra se revendiquer comme un lieu de découverte au-delà de son château en renouant avec son patrimoine rural grâce aux « jardins du château ».

Le voyage commence sur les bords de Seine près de la gare, lieu de repos où les voyageurs pourront déguster une bière tout en profitant du paysage

offert par le fleuve. Ensuite, une longue ballade se profile au cœur des jardins, sportive au départ grâce à un mobilier adapté pour se mettre en forme et améliorer l'attention portée à la santé. Ensuite, les promeneurs pourront suivre la trame bleue formée par le ru dans une charmante ballade au cœur d'un sous-bois. Les enfants seront ravis par la présence d'ovins et pourront avoir une première approche des animaux de la ferme. La dernière étape permet une transmission de compétences agricole grâce à la présence de jardins permacoles. Ceux-ci en bas du château sont reliés à l'image de marque de celui-ci et permettent une vente directe des produits de Gaillon en circuit court et de haute qualité. Un restaurant y prendra aussi place pour permettre aux touristes une pause avant de poursuivre leur journée à Gaillon et offrir aux habitants une offre alimentaire plus diversifiée. Après cette belle promenade verte, nous arrivons dans le centre-bourg avec ses maisons à colombages et ses rues traditionnelles piétonnes. Les familles des jeunes aux plus âgés pourront y déambuler sans peine. Finalement, au tournant d'une exposition le long des ruelles de Gaillon, apparaît le château de Gaillon et ses multiples influences. Les visiteurs pourront y retrouver une reproduction de ce qu'il a pu être à la belle époque sur Histopad ou bien observer des spectacles de lumière. Ils en ressortiront avec des beaux souvenirs dans l'esprit et dans les mains, grâce aux souvenirs proposés par la boutique du château.

Une sensibilisation aux éco-gestes et une offre diversifiéeserontégalementproposéesauxhabitants grâce à des actions complémentaires inspirées de ce qui se fait en économie sociale et solidaire pour promouvoir le vivre ensemble. La Maison du Projet est le lieu central pour organiser cette solidarité intergénérationnelle et faire participer la population. Il vise à attirer dans un unique lieu des habitants pour des activités adaptées à tous les âges permettant de réduire la fracture numérique et favoriser l'investissement au sein de la politique de la commune. Pour atteindre un plus large public, il serait relayé par des ambassadeurs de la ville ainsi qu'un food truck qui permettrait à la fois de faire participer des jeunes au projet et de transmettre des connaissances au sein de la population. Le lien créé entre les habitants est très important pour favoriser la sécurité et une qualité de vie, ainsi des projets tels que le Défi à Familles Positives illustre l'ambiance que nous souhaitons rendre à Gaillon.

Notre projet se veut donc à la fois centré sur la ville car c'est à cette plus petite échelle que les changements sont les plus manifestes pour la vie des habitants et tourné vers le territoire pour que celui-ci connaisse une plus grande attractivité auprès des touristes.

## Introduction

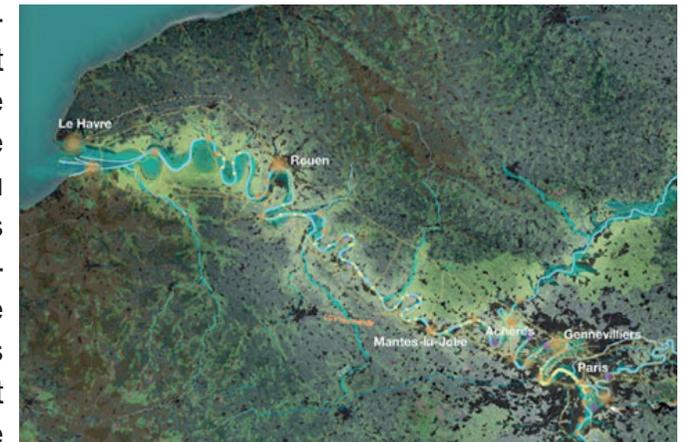
« J'ai eu un rêve. La vallée de la Seine devenait le cadre d'une grande métropole mondiale où l'urbain et la nature seraient réconciliés, Paris Rouen le Havre enrichissant cette région capitale de leurs identités propres et l'ensemble des urbanités diffuses façonnant le cadre de vie d'une ville monde riche de sa diversité et de son potentiel créatif et industriel. »

Grumbach rêve un territoire mêlant la beauté de chacune de ses composantes et sa richesse culturelle et humaine pour parvenir à s'unir et mettre en valeur son patrimoine. Cette vision nous pouvons en avoir un aperçu en nous laissant porter par les flots de la Seine et en découvrant la multitude de villes dont elle a permis l'essor. Cette **trame paysagère** a inspiré de grands peintres et est sûrement une des plus remarquable de France. Elle a été notre point de départ vers l'union du territoire et le développement de Gaillon dans celui-ci et parcourra l'ensemble de notre projet.



Pour que les communes parviennent à une cohésion et une dynamique positive, il ne suffit pas d'une volonté politique mais que chaque individu comprenne la dynamique qui a amené à l'union de ce territoire. L'urbain fait partie du quotidien de tous les habitants et est un des marqueurs qui crée une société. Il est donc nécessaire pour ceux qui le travaillent de prendre en compte quelles interactions les habitants vont avoir avec la ville et comment celle-ci peut favoriser le vivre ensemble. C'est pourquoi le besoin de matérialiser une identité commune dans l'ensemble des villes du territoire est centrale dans les discours politiques du Grand Paris et de la Vallée de la Seine. Ce besoin d'identité et de cohésion est le fil rouge de notre projet.

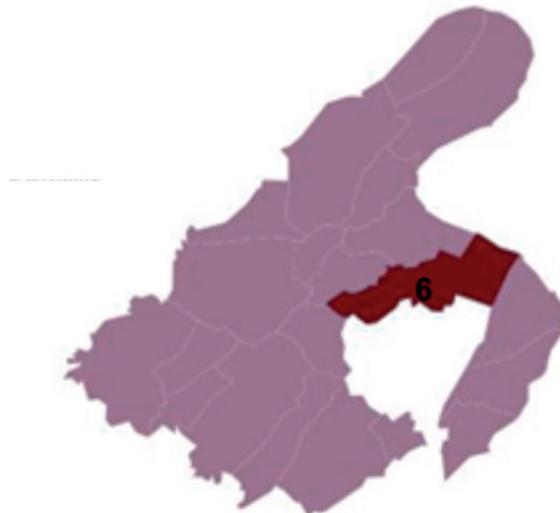
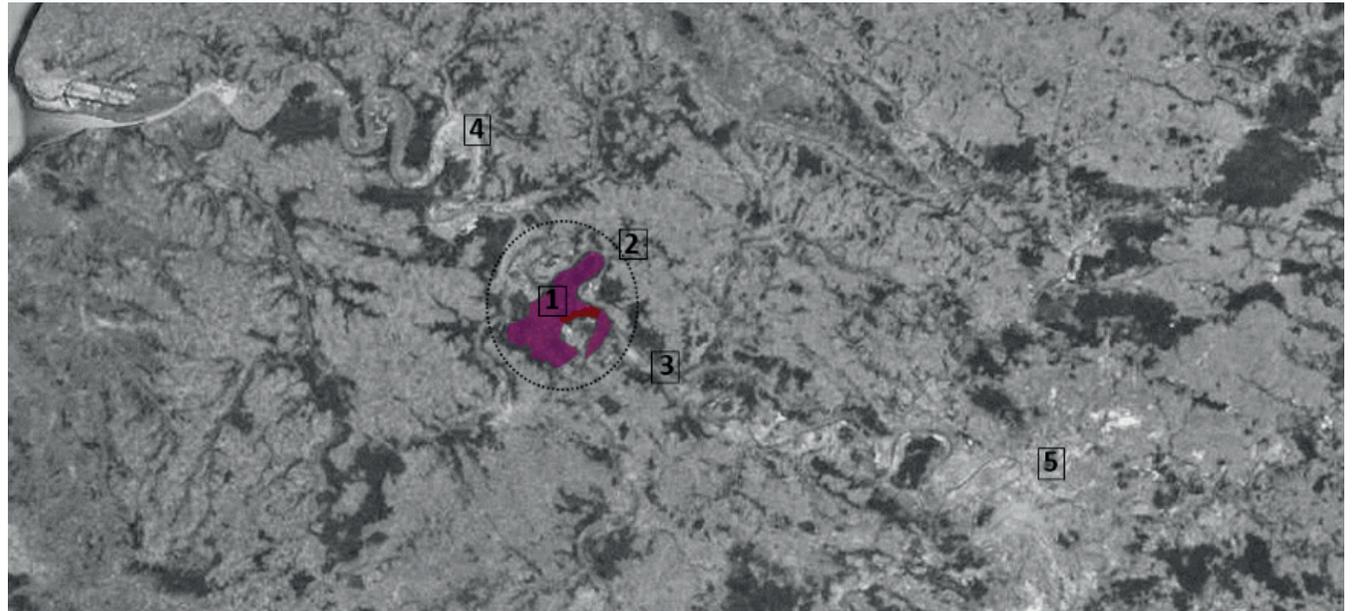
Nous avons donc cherché les dynamiques du territoire sur lesquelles nous appuyer pour au sein de Gaillon et insérer la ville dans le Grand Paris. Pour cela, notre geste a été de nous intéresser à Gaillon en tant qu'entité d'un territoire plus vaste à l'échelle de la Vallée de la Seine et de la CCEMS pour ensuite comprendre sa dynamique propre. Nous avons ainsi pu cibler les interactions sur lesquelles il fallait se concentrer pour parvenir à créer une unité au sein de la ville qui se reflèterait à plus grande échelle.



## I - Inscrire la ville dans une dynamique positive à l'échelle de la Seine : une démarche centrée sur l'identité et l'attractivité du territoire

### 1) Insertion de Gaillon dans son territoire : analyse sociologique, démographique et économique

Le projet du Grand Paris réunit par une approche géographique l'Île-de-France, premier pôle économique français et la Normandie, région historiquement très riche. Pour harmoniser les dynamiques de ces deux territoires, nous avons dû nous appuyer sur ce patrimoine et le mettre en avant.

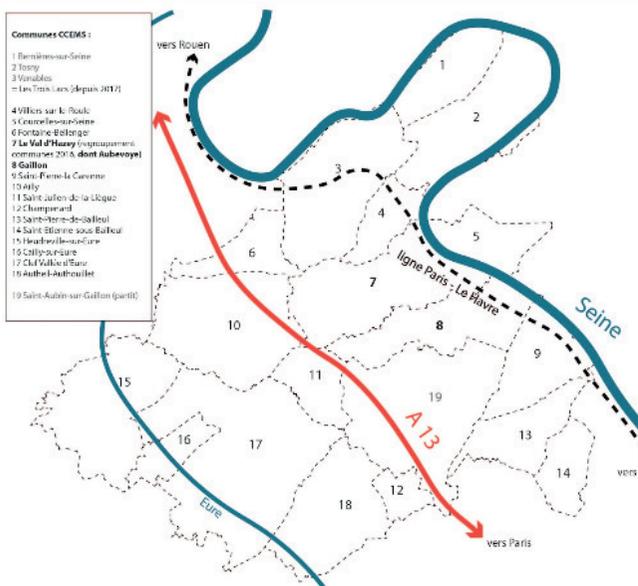


1. CCMS
2. Les Andelys (Château Gaillard)
3. Giverny
4. Rouen
5. Paris
6. Gaillon

## a) La CCEMS dans l'Eure

L'Eure est dans le top 10 des départements français pour son industrie (automobile, pharmaceutique, etc). Sa position entre le marché francilien et les grands ports normands, son attrait touristique enrichi du musée des impressionnistes de Giverny en font un axe de développement majeure.

Les communes de l'Eure se sont regroupées en communautés de communes ou en communautés d'agglomération. La ville de Gaillon fait partie de la CCEMS (Communauté de Communes Eure Madrie Seine) créée en 2002. Elle regroupe 16 communes à majorité rurale dont les 2 plus importantes en termes de population sont Gaillon et Aubevoye.



## b) Gaillon dans la CCEMS

Gaillon représente 5% de la population départementale avec 28 809 habitants (2013) et sa croissance démographique de 1,4% entre 2008 et 2013 représente plus du double de celle moyenne de l'Eure. Le territoire ne fait donc pas partie des zones désertées, et attire des ménages qui préfèrent des plus petites villes pour acquérir un logement. L'axe Louviers – CCEMS – Vernon est un territoire de choix par sa position stratégique entre Rouen et l'Île-de-France.

Gaillon fait partie du pôle principal de la CCEMS avec le Val d'Hazey puisque le pôle possède plus de 12 000 habitants et représente plus de 40% de la population de l'intercommunalité. La ville présente des dynamiques surprenantes, il s'agit de la commune la mieux équipée de la CCEMS et pourtant elle est l'unique commune qui perd des habitants.

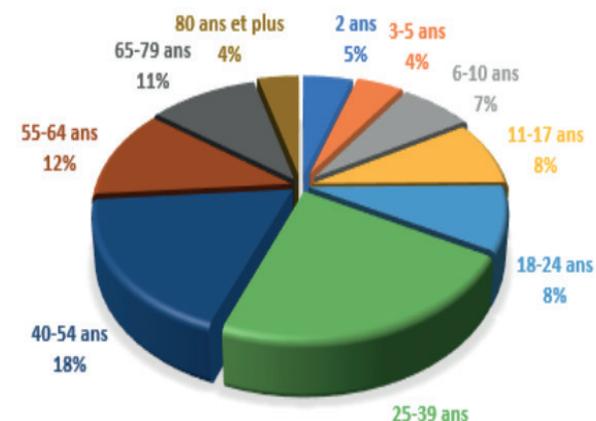
Axe Rouen – Paris : attraction pour un compromis entre travail et accès à la propriété

Gaillon : ville structurante de l'axe et pourtant seule ville ayant un solde d'habitants négatif.

## c) Dynamiques de la population du territoire Gaillonnais

Un gros atout de Gaillon semble être sa population jeune et dynamique. L'indice de jeunesse est de 2,08 contre 1,6 pour le département, est positif et est resté stable au cours de ces dix dernières années même si la taille

des ménages a diminué : le nombre moyen d'occupants par résidence principale est passé de 3,2 personnes en 1968 à 2,5 en 2013.



On observe l'arrivée d'une population dynamique et qui peut apporter aux communes mais qui ne s'intègre pas réellement, restant souvent un peu en retrait. Gaillon est souvent perçu non pas comme un lieu de vie mais comme une ressource et devient une ville dortoir. La mixité sociale n'est pas insufflée par des conditions socio-économiques qui la transformerait en moteur du bien-être général. C'est pourquoi, il existe un réel clivage entre les anciens Gaillonnais qui ont vécu la ville dès leur enfance au sein des mêmes écoles, souvent issues de familles d'agriculteurs et de petits commerçants, et une population plus jeune souvent issue de l'immigration maghrébine voire sub-saharienne.

Pour accueillir ce flux la ville a encore une politique extensionniste. En effet le nombre de résidences principales est en augmentation tout comme le nombre de constructions alors même que les logements vacants sont

La question de l'emploi se retrouve souvent dans les discours comme principal motif de ce clivage. La ville de Gaillon présente donc un profil typique d'une France ayant connu la prospérité jusqu'aux années 1980-1990, et faisant face à un déclin industriel et ce que cela implique en termes d'emploi et de dynamisme local. Les associations ont du mal à perdurer, les services locaux (boucheries, pâtisserie, ...) ont disparu et ne valorisent plus l'aspect artisanal de la ville. Les locaux ont conscience que les habitants ne vont rarement plus loin dans la ville que la place de l'église, cause de fermeture de nombreux commerces.

#### d) Entre insécurité et manque de structure

Il est ressorti de nos entretiens avec les habitants du centre de Gaillon et les habitants investis dans la ville, que celle-ci était principalement empruntée par les populations installées de longue date et les jeunes qui n'avaient pas pu quitter la ville ou qui avaient émigré. La cohabitation entre ces deux catégories de population n'est pas réellement médiatisée par la structure du territoire ou des pratiques de gouvernance. Les populations ont relevé de nombreux conflits qui entachent la pratique de la ville.

#### e) Une région dortoir

« *Population morose, centre-ville vivant commercialement mais pas humainement et servant de lieu de passage.* » Citation d'un habitant dans le questionnaire.

Nous l'avons vu, le territoire est attractif en particulier par sa localisation à l'intersection des zones d'influence de deux grandes villes : Paris et Rouen. Cependant, si cela permet un certain dynamisme de la région, l'identité du territoire en est perturbée. Les habitants s'y retrouvent pour satisfaire un compromis entre prix du foncier et zone d'emplois mais s'investissent plus difficilement dans la ville. C'est ainsi que les centres-villes sont quelque peu désertés et que la population profite presque uniquement des grandes infrastructures sans pénétrer davantage dans le tissu urbain.

Deux rues sont passantes et le reste de la ville est délaissé. Seuls les quelques lieux commerçants attirent les habitants qui arrêtent leur voiture à leurs abords, restent le temps de faire leurs courses et repartent.

##### Population jeune et nouvelle :

- Besoin d'intégration et d'implication de cette population dans la vie de la cité.
- Cohabitation entre les différents âges de population difficile

##### Population de Gaillon et Aubevoye :

- Manque de diplôme et difficulté des jeunes adultes en l'absence d'écoles ou de centre universitaire.

Quels pourraient être les leviers pour développer le territoire tout en faisant en sorte que les habitants s'identifient à la dynamique du territoire ?

Comment redonner aux habitants les clefs du dynamisme de leur ville à travers l'exploitation de leur patrimoine culturel et historique ?

Nous avons synthétisé notre analyse de la ville sous la forme d'une matrice SWOT pour mettre en évidence les éléments qui structurent Gaillon et son développement.

De cette analyse économique, démographique et sociologique apparaît tout d'abord un nouvel acteur, les touristes. En effet, pour diversifier son économie, la ville doit parvenir à améliorer son attractivité et son image à l'échelle nationale. Nous avons donc deux types d'utilisateurs à prendre en compte, le touriste et l'habitant sur un même territoire.

Différents leviers d'action apparaissent, ils ont orienté le diagnostic territorial que nous allons développer. La structure architecturale et paysagère est fondamentale dans une ville qui semble avoir conservé les traces de son patrimoine lié à la fois à la royauté par son château et ses jardins et à la paysannerie par une part de son bâti et son lien avec le rural. Cet aspect sera principal pour comprendre ce qui structure la vie quotidienne des habitants et leur identité ainsi que pour mettre en avant l'aspect touristique de la ville. C'est pourquoi une seconde étude sera vouée à comprendre l'histoire de la ville et de ses espaces.

## FORCES

### Gouvernance et société :

- Prise de conscience du potentiel de la ville et du château
- Habitants volontaires et intéressés

### Économie :

- Taux d'activité supérieure à la moyenne départementale (75%)

### Tourisme :

- Château et son histoire atypique
- Patrimoine rural et paysager
- Niche potentielle régionale de tourisme "vert"

### Démographie :

- Indice de jeunesse élevé nécessaire à la pérennité du projet

### Habitat :

- Foncier mobilisable à l'horizon 2020 en regard du SCOT

### Équipements et services :

- Gaillon mieux équipée de la CCEMS

### Accessibilité :

- Desservie par A13
- Gare de Gaillon/Aubevoye

### Communication :

- Communauté importante sur la page Facebook de la ville (1074 fans)
- Le château est un symbole fort

## FAIBLESSES

### Gouvernance et société :

- Politique d'aménagement et touristique à définir et affirmer
- Clivage social et générationnel

### Économie :

- Fort turn over des commerces et baisse activité économique
- Taux d'emploi en diminution

### Tourisme :

- Offre de restauration essentiellement fast food

### Démographie :

- Solde migratoire négatif sur la ville
- Part des 15-29 ans en baisse par rapport aux territoires voisins

### Habitat :

- Logements sociaux vacants
- Offre de logement ne correspondant pas aux critères des jeunes actifs

### Équipements et services :

- Réseau de transports en commun peu dense
- Équipement en fibre inexistant
- Service d'urgence à 40 min de route

### Communication :

- Manque de communication à propos des activités (cf. annexe n°1, analyse du questionnaire)

## OPPORTUNITES

### Gouvernance et société :

- Renforcer la volonté d'aménagement de la ville

### Économie :

- Création d'emplois si optimisation politique touristique

### Démographie :

- Mettre en place une stratégie organisationnelle régionale afin d'absorber l'évolution démographique du territoire

### Tourisme :

- Axe majeur : la vallée de la Seine
- Pomper dans les 1,4 millions de touristes annuels de l'Eure
- Vert : valoriser le patrimoine végétal et aquatique compte tenu de l'occupation du sol et de la proximité à de grands centres urbains
- Patrimonial : la CCEMS c'est 187 sites inventoriés dont 17 inscrits ou classés aux Monuments Historiques

### Transports

- Proximité du réseau du Grand Paris

### Communication :

- Le château est un atout pour la ville

## MENACES

### Gouvernance et société :

- Concurrence d'Evreux (préfecture)

### Économie :

- Spécialisation du territoire vers des emplois techniques
- Concurrence de Rouen (bassin d'emploi)

### Démographie :

- Concurrence du Grand Paris

### Tourisme :

- Image d'ancienne région industrielle deshéritée
- Concurrence de Giverny

### Communication :

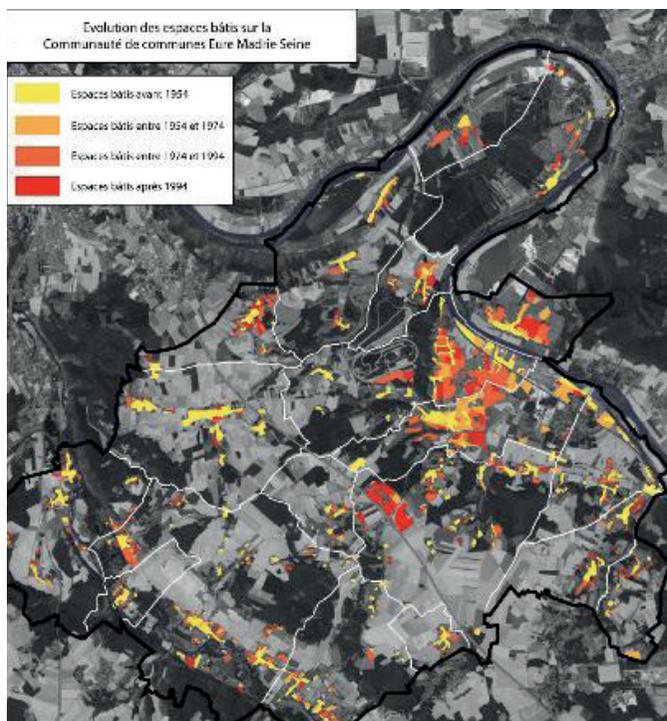
- Manque de notoriété & d'attractivité comparé aux autres châteaux

## 2) L'identité urbaine de Gaillon

Deux paysages urbains se côtoient aujourd'hui :

Les extensions urbaines, pavillonnaires et commercial-industriel, qui présentent un caractère peu qualitatif et standardisé que l'on retrouve dans toutes les villes qui ont vu l'arrivée de l'autoroute.

Les **centres-bourgs**, les hameaux et l'habitat isolé qui ont gardé leur **caractère local et rural**, et qui constituent un **patrimoine à valoriser et promouvoir**.



### a) Histoire du développement urbain de la CCEMS

Des années 1970 à aujourd'hui, un développement massif des constructions pavillonnaires est observé, « au coup par coup » ou sous forme de lotissements et en rupture avec la structure villageoise héritée. Cela a créé du mitage et une perte d'identité, une diminution des terres agricoles, un dépeuplement des bourgs, de nouvelles polarités et une architecture ne respectant pas l'identité territoriale. Cette tendance tend à ralentir depuis les années 2000, avec l'apparition de documents d'urbanisme « plus contraignants » concernant l'occupation du sol. Aujourd'hui, il est préconisé d'éviter de construire des entités bâties complètement déconnectées du centre-bourg.

Plus précisément, la consommation foncière du territoire s'est fait comme suit. Avant 1954, l'espace bâti à l'échelle de la CCEMS était dispersé et réparti entre la vallée de l'Eure, le plateau de Madrie et la vallée de Seine. A cette époque, Aubevoye était très peu urbanisée et la continuité urbaine entre Courcelles-sur-Seine, Aubevoye et Gaillon, n'existait pas .

Carte : historique de l'urbanisation dans la CCEMS. La majorité des extensions d'après autoroute (nuances de orange), soit après les années 1960, sont du pavillonnaire et des zones d'activité (source : diagnostic du PLUI de la CCEMS).

Les années 1960 et 1970 ont vu la CCEMS développer son espace bâti essentiellement sur la vallée de Seine. Le plateau de Madrie et la vallée d'Eure ont peu évolué en comparaison.

Les années 1980 et 1990 marquent un développement de l'urbanisation importante avec un boom des constructions sur les communes de Courcelles-sur-Seine, Aubevoye et Gaillon.

Les années 2000 verront la commune de Saint-Aubin-sur-Gaillon fortement se développer et notamment sur les activités économiques au bord de l'autoroute A13.

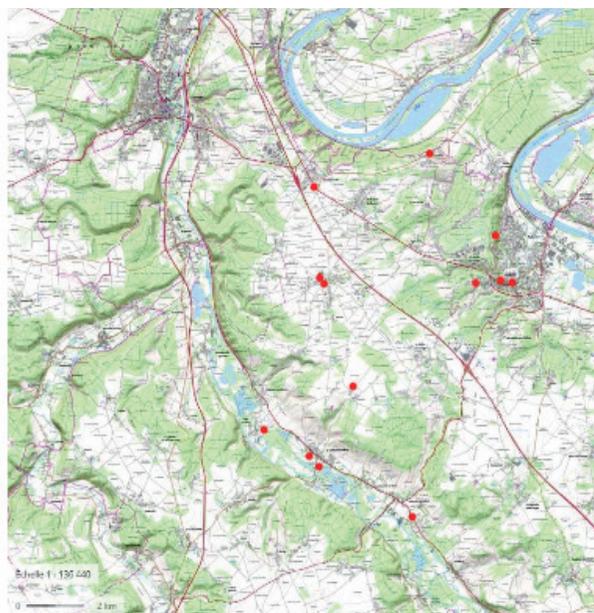
Plus récemment, entre 2006 et 2016, la consommation foncière a dépensé près de 258 hectares de foncier qui ont été consommés sur le territoire la CCEMS, avec 54% d'activités économiques et 45% d'habitat. Une large majorité (environ 189 hectares, soit 73%) a concerné des espaces naturels et agricoles, en extension des tissus urbains jusqu'alors constitués.

Pour Gaillon : 9,2 hectares ; dont 7,9 en densification et 1,3 en extension urbaine, avec 322 logements construits pour une densité moyenne de 49,5 log./ha.

## b) L'identité architecturale du territoire

### Le château

Il y a 15 monuments historiques répartis sur 10 communes dans la CCEMS. **Gaillon en compte deux : le château** (inscrit et classé) et **une maison à pan de bois Place de l'église** (inscrit). La commune de Gaillon est dotée d'une **ZPPAUP** (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysage).



Carte : les monuments historiques de la CCEMS : beaucoup sont déjà notés dans la carte IGN.

Le château de Gaillon (10 kilomètres de château Gaillard et 20 kilomètres de Giverny) est aujourd'hui considéré comme le premier château Renaissance construit en France avant même les châteaux de la Loire. Il est le témoignage de la volonté du Cardinal Georges d'Amboise de rompre avec les conventions architecturales de l'époque pour diffuser la Renaissance Italienne en France. Construit sur un éperon rocheux, **le château surplombe la belle ville de Gaillon et la vallée de la Seine.**



Photographies : maison à pan de bois et château à Gaillon (source : diagnostic du PLUI de la CCEMS)

### Le bâti traditionnel

En plus de cela, l'identité rurale des communes est toujours présente. Elle est caractérisée par une diversité de typologies : maison de maître, maison de bourg, longère, corps de ferme. Aussi des matériaux issus des différents sols du territoire y contribuent : bauge, moellons, brique et silex, pierre calcaire, pan de bois, enduit, etc.

Ainsi, la rénovation de ces bâtiments anciens doit faire l'objet d'une attention particulière, pour préserver la qualité de l'architecture « rurale communale ». Il faut limiter les restaurations inadaptées du patrimoine bâti. L'attention devra se porter notamment sur les matériaux, les clôtures, les enduits, les menuiseries et volets.

Outre les bâtiments inscrits à l'inventaire des Monuments Historiques, dont le château de Gaillon, **une partie du tissu bâti présente un intérêt architectural de par son caractère local** (implantation, typologie, matériau). Des préconisations sont à donner pour sa rénovation et sa promotion.

Gaillon possède donc un patrimoine urbain conséquent qui a été quelque peu obliéré dans les dernières décennies et demande à être retravaillé. Les principales ressources pour favoriser l'image et l'attractivité de Gaillon sont le château et le centre-bourg traditionnel.

### 3) Les paysages de la CCEMS

Si le secteur le plus urbanisé du territoire est représenté par les communes de Gaillon et Aubevoye, la culture est proche de celle rurale. Les habitants sont souvent issus de famille historiquement agricoles et une partie des habitants quittent Gaillon pour retrouver un cadre de vie plus rural tout en restant suffisamment proche des transports et donc de l'emploi. Apparaît ici une idée importante : le lien entre urbain et rural, qui se retrouve à toutes les échelles. Nous sommes sur des territoires ayant une histoire agricole importante et un patrimoine qui en découle. Pourtant, les politiques urbanistes pratiquées ne l'ont pas toujours mis en valeur et l'usage des habitants des espaces verts ou le besoin de dépaysement présent au sein des villes n'a pas été relevé.

À l'échelle de la CCEMS, l'Atlas des Paysages de Haute-Normandie répertorie quatre unités paysagères réparties en trois grands types de paysages :

- Les paysages de vallées (La vallée de Gaillon-Vernon, Les méandres des Andelys et La vallée de l'Eure)
- Les paysages de plateau cultivé (la plaine de Saint-André)
- Les paysages de plateau mixte (le plateau de Madrie)

**La vallée de Gaillon-Vernon** présente une occupation du sol diversifiée. En effet, les berges sont marquées par une succession de zones artificialisées et d'espaces champêtres. Le paysage est marqué par un couvert forestier interrompu par quelques zones de cultures. Suite à l'abandon du pastoralisme, les coteaux s'emboisent entraînant une disparition des paysages de landes calcaires.



**Les berges de Seine** restent en grande partie inaccessibles à la population.

**Les méandres des Andelys** sont caractérisés par un paysage agricole, ainsi que par l'activité d'extraction de sables et de graviers. Ces gravières, comme cité précédemment, ont donné lieu à la création de plans d'eau conséquents qui marquent le paysage. L'urbanisation est peu importante.



**La vallée de l'Eure** est marquée par la présence de nombreux manoirs et de châteaux. L'Eure présente des paysages diversifiés, entre industrialisation, urbanisation, agriculture et forêts. Les parcelles les moins favorables aux grandes cultures ont été converties en espaces forestiers conduisant à une fermeture du paysage, notamment autour des villages.



**Les lisières urbaines** (ou franges urbaines), correspondent aux limites entre les zones urbanisées et les zones naturelles ou agricoles. Ces zones sont particulièrement sensibles de point de vue paysager, puisqu'elles constituent un changement de rythme et d'occupation de l'espace. Il s'agit donc de les traiter avec précaution afin d'éviter les ruptures paysagères, et ce notamment dans des paysages agricoles très ouverts, ou bien dans des paysages à fort relief, donnant lieu à des vues lointaines » (source : définition dans le PLUI, partie Diagnostique).

Au sein de la CCEMS, il y a des lisières rurales traditionnelles préservées. Il s'agit d'écrins boisés autour du village, qui présentent des contours flous et dessinent des moutonnements successifs des masses végétales. Cela participe à donner un caractère intime au village, cadre des vues vers l'extérieur et offre un charme rural.

En revanche, les lisières en mutation qui ont vu l'apparition de nouveaux quartiers pavillonnaires et zones d'activités sont souvent plus brutales. Amputées d'une partie de leur écrin végétal, les masses floues se substituent à des lignes tendues, et les bâtis n'ont rien à voir avec le bâti traditionnel, entraînant une perte de l'identité villageoise et une banalisation du paysage global. L'intégration paysagère et ur-

baine des nouvelles extensions en extérieur de bourg est un enjeu pour le développement de la CCEMS.

A Gaillon, les espaces verts sont extrêmement présents mais ils ne structurent pas le paysage ou la vie des habitants, ce sont des espaces de passage, ou de vide. Cela amène des détournements d'usage. Il n'y a pas une continuité entre ces espaces et ils sont rarement caractérisés comme des espaces destinés à la population mais davantage comme des espaces tampons, comblant un vide plutôt qu'un espace de liaison.

---

Quels tenants pour structurer l'identité du territoire ?

- Restructurer le tissu urbain pour faire naître des centralités et une continuité dans les espaces
  - Lier l'urbain et le rural pour réintégrer les habitants en s'appuyant sur les lisières urbaines et les paysages forestiers
- 



*Présence des espaces verts sur le territoire*

## 4) Comment mettre en avant cette restructuration des espaces ?

Travailler l'interaction et mettre en avant les éléments clefs du patrimoine ne suffit pas, il faut aussi diffuser la nouvelle orientation de la ville à travers un médium adapté. Les deux cibles sont principalement les habitants et les touristes. Nous avons donc réfléchi à une stratégie de communication qui puisse toucher ces deux parties prenantes.

Pour donner une image singulière de la ville et ne plus centrer le potentiel de la ville uniquement autour du château, nous proposons d'exploiter l'immense potentiel vert gaillonnais à travers une volonté politique : le développement durable, et une marque territoriale : Gaillon et ses parcs dans une dynamique de développement durable.

### a) Développement durable

Une partie des habitants de Gaillon regrette le manque de savoir-vivre de leurs concitoyens et dénonce le nombre de déchets jetés à même le sol dans l'ensemble des lieux publics. Remettre ces espaces au centre de la démarche de la ville et de la vie des habitants permet que ceux-ci les investissent. Cependant, ce manque éducationnel récurrent demande que l'on s'y attarde si on veut valoriser ces espaces et améliorer la qualité de vie de tous.

---

Mettre au centre de notre projet le développement durable, c'est en premier lieu placer les individus au coeur de notre projet car améliorer la gestion des ressources demande un changement profond des pratiques pour sa mise en œuvre. Ensuite, cela permet de valoriser l'entretien et la création d'espaces naturels bénéfiques pour la santé. La qualité de vie des habitants en est améliorée tout comme leur rapport à la ville. Enfin, une telle politique est en lien avec les volontés nationales et permet d'harmoniser la dynamique de Gaillon avec celle étatique. Cela donne des atouts supplémentaires pour chercher des financements et justifier des aménagements et attirer une population urbaine comme celle parisienne en recherche de respiration verte. Cela permet aussi d'optimiser les dépenses énergétiques, ce qui aide les habitants à augmenter leur reste à vivre.

---

Pour installer une culture durable, nous nous sommes appuyés sur l'approche de l'économie circulaire. Nous avons questionné chaque point vis-à-vis d'un diagnostic environnemental du territoire, pour prendre en compte les différents acteurs et proposer un plan d'action complet. En effet, il faut une synergie entre les domaines pour qu'ils s'apporment mutuellement et que la transition fonctionne réellement. Les actions isolées, bien que très intéressantes et bien effectuées ont bien moins de poids. Nous l'avons bien vu avec les difficultés rencontrées par L'arbre aux Légumes.

Bénéfices de l'intégration du développement durable :

- Avoir un système alternatif d'alimentation
- Éduquer sur la production locale et écologique  
Améliorer la qualité de vie : confort, alimentation, etc
- Augmenter le reste à vivre
- Impact social : interaction des habitants, zones tampons
- Lutter contre l'imperméabilisation des sols : mouvements de terrain, inondations îlots de chaleur
- Promouvoir la biodiversité

Notre porte d'entrée dans la démarche a été la gestion des déchets. Nous nous sommes particulièrement centrés sur l'implication des habitants dans cette gestion. En effet, une étape cruciale pour que la transition vers une ville plus durable fonctionne, est le changement de mode de vie de la population. Pour cela, il faut la renseigner, faire comprendre l'intérêt de la démarche et faciliter l'évolution et les nouvelles pratiques.

Ensuite, il est important de fournir les infrastructures pour développer une approche durable des éléments de la ville. Pour cela, nous nous sommes appuyés sur l'énorme potentiel vert de la ville ainsi que le patrimoine agricole pour proposer une alternative au modèle productif par une alimentation tournée vers le local et pour promouvoir la biodiversité. Cette démarche durable sera développée tout au long de notre plan d'action.

## b) Marque territoriale

Pour diffuser cette politique environnementale tout en valorisant la qualité de l'accueil gaillonnais, nous avons développé une marque qui représentera la ville auprès des collectivités, des entreprises et surtout des touristes. Ce logo pourra être apposé sur les produits de Gaillon et en particulier ceux en lien avec le château. Ce sera un symbole de la qualité environnementale et patrimoniale de la ville. Ce logo reflète les deux aspects :



## II - Les usagers, premiers acteurs pour la transition de la ville

### 1) Participation des habitants

« Créer du lien, impliquer les habitants et les familles pour rendre la ville jeune et dynamique. »

Nous voulons créer un projet qui lie les besoins et les attentes de deux acteurs, les habitants et les touristes, sur un même territoire. Les habitants doivent se reconnaître dans les infrastructures et celles-ci doivent permettre une véritable attraction de la ville au-delà du château. Notre place n'est donc pas de réfléchir ex nihilo à des projets à appliquer à la ville. Seuls les usagers peuvent parvenir à rendre effectif ce que l'on imagine.

Pour conserver cette ligne directrice et faire des aménagements en adéquation avec les usagers nous avons mobilisé les habitants et les acteurs du territoire dans notre projet.

#### Atelier participatif

Tout d'abord nous avons organisé un atelier participatif en contactant des spécialistes dans plusieurs domaines du territoire. Nous avons pu grâce à Ergapolis rencontrer les dirigeants municipaux et des intervenants de la CCEMS et pour compléter cette première entrevue, nous avons organisé une rencontre avec des membres d'associations ou des habitants investis dans la vie de Gaillon. Ainsi, sous la forme d'un atelier, nous avons amené chacun à parler de son parcours de la ville grâce à un support simple mais concret : une carte A0 de Gaillon.

Nous avons abordé différents thèmes mais certains ont pris naturellement plus d'ampleur et nous avons rapidement pu observer les problématiques centrales pour les personnes engagées dans la vie de la ville. L'association ARC qui s'occupe du château et celle des jardins partagés, organisent les animations et ont des membres très investis, ce qui donne un gros potentiel à ces aspects du projet. Nous avons pu ressentir le lien fort de la commune avec l'agriculture, des associations pour les jardins partagés et pour l'agriculture sont déjà implantés sur le territoire.

Nous avons pu discuter de la structure de la ville et des liaisons entre les espaces et des services à disposition des Gaillonnais. Une grande partie des participants à l'atelier vivaient sur le territoire depuis déjà une longue période et avaient une perception fine des dynamiques des quartiers et des usages de la ville. Cependant, nous avons pu noter un certain détachement des entités administratives alors même qu'une synergie entre les différentes associations pourraient leur permettre de s'implanter plus durablement et d'être davantage valorisées auprès de la population. Finalement, nous sommes parvenus à distinguer les lieux emblématiques de Gaillon et les lieux dont l'usage est dégradé et qu'il faudrait retravailler pour retrouver un cadre de vie positif et accueillant.

- Fort investissement associatif sur le territoire
- Manque de synergie entre les parties prenantes

### Comprendre les habitants

Grâce à ces deux apports et notre regard extérieur nous avons pu déterminer des leviers d'actions innovants et centrés sur l'expérience des acteurs pour donner les clefs d'une ville vectrice de lien social et de dynamisme. Au cours de notre parcours de la ville nous avons eu l'occasion de parler à des habitants. De là nous est venue l'idée de créer un questionnaire pour les habitants pour avoir un retour sur leur vécu dans la ville et sur les idées d'aménagement que nous avons développé en étudiant le territoire. Ce questionnaire a reçu de nombreuses réponses et a été très constructif pour nous. La démarche a été un succès, plus de 100 personnes y ont répondu et étaient très positifs par rapport à cette initiative. Les réponses étaient complètes et montraient l'investissement des gaillonnais et leur amour pour leur ville même si la plupart dénonçaient de nombreux dysfonctionnement et une situation dégradée par rapport à ce qu'ils avaient pu connaître dans le passé. Ces réponses ont été très pertinentes, les gaillonnais connaissent très bien leur ville, une grande partie y a vécu de nombreuses années et sont attachés à son patrimoine.

Nous avons donc pu voir que la population était enthousiaste à l'idée de répondre et d'être consultée. Les nombreuses idées ont été proposées et sont relatées en annexe du dossier (cf. annexe n° 1). Une idée centrale et récurrente était le besoin d'animations dans le centre-ville pour réanimer et surtout d'un lieu de rencontre pour tous les âges qui soit à disposition des habitants pour leurs activités.

Retours nombreux d'une population attachée à sa ville mais assez négative sur son évolution

## 2) Transmettre une démarche pour lier les acteurs du territoire et ses habitants : Maison du Projet & ambassadeurs

Cette démarche nous a beaucoup apporté et nous a permis de mettre en évidence de nombreuses potentialités et initiatives. Nous avons voulu transmettre cette démarche et créer un lieu de rencontre, de créativité et d'apprentissage qui réunisse les habitants et les acteurs du territoire. De plus, il nourrirait la transition vers le développement durable en transmettant des valeurs écologiques.

### a) La Maison du Projet

Un espace pour les jeunes et un autre pour les associations existait déjà à Gaillon. Cependant, nous avons voulu créer un espace proposant des services diversifiés qui soit symbolique du bon vivre à Gaillon et pas seulement un lieu d'activité.

Nous nous sommes inspirés de La Maison des Ensembles de Paris et des maisons du projet qui naissent dans plusieurs villes françaises pour construire un lieu ayant pour vocation la cohésion de la ville.

Un tel lieu rassemblerait les habitants et donc attirerait les différentes catégories de population mais serait aussi un lieu bénéfique pour les politiques de la ville et un outil de communication.

Exemples de maisons du projet :

#### Clichy

Paris-Habitat (200 m<sup>2</sup> sur 2 étages)

Composition :

- Maquette 3D de la ville
- Mur d'exposition, conférence
- Documentation
- Espaces dédiés aux réunions de travail, aux ateliers de concertation et pédagogiques pour les scolaires

#### Paris, La maison des ensembles :

- Espace pour les jeunes
- Espace de développement des pratiques amateurs sur le numérique
- Lieu de culture
- Centre Paris Anim'
- Jardin éducatif adapté à tout âge et accessible aux handicapés
- Locaux pour les associations

Nous avons donc conçu la Maison du Projet place Aristide Briand. Elle contient :  
Lieu d'apprentissage et de créativité

#### Un Fablab :

De nombreuses personnes souhaitent pouvoir monter en compétence et avoir des lieux adaptés pour pouvoir expérimenter, construire et avoir un lieu contenant tous les outils nécessaires à ces activités. Une Fablab idéal selon le MIT coûterait 98 000 euros. Cependant, il est tout à fait possible d'adapter l'équipement et d'améliorer le Fablab au fur et à mesure des années.



## Un Eco-logement

A l'origine mis en place par les bailleurs sociaux, cette initiative vise à apprendre les bons gestes et renseigner la population sur les manières d'éviter tout gaspillage. Ce sont des logements complètement meublés avec des formateurs, ils constituent des endroits de partage puisque chacun peut amener ses compétences et les partager comme le bricolage, la récupération, etc.

Différents ateliers sont mis en place :

- Lire et comprendre ses factures
- L'eau et la santé
- Droits et devoirs des locataires/propriétaires
- Consommez malin : Éviter le gaspillage !
- Choisir son électroménager
- Faire soi-même ses produits ménagers
- Bien ranger ses documents administratifs
- Gérer son budget
- Le tri des déchets

Ces logements doivent être animés soit par un animateur dédié (0,5 ETP/1000 visiteurs par an) ou par le collectif local.

## Une salle numérique

Espace de développement des pratiques amateurs sur le numérique. Éduquer la population au numérique est un enjeu en particulier pour les populations qui ne l'ont pas toujours connu. Une grande partie de la population a déjà des compétences dans le domaine et les espaces de collaboration numérique effacent en général toutes les barrières.



## Un jardin éducatif

Le lieu choisi est à proximité d'un parc pour enfant. Notre idée était de faire un jardin potager qui permettent aux personnes d'apprendre la permaculture. Ce type d'espace se développe dans les grandes villes pour réapprendre aux habitants des savoir-faire liés à la production.

## Lieu de travail pour faire évoluer la ville

Des boxes de travail : mettre à contribution les habitants et construire en groupe les prochains projets dans la ville. Ces locaux pourront être ouverts à d'autres usages.

Un hall d'exposition pour présenter les projets, de la documentation sur les événements de la ville, dans certaines maisons du projet une maquette 3D aide les personnes à se représenter les évolutions et sont très appréciées.



Un local pour les associations : cet endroit existe déjà dans Gaillon, cependant il nous a semblé important pour réunir toutes les parties de la ville qu'il y ait aussi un local destiné aux associations.

Ce lieu sera un tremplin pour la ville mais en tout premier lieu il permettra de promouvoir notre projet au sein de la ville et de la faire évoluer en fonction des revendications des gaillonais et des acteurs municipaux.

## b) Démarche participative de marketing territorial : programme d'ambassadeurs

Même si la majorité des habitants n'a pas une opinion positive de la ville, l'analyse du questionnaire nous a permis de déceler qu'une partie des habitants avait tout de même une opinion positive de Gaillon. De plus, dans le groupe Facebook des habitants « *Tu sais que tu viens de Gaillon quand...* » notamment, nous avons observé que les habitants partagent spontanément des photos de leur ville et du château. Ainsi, nous pensons que ces habitants attachés à leur ville peuvent transmettre leur optimisme aux autres habitants. Ils entraîneront les autres habitants à apprécier davantage cette ville. De plus, en analysant le questionnaire, nous avons observé un mécontentement de certains habitants concernant la municipalité. C'est pourquoi nous pensons qu'il est plus approprié que les ambassadeurs communiquent sur leurs propres réseaux sociaux. Cela rend le discours neutre, la communication ne venant pas de la municipalité mais des habitants eux-mêmes. Cela permettra également de toucher deux audiences : les amis Facebook de l'ambassadeur et les abonnés de la page Facebook de Gaillon.

### → Qui peut postuler ?

Dans un premier temps, nous choisirons des ambassadeurs adultes, de préférence des parents pour montrer qu'on peut s'installer durablement à Gaillon. Cela montre également la diversité des activités à Gaillon et qu'il y a des activités pour toute la famille. De plus, cela créera des publications plus conviviales que de montrer une personne réalisant seule une activité. Ces ambassadeurs devront bien sûr maîtriser l'usage des réseaux sociaux et aimer publier régulièrement sur ces plateformes. Ils devront en effet partager au moins une fois par semaine leurs expériences avec les autres habitants sur leurs propres comptes Facebook. Ils devront également avoir une orthographe irréprochable car ils représentent la ville. Des ambassadeurs adolescents pourront également être sélectionnés par la suite si les résultats de ce programme se montrent satisfaisant avec les ambassadeurs adultes.

### → Quelles sont les modalités de sélection ?

La sélection se fera en plusieurs temps. Une campagne de recrutement sera lancée en février et l'appel à candidatures sera diffusé sur la page Facebook de la ville, dans le magazine de la CCEMS et sur des affiches dans la ville de Gaillon. Les habitants pourront proposer leur candidature pendant un mois. La municipalité sélectionnera les meilleurs profils (motivation, diversité des activités effectuées, nombre d'amis Facebook et de followers sur les réseaux sociaux, e-réputation irréprochable, ...). Cela se fera ensuite sous forme de concours. Les profils sélectionnés seront ensuite publiés sur la page Facebook de la ville de Gaillon et les habitants seront chargés d'élire leur candidat favori, sur le principe d'un « J'aime » = 1 vote. La décision finale vient des habitants eux-mêmes et cela rend ce rôle encore plus symbolique au sein de la ville. Les habitants participent à la décision. L'ambassadeur ou l'ambassadrice sélectionné.e s'engagera à partager son expérience toutes les semaines sur ses propres réseaux sociaux pendant 6 mois (d'avril à septembre).

### Organisation:



Janvier	Février	Mars	Avril	Septembre
Mise en place de partenariats avec les commerçants	- Lancement de la campagne - Candidatures	- Annonce des demi-finalistes - Election sur Facebook	Début de la mission d'ambassadeur	Fin de la mission de l'ambassadeur

## → Qu'est-ce que cela apporte aux ambassadeurs ?

Ils recevront chaque semaine des entrées gratuites et des bons d'achat pour eux et leur famille pour des activités variées (piscine, restaurant...) et pour faire leurs courses auprès des commerçants. Ils auront simplement à partager leur expérience sur leur page Facebook au moins une fois par semaine. Ils communiqueront sur les activités proposées dans la semaine et auront « carte blanche » sur les autres publications, à condition, bien sûr qu'elles soient positives pour la ville.

## → Quels sont les objectifs ?

### • Impliquer les habitants

Ce programme d'ambassadeurs permet d'impliquer davantage les habitants dans la promotion de leur ville. Cela leur donne également un statut au sein de leur ville. Ils se sentiront ainsi valorisés car ils ont été choisis pour être ambassadeurs.

### • Améliorer l'image de la ville

Cela donne également l'image d'une ville dynamique, pour ses habitants et pour les touristes potentiels qui consulteront la page Facebook ou le site internet de la ville avant de s'y rendre. Le fait d'avoir un ambassadeur permettra d'améliorer l'image de la ville en donnant un côté « humain ». La ville sera en

effet incarnée par l'ambassadeur lui-même.

### • Mettre en valeur Gaillon

Patrimoine :

Ce programme ambassadeur permettra de mettre davantage en valeur la ville de Gaillon et son patrimoine.

Diversité des activités & des commerces :

A Gaillon, on peut réaliser des activités pour toute la famille :

Partenaires potentiels

Activités sportives & culturelles :

- Equitation
- Golf
- Football
- Basket
- Canoë
- Centre aquatique Aquaval
- Cinéma Grand Forum
- Ecole de musique
- Ludothèque
- Château

Restaurants, commerces & petits producteurs

:

- Restaurant Le Pré Vert
- Pizzeria Le Drakkar
- Boucherie Dominique Seigneury
- Charcuterie traiteur Haas
- Boulangerie Aux Saveurs de Gaillon
- La grange aux légumes

- La ferme des Noës
- Apiculteur Jean-Claude Lorient
- Inciter à acheter « local »

Cela permettra également de montrer le savoir-faire des commerçants du centre-ville et des petits producteurs des communes alentours. Nous souhaitons en effet privilégier les produits locaux pour les mettre en valeur. Nous souhaitons en effet inciter les habitants à acheter davantage de produits locaux. Cela encourage également le bouche-à-oreille entre les habitants. L'ambassadeur pourra éventuellement recommander certains commerçants ou certaines activités auprès de ses proches.



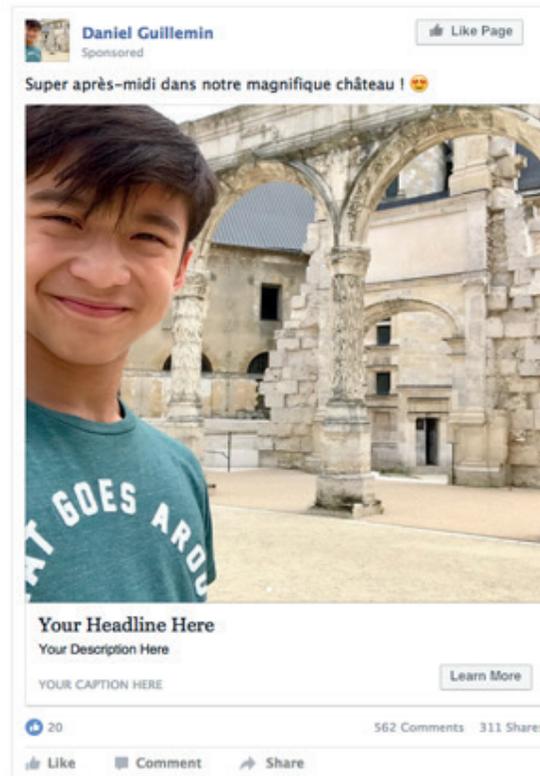
- Augmenter la visibilité de la ville

L'ambassadeur ou l'ambassadrice partagera son expérience sur son compte Facebook et ses publications seront ensuite partagées sur la page Facebook et le site internet de la ville. Pour augmenter la visibilité, ces différentes publications seront également partagées sur les pages Facebook de la CCEMS et de l'office de tourisme Eure Madrie Seine – Gaillon. De plus, les publications en rapport avec le château seront partagées sur la page Facebook et le compte Instagram du château. Cela permet de donner davantage de visibilité au programme ambassadeurs de la ville à la fois envers les habitants et envers les touristes potentiels. Il faudra donc communiquer en amont avec les personnes gérant ces différents réseaux sociaux au sein de Gaillon et de la CCEMS pour qu'elles relaient ces publications. Un planning sera établi pour informer des dates de publication.

- Créer du lien entre les habitants & développer un vrai sentiment d'appartenance

Au-delà de la communication, l'ambassadeur créera davantage de lien entre les habitants. Une relation se créera entre l'ambassadeur et les habitants qui suivront ses activités. Ce programme d'ambassadeurs permettra également aux habitants de s'approprier davantage leur ville. Ce sont eux qui communiquent directement sur leur ville.

Exemple de publication Facebook qui pourrait être réalisée par un ambassadeur :



### 3) Sensibilisation par un travail sur les usages

La maison du projet est donc le moteur du changement et des projets de la ville. Il développera les savoir-faire et diffusera la transition énergétique et ses principes vers les habitants. Cependant, tous ne sont pas forcément mobiles ou volontaires et il est nécessaire de prévoir des structures pour aller à leur rencontre. Nous avons donc multiplié les médiums pour inclure le plus grand nombre d'habitants.

### a. Défi Familles à énergie positive, Vitry-le-François



A la fois comme outil de cohésion sociale et de développement durable, nous avons pensé à mettre en place sur le territoire le principe de « Défi famille à énergie positive » pour défier les familles à réduire au maximum leur dépense énergétique et donc leurs charges sur un an. Cela permet de créer du lien social et de dégager des sources d'économies à des familles.

Le jeu se répand progressivement grâce à un partenariat avec l'ADEME et les régions, il est ainsi d'autant plus facile à introduire sur le territoire. Il est principalement utilisé dans les logements sociaux pour aider les familles. Cependant, c'est une initiative porteuse pour tout territoire car facile à mettre en place, peu coûteuse en temps et en ressources et pourtant bénéfique pour le territoire.

## → Mise en place :

- 1) Contact des développeurs du projet et diffusion auprès de la population du concept du jeu
- 2) Election de capitaines de familles qui suivent une formation sur les écogestes. Ils sont garants de la motivation et l'implication des membres et transmettent leurs compétences
- 3) Chaque participant doit s'informer sur le site grâce aux quiz et guides
- 4) Des événements sont régulièrement organisés sur le temps de la période pour maintenir un lien et l'investissement des participants
- 5) Un équipement est fourni pour effectuer des audits des logements qui permettent de prendre conscience des sources de dépenses et de matérialiser les conséquences de chaque action sur la déperdition énergétique
- 6) L'équipe ayant fait le plus d'économie est gagnante du concours

La basse Normandie a déjà inauguré cette expérience du 1er décembre 2012 au 30 avril 2013. Les 8 familles ont réalisé en moyenne **19% d'économies et les résultats étaient très positifs.**

Coût : Le coût de l'implantation de ce dispositif est estimé à 1000 € TTC par l'ADEME.

## b. Véhicule de la solidarité et de l'écologie



Cette idée de mettre à disposition un véhicule pour distribuer des denrées nous a interpellé puisqu'il permet à la fois de diffuser des bonnes pratiques et rend accessible à tous des produits écologiques. De plus, le principal défaut des circuits courts est que la logistique n'est pas toujours optimisée.

Ainsi, nous avons eu l'idée de mêler réinsertion et diffusion des bonnes pratiques de consommation. L'idée est de proposer à des jeunes entre 18 et 25 ans, sans emploi ou en décrochage civique qui s'intéressent au développement durable ou qui veulent participer au fonctionnement de la ville, de sillonner la région en camion en proposant des paniers locaux écologiques issus de l'agriculture urbaine et d'animer des ateliers pour diffuser les éco-gestes ou simplement les idées aux habitants rencontrés.

Le projet noue des problématiques liées au développement durable, au travail et à la solidarité. Il permet aux jeunes de se réinvestir dans une activité et retrouver un lien avec le milieu du travail et diffuse un apprentissage et un mode de vie.

Coût : 50 000 € achat du camion, matériel, etc

## 4) La collecte des déchets de la CCEMS

Nous avons pu observer que les déchets étaient un sujet difficile à Gaillon. Le manque d'éducation important à ce sujet d'une minorité de la population nuit à tout le reste de la population. C'est pourquoi nous avons fait un diagnostic plus précis sur ce point.

### La collecte des déchets à Gaillon

Sur l'ensemble de la collectivité, excepté Gaillon, l'enlèvement des ordures ménagères ainsi que leur traitement sont assurés par le SYGOM (Syndicat de Gestion des Ordures Ménagères du Nord et de l'Est du département de l'Eure). La commune de Gaillon assure le traitement des ordures ménagères par le SETOM (Syndicat mixte pour l'Etude et le Traitement des Ordures Ménagères). Le SYGOM souhaite optimiser son taux de valorisation mais privilégie avant tout la réduction de la production de déchets.

La ville de Gaillon s'est engagée dans le tri sélectif. La collecte se fait de façon hebdomadaire, un jour de la semaine selon les quartiers. Elle est effectuée par le SETOM (Syndicat mixte pour l'Etude et le Traitement des Ordures Ménagères). Il se charge de la séparation des différents matériaux pour les recycler. Les déchets verts sont aussi collectés tous les lundis sauf en décembre, janvier et février. Les encombrants ne sont ramassés que 4 fois par an. Finalement, une collecte de la Fraction fermentescible des ordures ménagères a lieu pour réaliser du compost sur le site d'exploitation de Gaillon.

Gaillon a déjà développé son expertise dans le domaine des déchets. En effet, un centre de méthanisation de déchets BIO-GAZ a été mis en place. Il permet de valoriser les déchets solides, liquides et à hygiéniser.

On note une forte amélioration de la prise en charge des déchets en particulier à Gaillon. Cependant, lors des entretiens effectués à Gaillon, la propreté restait un problème. Les habitants condamnent des déchets toujours présents dans les rues et lors de notre parcours de la ville nous avons en effet été confronté à des espaces, en particulier des espaces verts, dans lesquels les déchets n'étaient pas traités et étaient simplement laissés sur place. D'après les habitants, les bacs verts restent constamment dehors et encombrant les rues. Pour participer au bien-être et à la santé des habitants et promouvoir un esprit durable, cette question des déchets, primordiale dans les villes, nous avons décidé de faire appel au concept de

borne de dépôts volontaires. Cette solution est de plus en plus courante car elle permet des économies considérables à la communauté car les arrêts dans les tournées sont bien moins importants. Seuls quelques-uns sont effectués au niveau de la zone de dépôts. Les déchets en verre sont mieux utilisés car ils ne sont pas pilés comme dans les camions et cela améliore leur qualité. Et enfin les bornes sont constamment disponibles, limitant le nombre de poubelles traînant dans les rues.

En étudiant le fonctionnement des bornes d'apport libre et des systèmes de tris dans les villes, nous nous sommes rendus compte que le principal déficit de valeur de ces systèmes et la déviance importante qui y était liée, est la présence de dépôts sauvages à proximité. Une solution utilisée et déjà développée qui pourrait être intéressante est l'utilisation d'application de signalement des dépôts. Ainsi, à Marseille, une initiative de la sorte a été mise en place : « Engagés au quotidien ». L'application est gratuite pour les habitants, elle facilite le tri en permettant aux habitants de commander un bac de tri ou de prendre rendez-vous pour se débarrasser des encombrants et permet à la municipalité de gérer plus facilement les déchets grâce aux signalements des habitants.

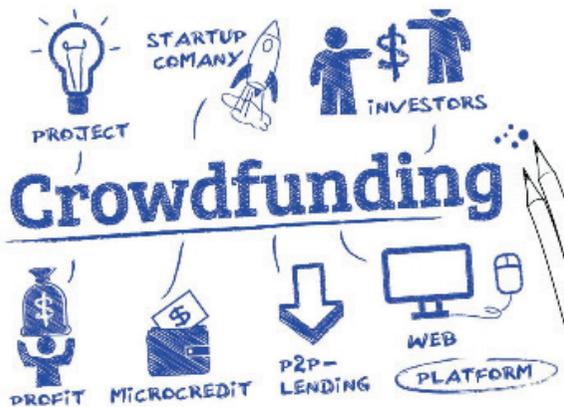


- Bornes d'apport libre : solutions peu coûteuses qui obligent les habitants à s'intéresser à leur gestion
- Avantages : moins de tournées, meilleure qualité du verre récupérée, moins de poubelles dans les rues
- Inconvénients : dépôts sauvages
- Application :
  - Incite les habitants à faire attention à la ville et à la gestion des déchets
  - Lutte contre les dépôts sauvages
  - Facilite la gestion de la ville

## Financement :

Ces dispositifs n'ont pas besoin d'un financement important et sont directement à destination des habitants. Une partie peut être directement financée par eux en utilisant une plateforme de financement participative comme le site Ulule. Il suffit de créer un site internet et d'y mettre les projets de la communauté.

Les habitants seront informés des projets par une communication efficace de la part de la ville. Nous avons développé une première partie de communication que vous verrez en dernière parties.



Type de crowdfunding		Contribution moyenne	Nombre de contributeurs moyens	Age moyen	Montant moyen de la collecte	Taux de frais relevés par la plateforme	Taux de succès	Montant financé (en million)
Par don	Sans contre partie	62	47	25-49	1811	0.74	75%	
	Avec contre partie	63.4	74		4224	6.1	84%	69 (+37%)
Par prêt	Rémunéré	415	329	25-34	132 811	4.3 -> 5,5 avec obligations	94%	97 (+46%)
	Non rémunéré	66	9		592	4		
Par investissement	Capital	6343	112	35-64	411 341	6.8	84%	69 (+36%)
	Royalties	309	121		37 438	9		

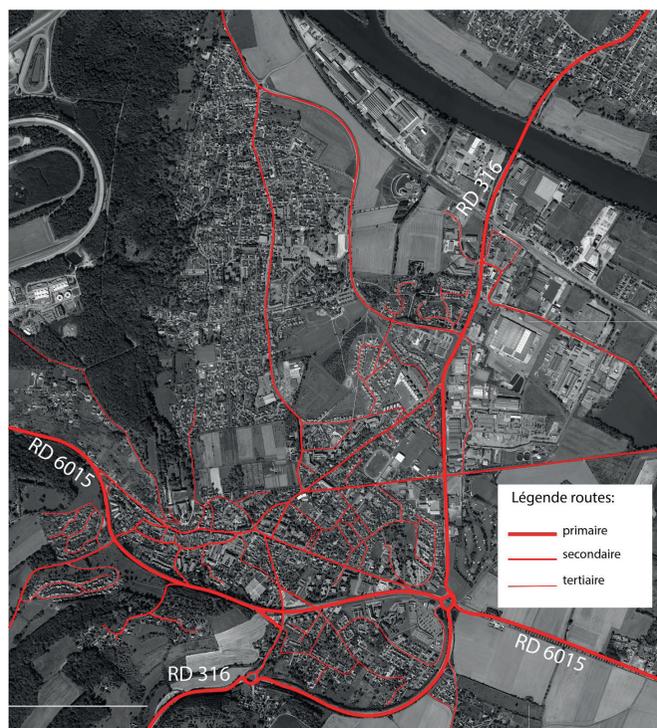
### III- Espaces de la ville, circulation et trame verte: Pour une nouvelle qualité de vie à Gaillon centrée sur le développement durable

Le territoire de la CCEMS présente un potentiel paysager et patrimonial important. L'enjeu est d'en faire profiter à la fois les habitants et les visiteurs. Pour cela, s'il est évident que ce potentiel peut être révélé par un meilleur entretien du patrimoine bâti et paysager existant, il apparaît aussi qu'un **parcours intéressant proposé aux visiteurs, entre parcs et vieux centre-ville, de la Seine au château en passant par la gare**, serait un moyen de recréer du lien et d'augmenter l'attractivité de la ville. Si nous repensons mieux la circulation en nous appuyant sur la trame verte et bleue, les deux peuvent devenir complémentaires et offrir une promenade de qualité aux habitants et aux visiteurs.

#### 1) Repenser la circulation en ville

La première chose qui frappe lorsque l'on observe la mobilité sur le territoire de Gaillon et plus largement de la CCEMS, est la prépondérance de la voiture. En effet, **en moyenne 90,6% des ménages de la CCEMS possèdent au moins une voiture**, avec 43,3% qui en ont une et 47,3% qui en ont deux (source : INSEE 2013). La majorité de la population active utilise sa voiture pour se rendre au travail, à hauteur de 82,2 %. Mais cet usage se fait aussi pour les déplacements quotidiens, notamment pour faire les courses, soit dans la rue commerçante du centre-ville, soit dans

les grandes surfaces en périphérie. **Cette utilisation pour la vie courante peut être estimée à hauteur de 94%** d'après notre enquête (cf. annexe n°1). Les réseaux primaires de déplacement sont composés de la RD 6015 ainsi que de la RD316 qui encadrent le centre-ville de Gaillon. Au niveau du centre-ville, l'axe qui traverse le centre-ville, la rue du Général de Gaulle, fait partie du réseau secondaire, mais la zone peut facilement être contournée par le réseaux primaire, notamment la RD 6015 qui passe très près du centre-ville.



Carte : hiérarchie du réseau viaire actuel

Au niveau du stationnement, si on peut supposer que les pavillons récents offrent tous au moins une place de parking, les habitations moins récentes et les immeubles collectifs n'ont pas toujours une place par ménage. En effet, d'après l'INSEE, **70,7% des ménages de la CCEMS ont au moins une place à leur domicile**. Cela fait 3 300 places nécessaires hors domicile (sur les 11 387). Les parkings publics sont principalement près de la gare et dans le centre-ville. **Gaillon possède 1000 places, Aubevoye 1180** (hors places dans les rues). En additionnant avec celles des autres grandes communes de la CCEMS, on atteint 2395 places de parking (source : PLUI CCEMS). Dans le centre-ville, les parkings sont nombreux mais sont petits et éparpillés. En périphérie, ils sont très grands. A noter que **les parkings de supermarchés prennent une place importante dans leur taille et le nombre de places offertes**, mais leur usage est seulement commercial (voir plus loin dans la stratégie la carte inventaire des parkings existants à Gaillon et autour).



*Nombre et localisation des places de parkings connus dans Gaillon et Aubevoye*

**Actuellement, la rue commerçante principale de Gaillon est située en « zone bleue »,** c'est-à-dire que la municipalité y restreint la durée de stationnement à 1 heure afin de permettre une meilleur rotation des véhicules. Cette zone concerne l'avenue du Maréchal Leclerc (portion comprise entre la rue de Verdun et la place Aristide Briand), la place Aristide Briand, la rue du Général de Gaulle (portion comprise entre la place A. Briand et son n°103) et la place de l'église. Enfin, on peut trouver de nombreuses rues où il y a des places de stationnements. Ces nombreuses places dans la rue font qu'aujourd'hui **les voitures prennent une place importante dans l'espace public.**

Pour les visiteurs, leur venue se fait par la route ou par le train. Par la route, soit ils arrivent en voiture individuellement, soit en groupe par cars. Ils viennent alors dans ce cas majoritairement par l'autoroute A13, sortie numéro 17. Pour se garer, les parkings qui leur sont proposés (cf. site internet de l'ARC) sont les parkings publics Paul Doumer (en face du groupe scolaire), des Cavaliers, ou celui du "champ de foire", que l'on appelle aussi "parking du château", car il est exclusivement réservé à cet effet.



*Photos ci-dessus : rue Pierre Brossolette, rue du Général de Gaulle et place de l'église*

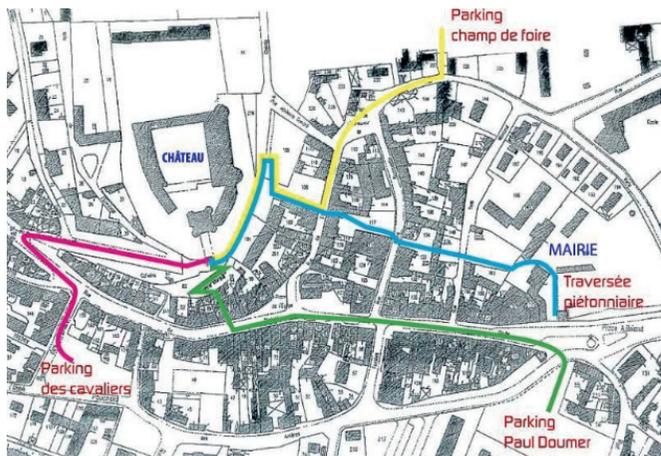


Image : source <http://www.arc-gaillon.fr/pratique.php?id30>

### Le problème pour les cars est la manoeuvre en centre-ville

L'offre proposée de stationnement visiteur n'est pas actuellement très adaptée à l'organisation urbaine du centre-ville, qui présente un caractère ancien dense aux rues étroites. La circulation s'y fait d'ailleurs en sens unique, et une partie de la voirie sert au stationnement des voitures. **L'accès au "parking du château" est particulièrement problématique, car la rue qui y mène est vraiment très étroite,** ce qui complexifie beaucoup la manoeuvre des cars qui peuvent préférer se garer ailleurs.

### Un trajet de la gare au château qui n'est pas attrayant

L'autre partie des visiteurs vient en train, grâce à la ligne Intercités et TER qui dessert la CCEMS à la gare de Gaillon-Aubevoye. Cependant, **la gare est loin du château, on met 34 minutes à pied pour y arriver, et il n'y a pas de chemin indiqué pour s'y rendre.** L'itinéraire le plus simple est alors un trajet qui passe par la D316, qui présente un paysage urbain inadapté aux piétons. Il passe par une zone d'activités et de centres commerciaux qui présentent beaucoup de panneaux publicitaires, et la circulation automobile à vitesse soutenue engendre un malaise chez l'utilisateur.



Photographies : Avenue de l'Europe (D316) : paysage générique de faible qualité, mono-fonctionnel.

### Les limites de la ville à ne pas négliger

Si l'intérieur même du tissu bâti doit être entretenu et valorisé, ses **limites ne doivent pas non plus être oubliées.** En effet, elles sont **l'image** que l'on a de l'extérieur des villages et doivent **donner envie d'y rentrer. Les lisières et les entrées** sont deux leviers de travail.

## Circulation et paysage : les entrées de bourgs

Les entrées de bourgs sont un enjeu car c'est le **premier regard** que l'on a de la commune, donc elles doivent refléter sa **personnalité** et être sa **vitrine**. C'est aussi un lieu de **transition entre espace bâti et espace naturel et agricole** alentour. Trois facteurs urbains tendent à rendre peu lisible les entrées : les extensions pavillonnaires, la création de zones d'activités (paysage uniquement dédié à l'activité économique) et la disparition de la ceinture végétale traditionnelle (due aux extensions notamment). Autant les centres des villages de la CCEMS, ont été bien conservés et reflètent l'architecture traditionnelle du territoire. Autant les **pourtours se voient souvent occupés par de nouveaux quartiers sans lien architectural et urbain**.

Les entrées de villes, pour chaque commune, que l'on doit particulièrement étudier sont celles au niveau du panneau indiquant son nom et situé au niveau des routes départementales. A Gaillon, l'entrée par la D6015 côté est constituée de bâti d'activité de qualité moyenne. **Elle est peu intégrée, avec une prégnance des infrastructures** et un accompagnement végétal léger. A l'entrée par la **D316 côté sud, il y a une alliance de bâti et de végétal**, mais l'entrée est de qualité moyenne car l'écran végétal est composé d'essences non locales et

peu diversifiées. L'entrée par la D6015 côté ouest est de qualité moyenne car le bâti pavillonnaire est peu intégré à la végétation du coteau en arrière plan. L'entrée par la **D316 depuis le nord** est importante car elle vient de la gare. Si elle est de qualité moyenne à l'entrée d'Aubevoye entre la Seine et le deuxième rond-point (végétation moyennement dense, zone d'activité et pavillonnaire récent), elle est ensuite médiocre quand on longe la limite Aubevoye-Gaillon jusqu'au panneau « Gaillon » à l'entrée de l'avenue Mitterrand. En effet, **le paysage est alors constitué exclusivement de bâtiments d'activité peu esthétiques et de panneaux publicitaires**.



*Ci-dessus : la D316 sud : mélange bâti et végétal, un bon exemple à Gaillon*

## Exemple d'action n°1 : la D 316 nord passant par la gare

1) AVANT : la D316 nord longe des quartiers pavillonnaires et d'activités ordinaires, génériques et peu esthétiques.



2) APRES : Projet de végétalisation: arbres et haies bocagères pour donner un meilleur aspect à la route.



## Exemple d'action n° 2 :

1) AVANT : la D6015 débouche sur un supermarché et une caserne.



2) APRES : Projet de végétalisation : arbres et haies bocagères pour une entrée plus esthétique.



### Coût pour la plantation des entrées de ville:

- Pour une haie type champêtre, au minimum 4€/ml HT. Ici pour l'exemple 1 on propose de planter 681,78 m, soit un coût de 2727,12€.
- Pour des arbustes de haies (h=60/80 cm) compter de 12 à 20 € TTC l'unité.
- Pour un arbre de haie (h=175/200 cm) compter 25 à 55 € TTC l'unité.
- Pour un arbre, il faut compter 25 à 190 € TTC l'unité.

## Notre stratégie

Nous avons vu précédemment que la majorité des déplacements se fait actuellement en voiture pour les habitants du territoire. Les cars de touristes ont du mal à accéder au centre-ville. Les touristes venant par le train n'ont pas vraiment de trajet agréable qui leur est proposé pour venir au château.

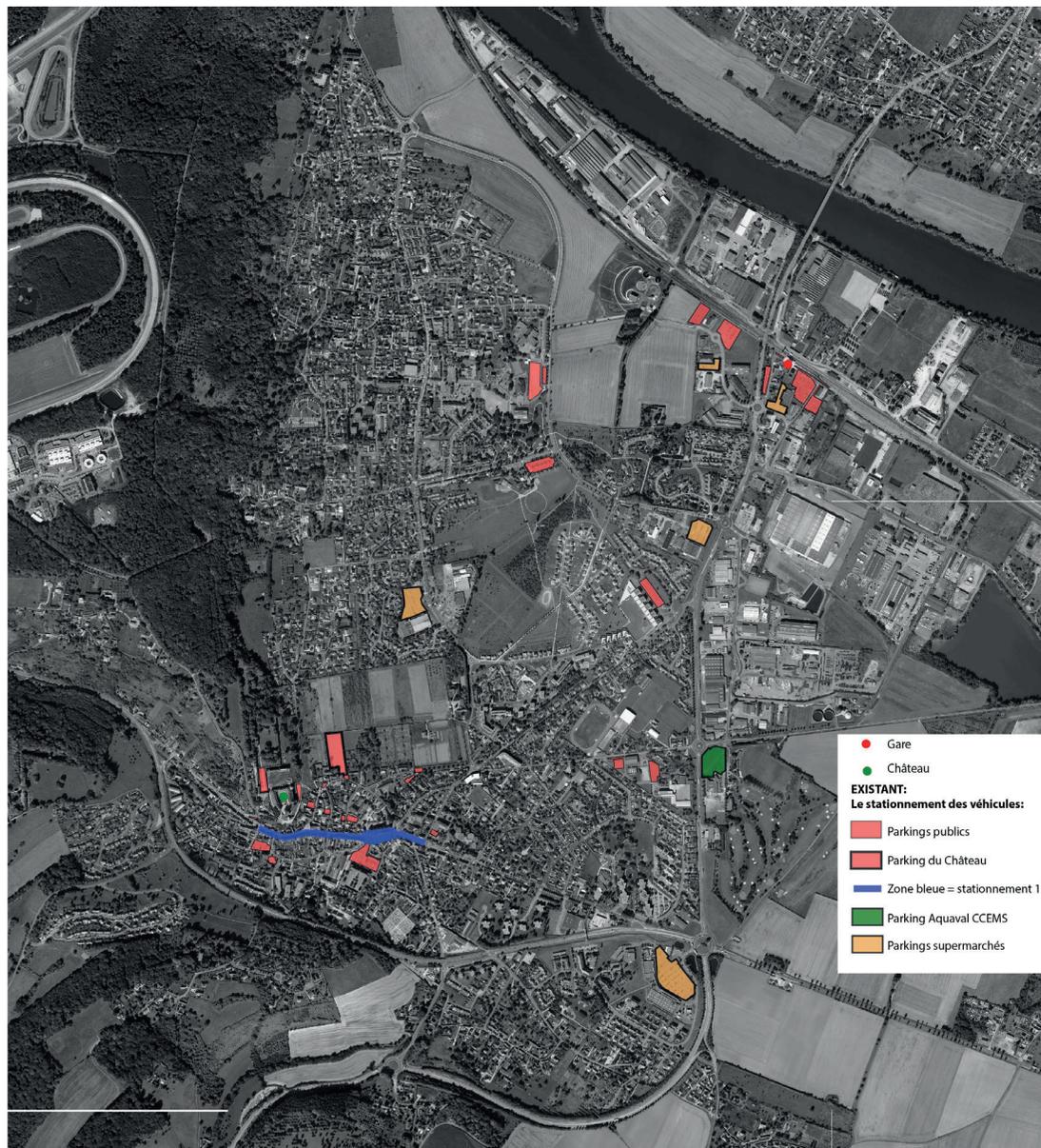
Nous proposons donc de **revoir les circulations dans Gaillon, en proposant un plan des trajets intéressants à emprunter pour chaque mode de transport.**

**Une requalification des parkings existants peut être proposée.**

Actuellement, les parkings dans Gaillon et autour fonctionnent ainsi :

Cette carte montre que la majorité des parkings publics municipaux sont autour et dans le centre-ville et près de la gare. **Le parking public du château est aujourd'hui exclusivement réservé aux visiteurs.** Cela peut être un problème car sa grande surface devrait permettre de fournir un nombre de places non négligeable pour absorber les besoins.

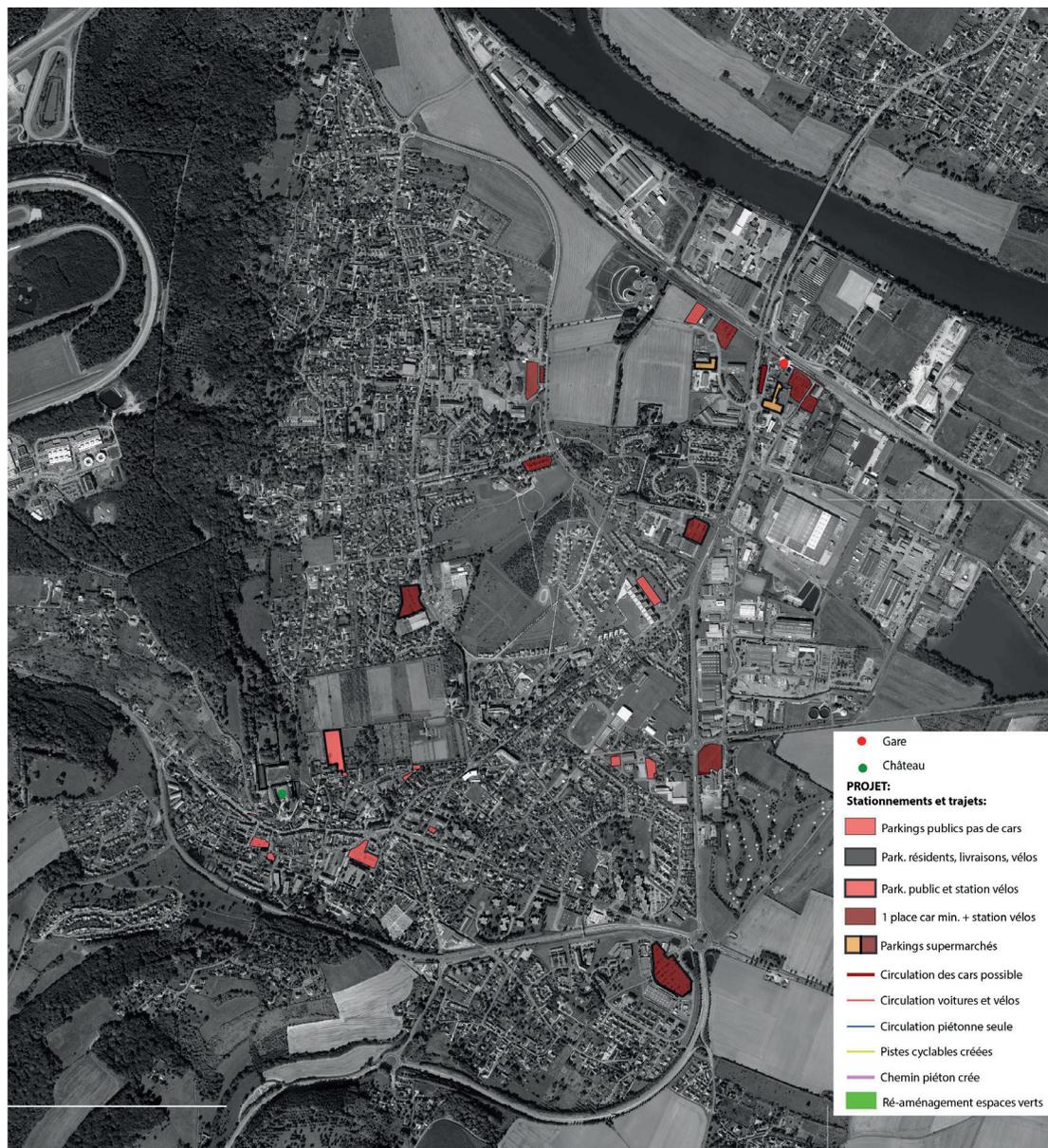
Il y a également un parking du centre aquatique Aquaval, appartenant à la CCEMS. Enfin il y a les parkings des supermarchés, qui occupent des surfaces non négligeables.



Carte : Stationnement des véhicules - situation existante.

Nous proposons que **les cars de grand gabarit n'aillent plus en centre-ville mais aillent se garer dans les parkings en périphérie**. De cette façon, ils n'utiliseront que des voies plus larges à double sens plus adaptées à leur gabarit et permettant un accès et une sortie facilités dans la ville. Un dépose-minute pour les cars transportant des personnes à mobilité réduite pourra cependant être permise pour amener les visiteurs au plus près du château. Aussi, nous proposons que les parkings de supermarché, qui sont dimensionnés pour des périodes de forte affluence comme les fêtes de fin d'année et donc ne sont quasiment jamais remplis totalement, aient une place de car minimum. **Cet accord avec les enseignes permettrait d'avoir au minimum 10 places pour les cars.**

Les voitures et autres véhicules de petit gabarit pourront se garer dans tous les parkings publics de la ville. **Le parking du château devient un parking ouvert à tous** les habitants au quotidien, pas seulement aux visiteurs. Ainsi, sa grande capacité absorbera les 85 places de stationnement qui étaient avant dans la rue en zone bleue. En effet, sa surface étant de 7090 m<sup>2</sup>, on peut estimer sa capacité à **260-268 places** (pour comparaison le parking du centre commercial avenue Jean Jaurès a 470 places pour 12 410 m<sup>2</sup>). Les parkings publics sont répartis autour du centre-ville.



Carte : stationnement des véhicules - situation projetée



- Gare
  - Château
- PROJET:**  
**Stationnements et trajets:**
- Parkings publics pas de cars
  - Park. résidents, livraisons, vélos
  - Park. public et station vélos
  - 1 place car min. + station vélos
  - Parkings supermarchés

Carte : zoom sur les parkings du centre-ville - situation projetée

## Les cars ne circulent qu'exclusivement en périphérie

La nouvelle répartition du stationnement permettra le plan de circulation des cars suivant (image ci-dessous).

Les parkings qui leur sont réservés étant situés en périphérie, les cars n'auront plus à pénétrer dans le centre-ville qui sera désencombré et plus sécurisé. Ils pourront circuler et trouver des places plus rapidement, et auront une manœuvre plus aisée en passant par ces voies de gabarit plus large.

## Les voitures peuvent s'approcher du centre-ville.

Les voitures peuvent se rapprocher du centre-ville pour se garer ensuite dans les voies et les parkings attenants. Tous ces parkings sont situés à **5 minutes à pied de tous les commerces** du centre.

## Vers une piétonisation du centre-ville

Enfin, les voitures pouvant se garer autour, **le centre-ville pourrait devenir piéton**. Il nous semble qu'il serait bien plus efficace de mettre en place un centre bourg piéton, permettant à la population de réinvestir l'espace public. Avant cela, il conviendrait de **faire une étude de faisabilité**. Nous avons vu précédemment qu'actuellement 85 places de stationnement sont dans la

zone bleue. Si à la place on ouvre le parking du château au public, on disposerait de 260 places. Si pour le stationnement cela semble convenir, une étude approfondie de la circulation devrait être faite en parallèle. Il s'agirait de voir l'impact sur celle-ci dans la ville. Pour cela, nous pouvons suggérer de **commencer par faire un week-end piéton par mois par exemple, à différentes saisons de l'année**, pour voir précisément les effets. **Si cela se révèle bénéfique, le dispositif pourra s'étendre progressivement à tous les jours les week-ends puis tous les jours de l'année.**

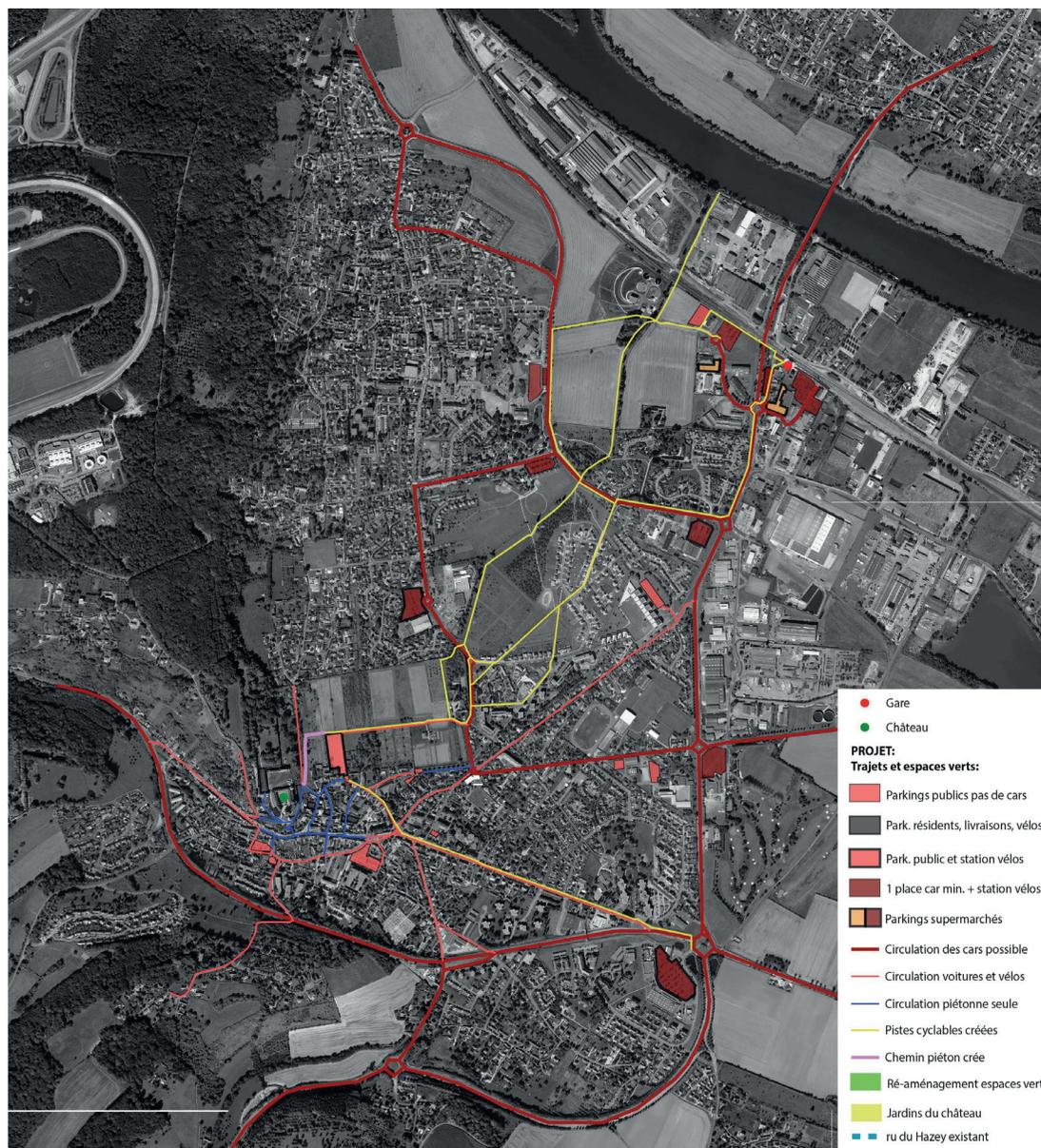
Les rues concernées seraient la rue du Général de Gaulle, les parties perpendiculaires à cette dernière de la rue des arrières-fossés, la rue du four à baon, la rue Pierre Brossolette, la rue Yves Montand, la rue Adrienne Gondre, et l'allée du château. Ainsi, **les piétons pourraient mieux profiter de l'espace public** et prendre plus de place dans les rues étroites du vieux centre. **De même les commerces pourraient investir l'espace public** avec des terrasses, des stands éphémères, et donc pourront espérer attirer plus de monde. Le centre-ville serait moins pollué par les gaz d'échappement qui noircissent les façades. Il serait mieux mis en valeur.



Carte : zoom sur le centre-ville piéton - situation projetée

## Création de pistes cyclables le long d'une trame bleue

Enfin, nous proposons la création de pistes cyclables. Celles-ci pourront profiter aux habitants. Elles auront comme vocation principale de permettre aux visiteurs venant des parkings périphériques et de la gare de venir au château par un **chemin agréable et facilité**.



Carte : Carte récapitulative du plan de circulation projeté.

## 2) Valorisation de la trame bleue pour un développement durable du territoire

La CCEMS est un territoire s'inscrivant dans la vallée de la Seine. Son relief est marqué par trois paysages : la **vallée de la Seine** au nord-est, le **plateau de Madrie** et la **vallée de l'Eure** au sud-ouest, affluent de la Seine. L'altitude la plus haute est de 157 m NGF au lieu-dit « Bois l'Abbé » à Clef-Vallée d'Eure ; l'altitude la plus basse est de 10 m NGF au lieu-dit « le Marais » à Venables.

**Territoire structuré par les trames bleues qui peuvent participer au développement durable du territoire.**

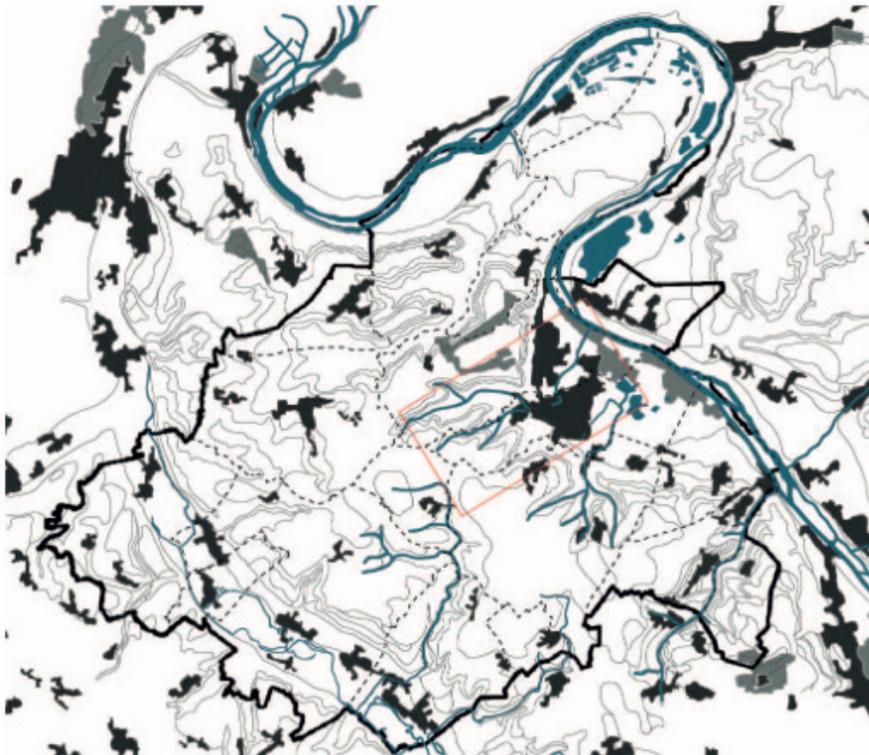
Le territoire est concerné par les **crues de la vallée de la Seine**. Ainsi, il est recouvert par trois PPRI (Plan de Prévention des Risques Inondations), qui ont un caractère réglementaire. Ces PPRI sont les suivants : « Eure Moyenne » qui concerne vingt-neuf communes, « Eure Aval » qui concerne cinq communes, et « Seine » qui concerne vingt-quatre communes et dont le zonage précis est en cours.

Le ru du Hazey est un cours d'eau concerné par les crues puisqu'il est dans le territoire du PPRI "Seine". Par lui, l'eau du fleuve rentre dans les terres entre les bourgs de Gaillon et Aubevoye, créant une **limite inconstructible liée au risque**. Ce risque peut se transformer en opportunité. En effet, ce terrain non-construit peut apporter une réelle plus-value dans la qualité de vie des habitants, en restant une **coupure urbaine entre**

**les deux bourgs**. Celle-ci pourrait avoir un **intérêt écologique** avec un traitement adapté.

Nous proposons de **baser notre tracé principal de pistes cyclables sur le tracé du ru du Hazey**. Ce ruisseau traverse les communes du Val d'Hazey et de Gaillon pour se jeter dans la Seine. Il longe le jardin bas du château et passe par un espace vert existant entre les bourgs d'Aubevoye et de Gaillon. Puis il traverse des champs, longe la station d'épuration et traverse la zone industrielle d'Aubevoye sur le bord du fleuve.

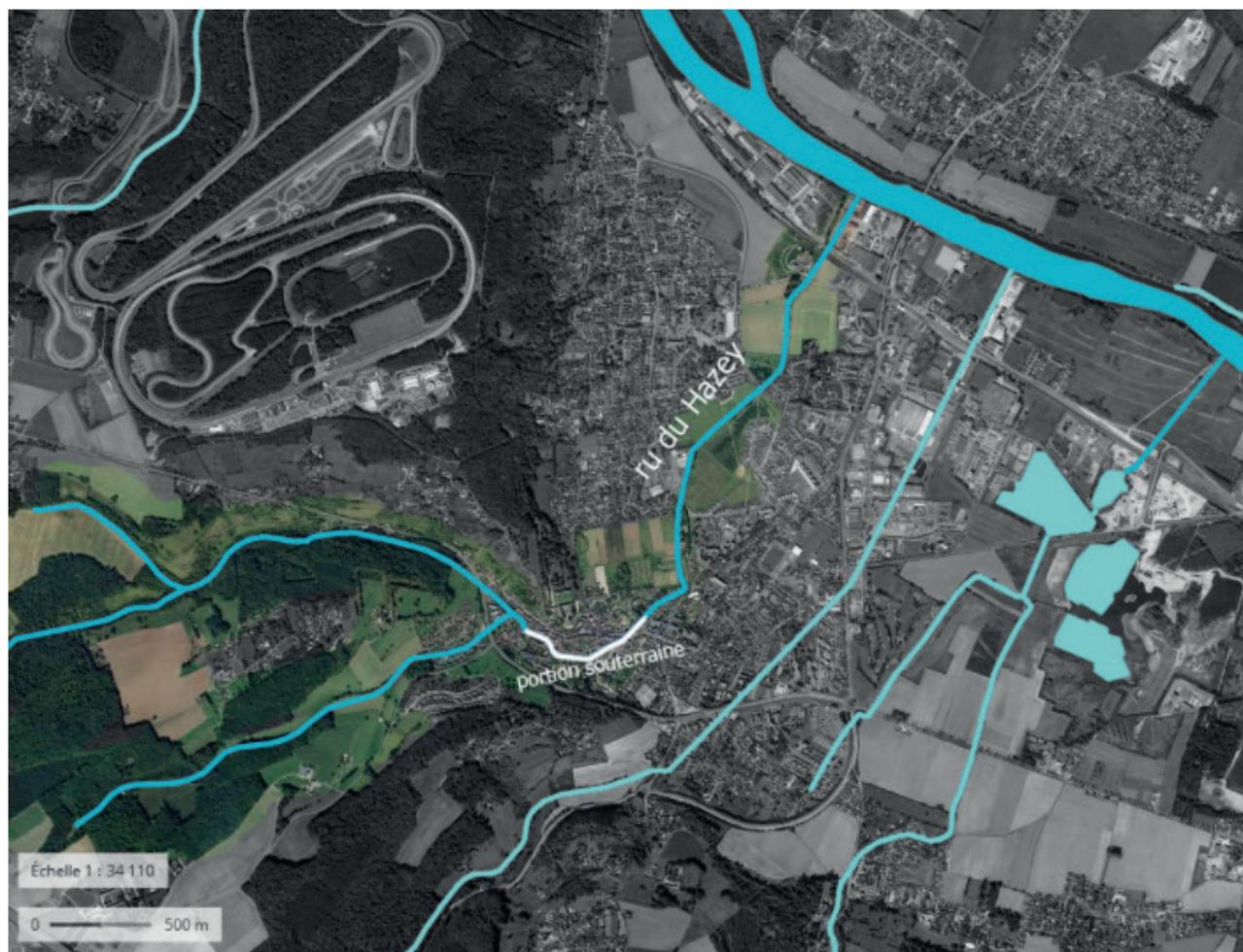
C'est un **ruisseau structurant pour Gaillon et Aubevoye** qui s'est construit dans sa vallée. Gaillon s'est même construit en partie dessus, la rue des Arrières-Fossés et le chemin du Hazey rappelant qu'elles sont sur une canalisation de ce ru.



Carte : le vallon du Hazey dans la vallée de la Seine et la CCMS



Carte : crues, cours d'eau et Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique Faunistique et Floristique : un potentiel à explorer.



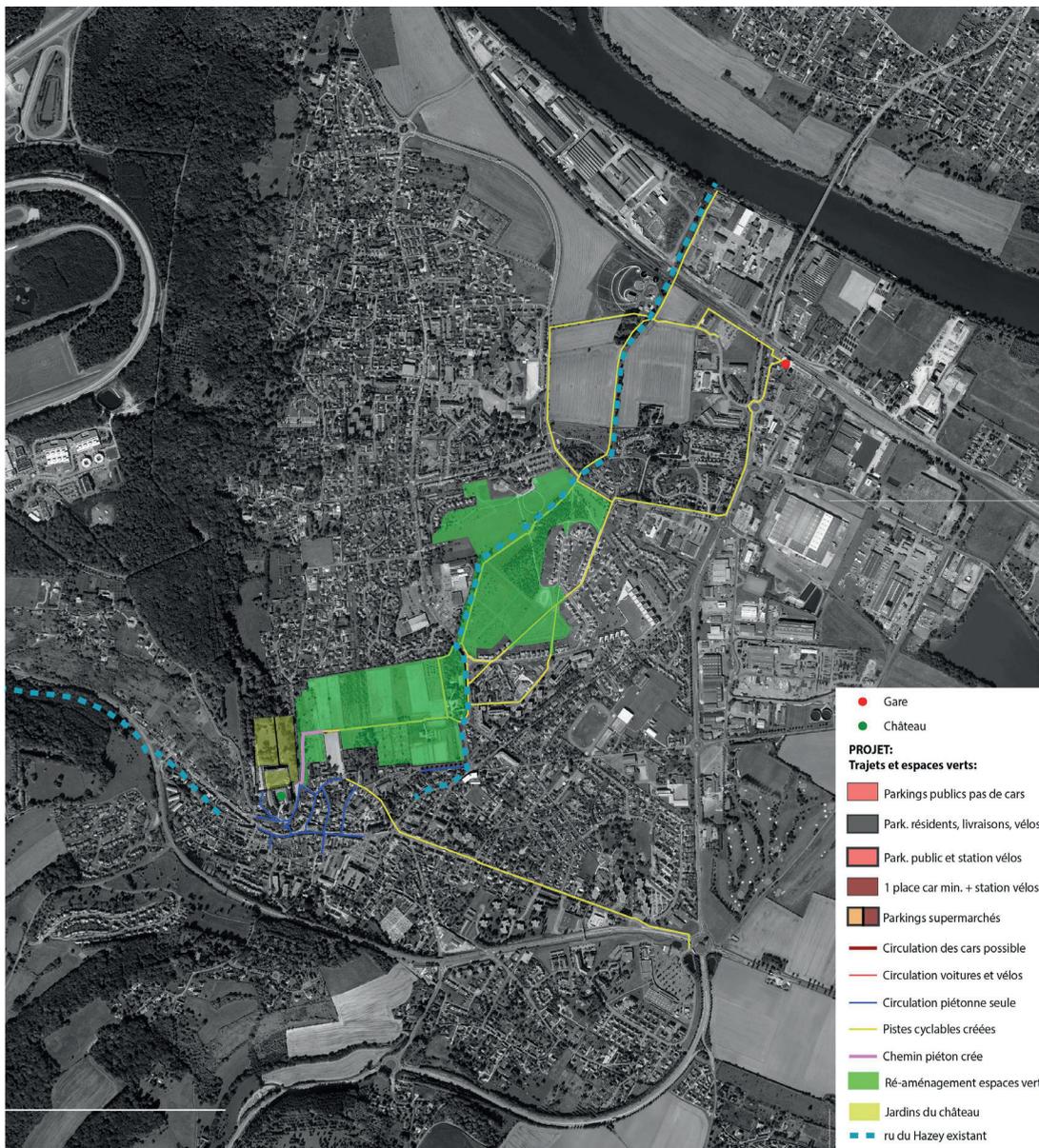
*Carte : le ru du Hazey, un cours d'eau structurant pour Gaillon et Aubevoye.*

Construction d'une piste cyclable le long du ru pour :

- Inciter à son entretien et valoriser ses abords
- Favoriser les modes actifs
- Prolonger le projet de véloroute

**Le projet de pistes cyclables devient alors imbriqué dans un projet de revalorisation de la trame verte et bleue.**

Les espaces verts que nous voulons réaménager sont déjà là mais sont aujourd'hui très peu exploités. Les jardins bas, anciens potagers du château, ne sont utilisés qu'à un tiers par deux associations de la ville, et le reste est en friche. Le parc entre les deux bourgs est lui à moitié entretenu. Quelques chemins y passent mais aucun longe le ru pour aller de la Seine au Château. Il est un peu planté mais les arbres perdant leurs feuilles en hiver ne présentent pas un véritable intérêt pour faire une vraie limite avec la zone pavillonnaire. Enfin, une bonne partie est aujourd'hui complètement en friche.



Carte : Carte trame verte et bleue urbaine, support du projet de pistes cyclables

Voici un aperçu des ambiances que pourrait traverser les promeneurs et visiteurs avec ce nouveau chemin créé :



**Coût pour la création de piste cyclable:**

- Piste cyclable nouvelle en stabilisé renforcé: prix de 50 € / m<sup>2</sup>. Pour 2880m<sup>2</sup> de piste, cela ferait 144 000 €.

- Isolation d'une partie de la voirie pour créer une piste cyclable: prix de 20 € / m<sup>2</sup>. Pour 6408 m<sup>2</sup> de piste, cela ferait 128 160 €.

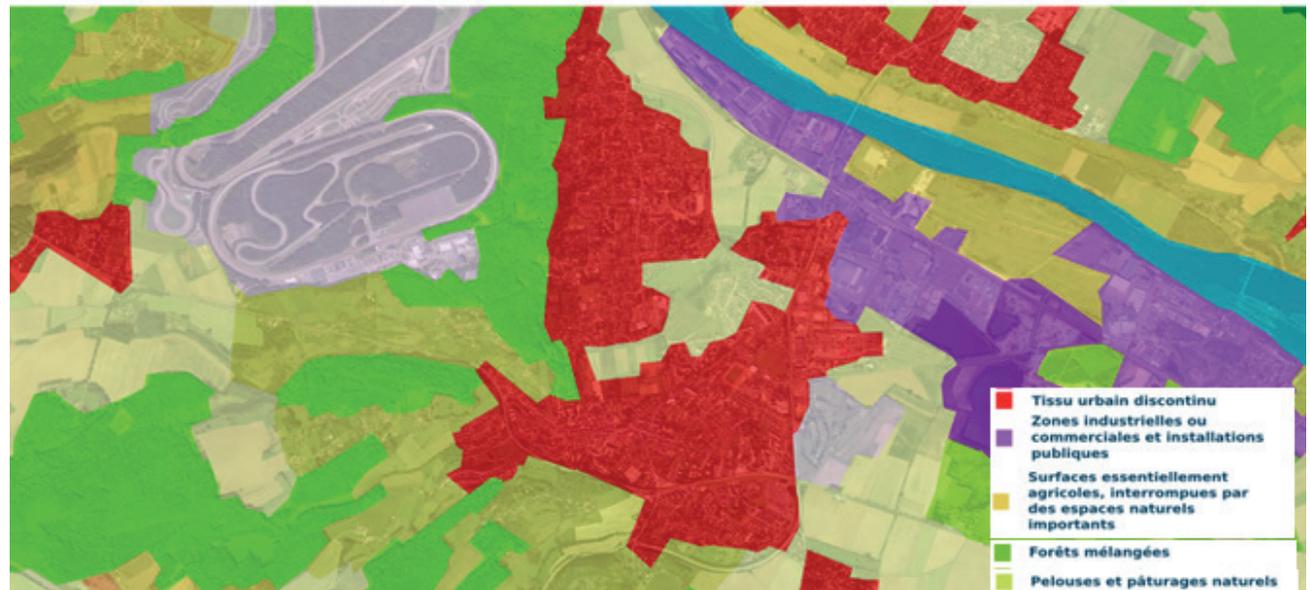
### 3) Trame verte de la Seine aux potagers

#### a) Espaces verts à Gaillon

Gaillon s'étend sur une superficie de 1019 hectares dont 144 ha environ couverts de bois et de forêts et 233 ha occupés par de l'activité agricole. Le paysage de Gaillon est caractérisé par trois grandes occupations du sol : des coteaux boisés et des plateaux agricoles, la plaine alluviale de la Seine occupée par des sablières et l'industrie, et la partie urbanisée de Gaillon (cf. carte 2).

Gaillon est structuré par de nombreux boisements et espaces publics qui constituent des espaces de respiration dans le tissu urbain.

Le paysage de Gaillon est structuré par de nombreux alignements boisés localisés le long des voies (RN15, avenue du Maréchal Leclerc, avenue François Mitterrand) mais aussi par de vastes espaces verts localisés le long des grands axes routiers (au sud de la nationale dans sa partie urbaine, au nord de la déviation de Gailloncel) et au cœur des quartiers (jardins publics de la Verte Bonne, de Gailloncel, du château, du centre-ville et nombreux espaces verts accompagnant les opérations telles que celles du Grand Gaillon Normandie.



Carte de l'utilisation du sol à Gaillon

Conclusion :

- Un relief et une occupation du sol contrasté (bois, urbanisation, industrialisation, agriculture, etc)
- Des paysages d'interface entre vallées et plateaux

## 4) Aménagement des espaces verts de Gaillon

### a) Végétalisation de la ville

#### Renforcement de la trame verte en ville

#### Végétalisation des pieds d'arbres

Depuis plusieurs années, on assiste à une augmentation constante du nombre d'Hommes vivant dans les villes. Il est important de réduire leur impact sur l'environnement en restaurant la biodiversité dans les villes. L'apport de végétation en milieu urbain va permettre de fournir de nombreux services écosystémiques tels que la lutte contre les îlots de chaleur urbain en créant une zone de fraîcheur grâce à l'évapotranspiration et à la création d'ombre. Les plantes vont également lutter contre les gaz à effet de serre en captant le dioxyde de carbone émis par les activités humaines. Enfin, la végétalisation des villes en plantes locales va attirer la biodiversité. C'est pourquoi, nous proposons de renforcer la trame verte en végétalisant la ville de Gaillon.

Tout d'abord, malgré le fait que Gaillon soit passé à l'arrêt de la diffusion des produits phytosanitaires, la flore spontanée est très rare. La ville manque cruellement de verdure. Nous proposons donc dans un premier temps de végétaliser les pieds d'arbres de Gaillon en semant des plantes messicoles certifiées par le label « vraies messicoles ».

Ensuite, pour rendre la ville plus agréable et donner une sensation de bien-être et améliorer la qualité de vie des habitants, nous proposons dans un second temps de végétaliser certaines rues de Gaillon telle que la rue du Four à Baon qui possède déjà beaucoup de charme.



*Illustration d'un arbre dans Gaillon dont le pied est nu à gauche et plantes messicoles semées au pied d'un arbre à droite.*



Illustration de la rue du Four à Baon végétalisée

Avant

Après

### Conclusion

- Afin de renforcer la trame verte et d'améliorer le cadre de vie des habitants, nous proposons de végétaliser certaines rues et les pieds des arbres de Gaillon
- Coûts : 0,6€/pied d'arbre + prix unitaire de la plante

## b) Réhabilitation d'un espace vert en espace de détente et de promenade



- Boisement
- Aire de jeux/détente
- Zone fauchée
- Parc
- Haie diversifiée
- Eco-pâturage

Carte de propositions de réhabilitation d'un espace vert à Gaillon

A un kilomètre du château de Gaillon, nous avons repéré un espace vert qui ne semble pas géré. Nous pensons qu'en réaménageant ce site, nous pouvons créer un espace de détente agréable qui attirerait aussi bien les habitants de Gaillon que les touristes.

Tout d'abord, nous avons pensé à délimiter différentes zones de cet espace et créer des ambiances différentes dans chaque zone. Dans un premier temps, nous avons pensé que l'éco-pâturage sur une partie du site serait intéressant de par l'absence d'entretien de la zone et également pour l'effet attractif des animaux sur les familles et plus particulièrement sur les enfants.

Pour que la ville de Gaillon fasse de l'éco-pâturage, trois solutions différentes sont possibles :

- Prise en charge complète de la démarche par le propriétaire du site
- Sous-traitance à une entreprise spécialisée
- Accord avec un éleveur local

En fonction de la superficie de la parcelle à traiter et de la végétation on déterminera L'UGB (Unité Gros Bovin) permettant de définir le nombre d'animaux ainsi que l'espèce animale (caprin, ovin, bovin...) pouvant résider dans cette parcelle.

Nous avons estimé approximativement la surface de la parcelle, celle-ci fait environ 2980m<sup>2</sup>,

elle peut donc accueillir un troupeau de chèvres. Cependant, nous n'avons pas identifié d'éleveurs locaux de caprins et de races rustiques. La commune devra sûrement faire appel à une société telle que la société Éco-pâturage.

Méthode	Avantages	Inconvénients	Coûts
<b>Eco-pâturage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préserve la biodiversité</li> <li>Pas de déchets verts</li> <li>Pas de pesticides</li> <li>Intérêt social</li> <li>Amélioration du bilan carbone de la gestion (pas de tondeuse)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Installation d'une clôture</li> <li>Transport des animaux</li> <li>Une personne compétente doit être présente pour s'assurer de la bonne santé des animaux</li> <li>Possibilité vols d'animaux</li> <li>Nécessité d'un abri pour la nuit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entre 1600 et 2360 € pour le troupeau par an</li> <li>+ Au moins 100 € en matériaux (licol, piquet, filet clôture, électrificateur solaire)</li> </ul>

Tableau : Résumé des avantages, des inconvénients et des coûts liés à l'éco-pâturage suite à la prise en charge par la société Eco-pâturage

Ensuite, nous avons pensé à intégrer une aire de jeux supplémentaire, à proximité de celle déjà en place. Puis, nous proposons de créer une ambiance de parc à côté des parcelles contenant les animaux.



Illustration de l'éco-pâturage



*Photographie : avant l'aménagement de l'espace vert*



*Illustration : après l'aménagement de l'espace vert*

Enfin, une zone sera très peu gérée pour laisser le milieu se boiser, seule une fauche de la prairie sera effectuée pour laisser un passage aux usagers.



*Illustration : boisement en ornaie*



*Illustration : insertion d'une aire de sport*

### Conclusion

- Cet espace a pour but de profiter aussi bien aux touristes qu'aux habitants et permettra de se promener et de se détendre dans un espace vert aménagé spécifiquement pour eux.
- Coût de l'aménagement :  
 1600€ (éco-pâturage)  
 12 000€ (aire de jeux/sport)  
 25 000€ (végétalisation & entretien)  
 0,9€/m<sup>2</sup> (fauche)

### c. Aménagement des berges de la Seine

Près de la Seine, se trouve sur les berges des sites industriels qui semblent laissés à l'abandon. Cette vue est peu attrayante, or nous souhaitons redynamiser tout Gaillon et les bords de Seine sont un excellent prétexte pour créer des lieux de balade. Nous avons pensé à réhabiliter ces sites industriels pour en faire des petits commerces locaux dont une brasserie. Nous nous sommes inspirés du projet la Brasserie BARGE SAS. La bière est distribuée par voie fluviale et terrestre. Des ateliers sont proposés autour de cette brasserie telle que des ateliers pédagogiques, des visites ou encore des événements culturels et festifs. A Gaillon, nous proposerons les mêmes prestations mais seulement sur terre.

Puis, nous souhaitons rendre les berges attrayantes en créant l'ambiance des quais de Seine à Paris. Nous proposons donc de recréer une plage sur les quais en période estivale. Les usagers ne se baigneront pas mais des activités telles que le volley, des activités pour les enfants ou encore du matériel comme des transats et des parasols seront disposés. Nous souhaitons rendre cet endroit agréable et dynamique.



*Carte de propositions de réaménagement des sites industriels le long des berges*



*Photographie : Paris plage*

Aménagement  
des sites industriels

#### Conclusion

- Un site dynamique par ses commerces et agréable pour l'ambiance des bords de Seine
- Des sites à restaurer, la dépollution des sols constitue la première étape du projet

#### Coûts :

800€/m<sup>2</sup> (réhabilitation des sites industriels)

150/m<sup>2</sup> (acquisition)

1 million € au minimum (Gaillon plage)

## IV - Etape finale du voyage à Gaillon : le château

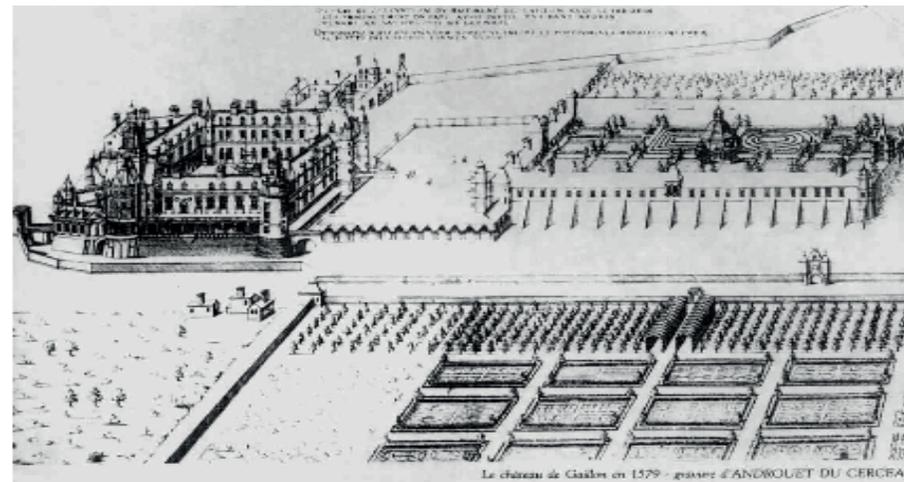
### 1) Réhabilitation des jardins du château

#### a) Les jardins du Haut

##### Historique

Les jardins dits du Haut et du Bas du château de Gaillon remontent à l'époque de la Renaissance. Les travaux des jardins ont commencé en 1506 à la demande du Cardinal d'Amboise. Le jardin du Haut constituait le jardin d'agrément alors que le potager était dans celui du Bas. Ces jardins étaient autrefois principalement ornementaux.

Dans les années 1980, des projets ont été entrepris par la commune de Gaillon pour redonner vie aux jardins, qui avaient été laissés à l'abandon. Cependant actuellement, aucun travaux concret n'a été réalisé.



Gravure des jardins du château de Gaillon

#### Proposition d'aménagement :



-  Jardin permacole
-  Prairie fleurie
-  Prairie fauchée
-  Friche
-  Bois
-  Fauche friche

Carte de propositions de réhabilitation des jardins du château

Les jardins du château ne semblent plus entretenus. L'ancienne orangerie représentée en rouge sur la carte est aujourd'hui une simple pelouse tondue plusieurs fois dans l'année. Les jardins en périphérie s'enfrichent et se boisent (représenté en vert et en bleu) et de même pour le jardin en pente. Nous pensons que pour redonner aux touristes et aux habitants l'envie de visiter le château, les jardins doivent également être revalorisés. C'est pourquoi nous avons pensé que l'ancienne orangerie (en rouge) pourrait être aménagée en jardin permacole comme pour la ferme du Bec Hellouin.

Certains aménagements pourront redonner une illusion de jardin horticole et de jardin de château mais qui aura la particularité ici d'être productif. Le jardin permacole entre dans la démarche du développement durable.

Ensuite, concernant les jardins en périphérie, une partie pourra être délimitée par une prairie fleurie. Les touristes auront une vue sur cette prairie depuis l'ancienne orangerie, ce qui attirera l'œil et donnera également envie de poursuivre la visite des jardins. Cette prairie sera partiellement fauchée pour laisser un passage aux promeneurs. Enfin, le reste du jardin devra être entretenu par des fauches annuelles afin d'éviter la fermeture du milieu et un boisement trop important.

Enfin, concernant le jardin en pente, afin d'éviter des coûts d'entretien trop onéreux, une fauche tardive pourra être effectuée pour laisser un passage aux usagers et pour favoriser la faune.

#### Conclusion

- Avant d'être visité, le château est vu de par son extérieur et c'est pourquoi il est important de s'intéresser aux jardins du château. En attirant l'œil, ils attireront plus de touristes.

- Coûts : 25 000€



*Illustration : jardin de Haut du château de Gaillon avant les aménagements*



*Illustration : jardin de Haut du château de Gaillon après les aménagements*

## b) Les parcelles du château

Le château comporte également de nombreuses parcelles dont la surface totale est considérable. En effet, l'ensemble de ces parcelles fait environ 20 hectares. Malgré ce potentiel important, celui-ci n'est pas exploité. Une partie des parcelles est exploitée par la SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif) *La Grange aux Légumes*. Cette exploitation comporte des jardins permacoles et des jardins pédagogiques pour les enfants. Ils vendent leurs produits locaux et ont des ruches. Il y a donc une base intéressante à exploiter.



Parcelles agricoles



Restaurant biologique



Activités pédagogiques

Carte de propositions d'aménagements des parcelles du château



Photographie : jardins de Bas sans potager



Illustration : jardins de Bas avec potager

Nous pensons que ces parcelles doivent être rajeunies et doivent susciter également un intérêt auprès des usagers. C'est pourquoi nous avons pensé qu'il serait judicieux d'implanter un restaurant biologique type fast food au centre de ces exploitations avec à proximité des activités pédagogiques pour les enfants. Ce restaurant biologique proposerait au menu des produits qui viennent des jardins du château. D'où également l'intérêt de déposer une marque des produits de Gaillon. Ces aménagements recréeraient une dynamique autour du château et de la ville. Enfin les promeneurs pourront finir leur boucle de randonnée en passant par les parcelles pour se restaurer.



Exemple de restaurant biologique

Cependant, il est important de savoir que les coûts peuvent être élevés pour ouvrir ce type de structure. Il faut compter au moins 300 000 € pour le local et le matériel.

Hippo Facto propose des soupes, des jus de fruits, des gaspachos et des tartines à base de produits biologiques et locaux en plein centre de Caen, en roulotte. Les coûts sont beaucoup plus moindres. Compter entre 5000 et 10 000€ pour le local, la publicité, l'achat de marque et l'achat de matériel.

Afin de réduire les coûts, il serait également intéressant d'ouvrir un food truck comme celui d'Hippo Facto.



Exemple : Hippo Facto, un restaurant biologique dans une roulotte

### Conclusion

- La création d'un restaurant au centre de cette large surface de parcelle permettra de redynamiser cette zone oubliée. Le logo de Gaillon sur les produits des jardins et la vente des produits locaux permettra d'investir davantage les habitants autour de ce commerce. Cela permettra également de lancer et de favoriser la SCIC La Grange aux Légumes, société en difficulté ces derniers temps. Enfin, il s'agit d'un lieu stratégique car il s'agit également d'un point de la boucle de promenade.
- Coût : au moins 300 000 € pour un restaurant et au moins 10 000 euros pour un local plus atypique type roulotte  
Panneaux sensibilisation : 80000 €

## 2) Château de Gaillon

On l'a vu, le château de Gaillon est la principale attraction de la ville, et c'est autour de lui que nous avons souhaité construire l'ensemble de notre projet.

Afin d'accroître l'attractivité du château en lui-même et donc d'atteindre un objectif d'augmentation de la fréquentation, nous avons souhaité travailler sur l'expérience de visite.

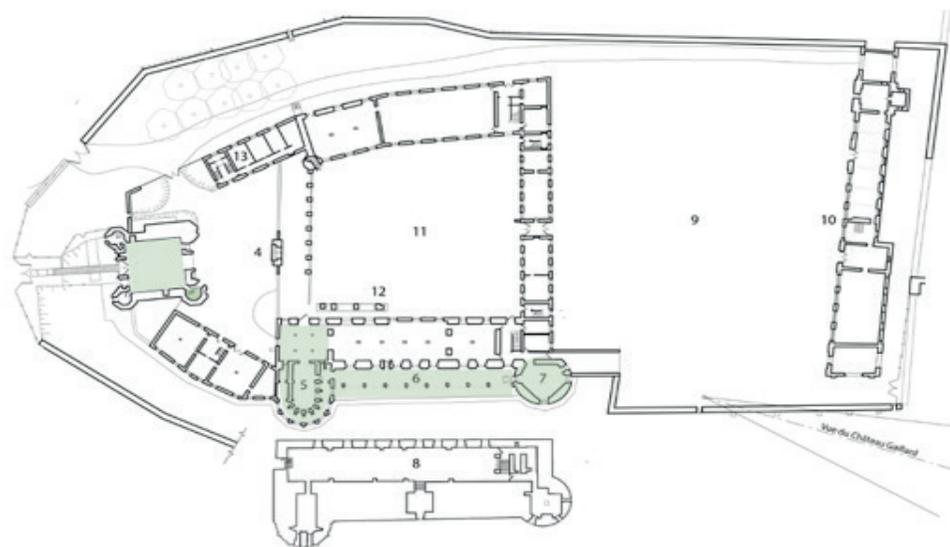
### a. Situation actuelle du château

Depuis son ouverture au public en 2009, le château de Gaillon n'a jamais dépassé les 9000 visiteurs par an. Contrairement à la maison et aux jardins Claude Monet de Giverny, qui attirent à eux seuls près de 600 000 visiteurs par an, le château de Gaillon peine à trouver son public. Edifice public appartenant à l'Etat, il fait l'objet d'une convention entre le ministère de la culture et la mairie de Gaillon pour l'ouverture au public six mois de l'année, d'avril à octobre. La billetterie et l'exploitation du château durant cette période sont donc de la responsabilité de la ville de Gaillon.

Aujourd'hui, seule une petite partie du château est ouverte au public, les trois étages au-dessus de la porte principale, la chapelle, la loggia et les cuisines.

Les trois étages sont constitués d'une exposition permanente financée grâce au mécénat notamment du Crédit Agricole et de la Sanef, à hauteur de 90 000 €, ainsi que des maquettes réalisées par des artistes ou des étudiants.

Les autres parties du château ne sont actuellement pas accessibles au public. Certaines parties sont en cours de restauration, sans information pour le moment sur une éventuelle ouverture au public. Le château est actuellement géré via une convention avec la ville par l'Association pour la Renaissance du Château (ARC), association locale qui a depuis longtemps travaillé pour l'ouverture du château et la réalisation de l'exposition permanente. Aujourd'hui, c'est l'ARC qui s'occupe des visites guidées pendant la saison d'ouverture du château.



## b. Pour un accès au château plus agréable : promenade patrimoniale

A la suite de la promenade par des jardins bas que nous proposons d'aménager, le visiteur se rend au château. Pour cela, il passera par le centre-bourg nouvellement aménagé par notre projet de piétonnisation et de végétalisation des espaces. Ainsi, la visite de la ville par les touristes et la vie quotidienne des habitants sera plus calme et agréable, ils pourront profiter pleinement des lieux dans des espaces publics dégagés de la voiture. Les commerçants en profitent pour installer des stands éphémères. Le patrimoine bâti et les jardins hauts sont valorisés.

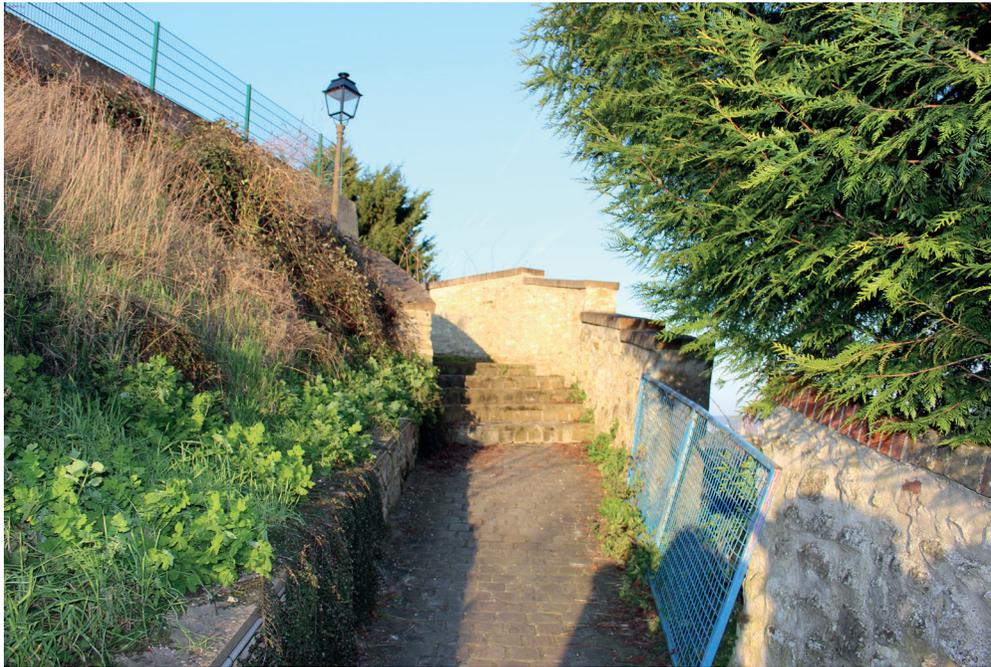
Enfin, l'escalier qui permet de monter au château sert de toile de fond pour y installer des expositions de street-art, dessins et photos, rappelant le passé multiple du château et préparant le visiteur à se plonger dans son histoire.



*AVANT : espace encombré par les voitures qui masquent le patrimoine bâti*



*APRES : les commerçants investissent l'espace public, piétons et cyclistes*



*AVANT : l'escalier menant au château.*

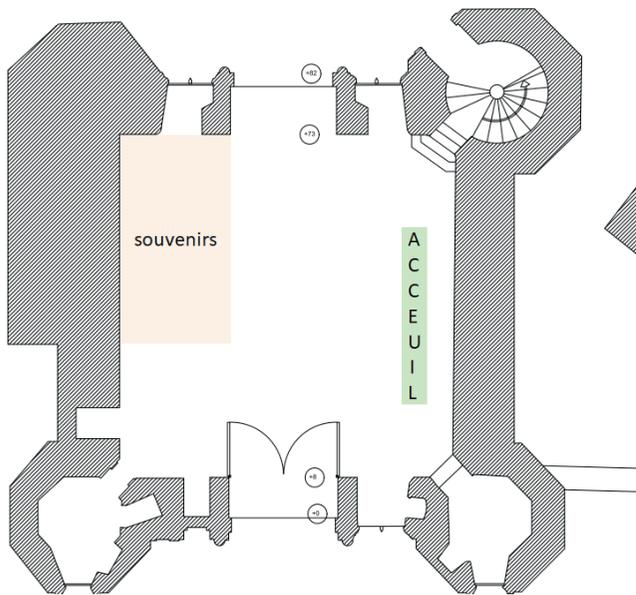


*APRES : l'escalier ré-investi pour une exposition rappelant les graffitis dans le château faits à l'époque napoléonienne quand c'était une caserne militaire et un pénitencier.*

## c. Expérience de visite

### Réaménagement de l'accueil

Il serait dommage de transformer l'expérience aux abords du château sans s'occuper de l'intérieur. Et ce travail commence dès l'entrée. Une modification de l'accueil pour permettre une ambiance plus chaleureuse, et un espace de vente de produits dérivés peuvent être pertinents pour réaménager l'accueil. Nous aimerions donc proposer l'aménagement suivant pour le hall du château :



L'accueil actuel serait remplacé par un comptoir moins imposant, et où les hôtesses pourraient être plus proches des visiteurs. Par ailleurs, l'espace d'attente actuel n'est pas vraiment utilisé. Nous proposons donc de le transformer en boutique de produits dérivés et de souvenirs. Par exemple, le livre *Gaillon* de Thierry Garnier pourrait être vendu dans la boutique parmi les autres produits dérivés (cf. <https://livre.fnac.com/a1562968/Thierry-Garnier-Gaillon>).

### Programmes de visites et réalité augmentée

En plus des actuelles visites guidées et non guidées, un système de tablette de visite avec de la réalité augmentée pourrait être un réel accélérateur pour l'attractivité du château. Nous avons pu étudier la solution Histopad proposée par la société Histoverly, et déjà mis en place dans plusieurs monuments de France, comme le Château de Chambord, ou le Palais des Papes d'Avignon. D'après Histoverly, la mise en place d'un Histopad permet d'observer une augmentation de la fréquentation dans tous les cas. Pour le château de Guillaume le Conquérant, à Falaises, dans le Calvados, la fréquentation a doublé en moins d'un an, passant de 40 000 visiteurs à 80 000 visiteurs. La mise en place d'un dispositif de ce type pourrait donc booster la fréquentation du château de Gaillon.



De plus, la mise en place d'un Histopad permettrait de récolter de nombreuses informations sur les attentes des visiteurs et leurs habitudes de visite. Ces informations pourront permettre d'affiner le modèle du château et d'augmenter encore la fréquentation. Pour un emplacement tel que le château de Gaillon, on peut raisonnablement tabler sur un doublement de la fréquentation voire plus, pour atteindre 20 000 à 30 000 visiteurs par an.

L'investissement nécessaire pour mettre en place un dispositif Histopad dans le château de Gaillon est de 300 000 € ainsi qu'un pourcentage sur la vente des billets. De plus, un éventuel partenariat avec la SNCF pourrait être créé, en proposant un billet combiné (train & château). Cela pourrait donc être un moyen de valoriser le château de Gaillon.

Afin de faire le lien avec les actions que nous avons définies précédemment, il pourrait également être souhaitable de mettre en place des réductions sur les entrées au château pour les résidents de Gaillon ainsi que de la CCEMS. Cela permettrait de rapprocher les habitants du bassin de vie de Gaillon de leur patrimoine impressionnant.

### Évènementiel

Les événements organisés dans et autour des châteaux peuvent également être des forts vecteurs d'attractivité et de rayonnement. Par exemple, les spectacles sons et lumière, comme ceux de la cathédrale de Rouen sont très appréciés des locaux et des touristes de passage. Nous pensons qu'il est possible de mettre en place cela sur la façade du Château de Gaillon. Cela permettrait d'attirer du monde pour assister à ces spectacles et de dynamiser le centre-bourg la nuit, pendant la saison d'ouverture.

### Futur du château

A moyen ou long terme, en anticipant le fait que le château devienne un pôle d'attractivité important de la région, il sera probablement possible d'ouvrir des salles supplémentaires à la visite au public. Certaines salles pourraient même ouvertes à court terme vu le peu d'investissement nécessaire, comme le cellier au sous-sol du château .

De même, on pourrait imaginer que le Pavillon Colbert, qui sert aujourd'hui à stocker des pierres de la Cathédrale de Rouen soit également ouvert au public. Des expositions de pierres existent dans d'autres endroits en France, et il serait possible de créer une exposition sur ce thème dans le pavillon Colbert. L'idée principale est de proposer le maximum de contenu au château de Gaillon, pour augmenter in fine l'attractivité du château, et donc sa fréquentation.



*L'exemple de la Façade de la cathédrale de Rouen illuminée.*



*Cellier du château de Gaillon.*

### 3) Benchmark patrimoine & technologie

Ce benchmark a pour objectif d'analyser comment le patrimoine est mis en valeur en général dans les autres châteaux dans les villes à proximité de Gaillon et en France en général. Il présente plusieurs exemples où la technologie est mise au service du patrimoine.

#### Benchmark au niveau local

#### Château Gaillard, Les Andelys



- Particularités :
  - Répertoire comme Monument Historique depuis 1862
  - Zone d'Intérêt Faunistique et Floristique (ZNIEFF type 2)
  - Zone Natura 2000

- Epoque : Moyen-Age
- Période d'ouverture :
  - Basse-cour et ouvrage avancé : accessibles gratuitement toute l'année.
  - Haute cour et donjon : du 1er avril au 31 octobre.
- Offres
  - Visites guidées pour individuels

rencement, ce qui rend le site internet difficile à trouver, pas de page Facebook, pas de site internet)

- Confusion avec le château Gaillard à Amboise

- Tarifs :
  - Visite libre : 3.50€, réduit : 3.00€
  - Gratuit pour les enfants de moins de 7 ans accompagnés d'une personne majeure et pour les Andelysiens (sur justificatif)
  - Visite guidée : 4.50€, réduit : 4€
  - Château-Gaillard animations tarif plein : 4.50€
  - Château-Gaillard animations tarif réduit : 4€

- Animations :
  - Nombreuses animations médiévales
  - Jeux médiévaux en bois
  - Nombreuses animations tout au long de la saison.

- Points négatifs :
  - Manque de présence digitale (mauvais référé-



- Particularités :
  - Centre d'art & d'histoire (musée Michelet)
  - Inscrit aux Monuments Historiques
  - Maison des illustres (ministère de la culture et de la communication)

• Epoque : XVe siècle

• Période d'ouverture :  
31 mars-25 novembre

• Tarifs :

Visite de l'ensemble du site & exposition en cours

Individuels : 10€

Réduit : 6,50€ (+ 7 ans, étudiants, pôle emploi, handicapés)

Forfait famille : 25€ (2 adultes + à partir de 2 enfants + 7 ans)

Groupes sur RDV : 7,50€ (+ 20 personnes) en visite libre 1h30

Mini groupes sur RDV : 8€ (12>19 personnes)

Options : accueil 20 minutes + 1,50€ ou Visite guidée 60 mn + 3,50€

NB gratuités groupes : chauffeur + 1 par 20 entrées payées

Groupes scolaires : 4,50€ (élèves et accompagnants, gratuité pour les enseignants)

3 livrets-jeux disponibles 1,50€ pièce

• Offres :

- Salon de thé
- Restaurant

• Animations :

Week-end floral (pentecôte)

Soirées musicales (buffet & concerts)

Journées Européennes du Patrimoine

Magie des orchidées (novembre)

Mois de la fête des affaires (novembre)

Expositions au printemps et en été (peintures, œuvres sur papier, céramiques)

Nouveauté : visite guidée sans supplément pour les individuels le 4e dimanche de chaque mois.

## Château de La Roche-Guyon



• Epoque : Moyen-Age & Renaissance

• Période d'ouverture :

Du samedi 3 février au dimanche 25 novembre 2018

• Offres :

Potager ouvert au public gratuitement

• Tarifs :

(Non disponibles sur le site internet)

• Animations :

- Expositions

- Coulisses du montage de l'exposition

- Lectures de poèmes (Printemps des poètes)

- Concerts

## b. Benchmark au niveau national

### Histopad, château de Chambord (Loir-et-Cher)



Un Histopad est une tablette numérique où une application utilisant la réalité augmentée est installée pour faire une reconstitution historique en 3D des bâtiments détruits. On peut ainsi redécouvrir le château de Chambord à 360° comme il l'était au XVI<sup>e</sup> siècle grâce à la visite immersive. L'Histopad a été coproduit par le domaine national de Chambord et la société Histoverly. Cet outil a de nombreux avantages :

#### Remonter le temps : visite immersive

- Cette application offre avant tout une visite virtuelle des salles du Château au temps de la renaissance.

- La distribution, le décor et l'ameublement de certaines pièces au début du XVI<sup>e</sup> siècle ont pu être réintégrés dans les salles du château.

#### Un guide de visite numérique

- Exploration digitale de 19 salles majeures du château pour en découvrir l'histoire et les collections

- Près de 150 pièces de mobilier, objets d'art et éléments de décor sont ainsi décrits et analysés grâce à des textes simples ou éléments graphiques animés et des images de haute définition. Les utilisateurs peuvent zoomer sur les œuvres notables pour en découvrir les plus infimes détails.

#### Une chasse au trésor ludique pour le jeune public

Une animation ludique pour les plus jeunes est proposée dans les vues immersives afin de développer leur curiosité et animer la visite. Chaque salle « Renaissance » restituée présente ainsi un objet virtuel dans lequel est caché un écu à l'effigie ou aux Armes de François I<sup>er</sup>. Les jeunes participants y trouveront une activité interactive et pédagogique récompensée par une visite virtuelle de la tour-lanterne.

#### Une géolocalisation automatique dans tout le château

L'Histopad se déclenche automatiquement dès l'entrée dans une salle grâce à une centaine de balises de géolocalisation implantées dans le château. Des plans animés, accessibles à tout moment sur l'écran d'accueil des salles, per-

mettent aux visiteurs de s'orienter et d'organiser leur découverte. Ainsi, l'application leur indique en temps réel leur position exacte et leur parcours passé ou venir.

#### Disponible en 12 langues

L'Histopad est disponible en 12 langues (Français, Anglais, Espagnol, Chinois, Japonais, Italien, Russe, Néerlandais, Allemand, Portugais, Polonais, Coréen).

#### Adapté aux personnes à mobilité réduite

Une adaptation de l'application aux personnes à mobilité réduite est disponible afin de rendre les contenus visibles depuis le rez-de-chaussée du château.

#### Une innovation primée dans le monde entier

- Prix « Stratégie et numérique », Tops du tourisme en Loir-et-Cher, édition 2015
- «Grand prix AVICOM Claude-Nicole HOC-QUART » (grand prix du jury toutes catégories)
- Prix de bronze « Multimedi'Art innovative »
- Festival International de l'Audiovisuel et du Multimédia sur le Patrimoine (FIAMP), édition 2015
- Entreprendre dans la culture
- Grand prix de l'innovation digitale ID 14 ID d'or

## Tarif de location de l'Histopad :

1 Histopad : 8€

3 Histopad (pack famille) : 20€

## Service de CRM (Customer Relationship Management)

L'Histopad propose un service complet de CRM pour connaître les usages des visiteurs, contribuer à leur fidélisation et permettre la conquête de nouveaux publics.

Un **reporting statistique** présente une analyse des usages des publics : profils des visiteurs, détail de la durée du parcours, classement des contenus consultés, commentaires et note, etc. Une fonctionnalité d'**enquêtes et de sondages** personnalisables.

Un **livre d'or numérique**, pour recueillir et exploiter les notes et les avis des visiteurs.

Des fonctionnalités de **suivi et de fidélisation** (email automatique après-visite et réseaux sociaux)

Une fonctionnalité **e-commerce** et recommandations d'achats culturels en boutique

## Partenariat de co-production

L'HistoPad est inclus dans le prix du billet, et est distribué à tous les visiteurs. Histovery réalise jusqu'à 100% de l'investissement initial pour équiper le partenaire. **Le partenaire reverse une redevance fixe par entrée payante à Histovery**, et reste maître de sa politique tarifaire.

## CHIFFRES-CLÉS

 Augmentation de la **fréquentation**

**+ 95%** de visites entre 2013 et 2017 au Château Guillaume le Conquérant

**+ 50%** de visites entre 2014 et 2017 au Musée de l'imagerie d'Epinal

 Augmentation de la **durée de visite**

**+ 45%** en moyenne

 **Satisfaction des Visiteurs - Octobre 2017**

HistoPad Palais des Papes

4,7/5

HistoPad Conciergerie

4,4/5

HistoPad Chambord

4,12/5



L'Histopad est également disponible au sein de plusieurs monuments historiques en France :

- Palais des Papes, Avignon
- Musée chinois du château de Fontainebleau
- Palais de la Conciergerie, Paris
- Château Guillaume le Conquérant, Falaise
- Musée de l'imagerie, Epinal

## L'HistoCam

Château Guillaume le Conquérant, Falaise (Calvados)



- Concept immersif
- Lunette stéréoscopique pour découvrir, dans le même angle de vue et en relief, la reconstitution d'un lieu tel qu'il pouvait être dans le passé
- Fonctionne à la lumière du soleil
- Pas de consommation d'énergie et ne demande aucun branchement électrique
- Résistance au gel et aux intempéries
- Design adaptable

### Application de visite

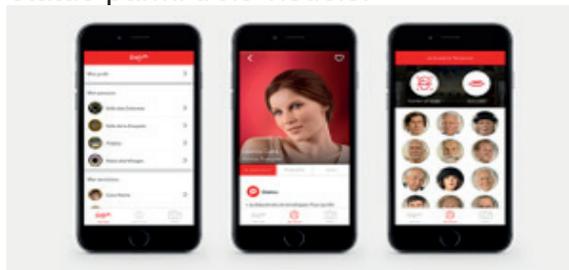
Musée Grévin, Paris (Ile-de-France)

L'application de visite, téléchargeable gratuitement sur smartphone iOS et Android, offre avant tout un guide de visite interactif des statues exposées. Elle propose au visiteur d'en savoir plus sur la célébrité et son double de cire via une série de contenus liés : anecdotes,

photographies,

également une plongée dans le remarquable patrimoine architectural du Paris 1900. Au fur et à mesure du parcours, les visiteurs sont invités à découvrir cinq salles du musée classées monuments historiques en faisant défiler au doigt des panoramas à 360°. Ceux-ci contiennent des informations contextuelles et des contenus multimédias – photos, vidéos, modélisations 3D – pour en découvrir davantage sur ce décor féérique.

Pour le jeune public, l'application comprend un volet ludique avec un jeu de différences : au visiteur de retrouver la bonne photographie de la statue parmi trois visuels.



### Château de Kerguéhennec, Bignan (Bretagne)



Le Domaine de Kerguéhennec a été acquis par le département du Morbihan en 1972.

Construit au XVIIIe siècle, le château est au cœur d'un espace domanial aménagé dès le Moyen Âge.

• Particularités :

- Rencontre entre patrimoine et création contemporaine. Labellisé « **Centre culturel de rencontre** », intégrant ainsi un réseau européen de centres ayant un projet artistique et culturel en synergie avec un site patrimonial. La programmation artistique du Domaine de Kerguéhennec s'attache au dialogue entre art, architecture et paysage. L'articulation entre patrimoine et création est au cœur du projet culturel.

- **Parc de sculptures unique en France** (lieu de référence en matière de présentation de la sculpture contemporaine). Créé à partir de 1986 à l'initiative du Ministère de la culture, de la Direction régionale des affaires culturelles de Bretagne et du Fonds régional d'art contemporain Bretagne (Frac), le parc de sculptures compte parmi les plus importants d'Europe. Il réunit plus d'une trentaine d'œuvres d'artistes majeurs.

- Classé au titre des Monuments historiques en 1988

- Soutien du ministère de la Culture et de la Communication (DRAC Bretagne) et de la Région Bretagne.

- Deux ateliers-logements permettent de recevoir des artistes en résidence. Les œuvres réalisées dans ce cadre sont ensuite présentées au Domaine ou dans d'autres lieux de diffusion du département.

• Animations :

Activités sur le site et sur l'ensemble du territoire départemental :

- Visites accompagnées
- Visites-ateliers
- Classes artistiques
- Rencontres avec les artistes
- Conférences à propos des artistes
- Expositions hors les murs
- Concerts (musique ancienne, jazz, etc)
- Ateliers créatifs pour les enfants
- Balades dans le parc

« Partours » Kerg  
tuite bilingue



Application gratuite

Application gratuite pour partir à la découverte du parc de sculptures !

Application gratuite disponible sur App Store et Google play. Il faut activer son GPS une fois arrivé au domaine puis choisir son parcours (Nord ou Sud). Cette application permet d'accéder aux informations nécessaires à la visite (plan, localisation des sculptures, informations sur les œuvres, la distance et la durée entre sa

position et la sculpture suivante, etc.). L'application est également disponible en anglais.

Application proposée par le Centre national des arts plastiques (Cnap) et basée sur la plateforme numérique Artmapper.

• Offres

Pour partir à la découverte de ces sculptures, les visiteurs sont invités à emprunter les deux parcours mis en place au Sud et au Nord du château en suivant :

- Le guide-plan du parc de sculptures (2€)
- Le livret découverte en famille. Ce support original et ludique permet une visite du parc de sculptures en autonomie avec des enfants (2€).
- La déambulation littéraire pour une découverte sensible du parc avec des textes d'écrivains lus par les comédiens du Théâtre de Lorient (lecture MP3, casque et plan prêtés gratuitement à la boutique).

Site internet :

Rubrique à propos du mécénat (bulletin de mécénat à télécharger pour les particuliers)

Promotion du territoire en général

Application VisitRennes pour visiter la ville, Rennes (Bretagne)



Application officielle de l'office de tourisme à télécharger sur l'Appstore et GooglePlay.

Cette application permet de faire un parcours dans la ville avec son smartphone :

- Visiter Rennes à travers les yeux de ses habitants (parcours élaborés par ceux qui la vivent tous les jours)
- Découvertes des secrets de la ville
- Parcours thématiques dans la ville
- Différentes thématiques : Relax, Créatif, Breton, Festif
- Aurélie, instagrameuse, propose ses meilleurs spots dans le cœur historique pour prendre de belles photos de la ville à poster sur les réseaux sociaux. Tous les parcours s'achèvent à l'office de tourisme.

## Application Rennes 2030

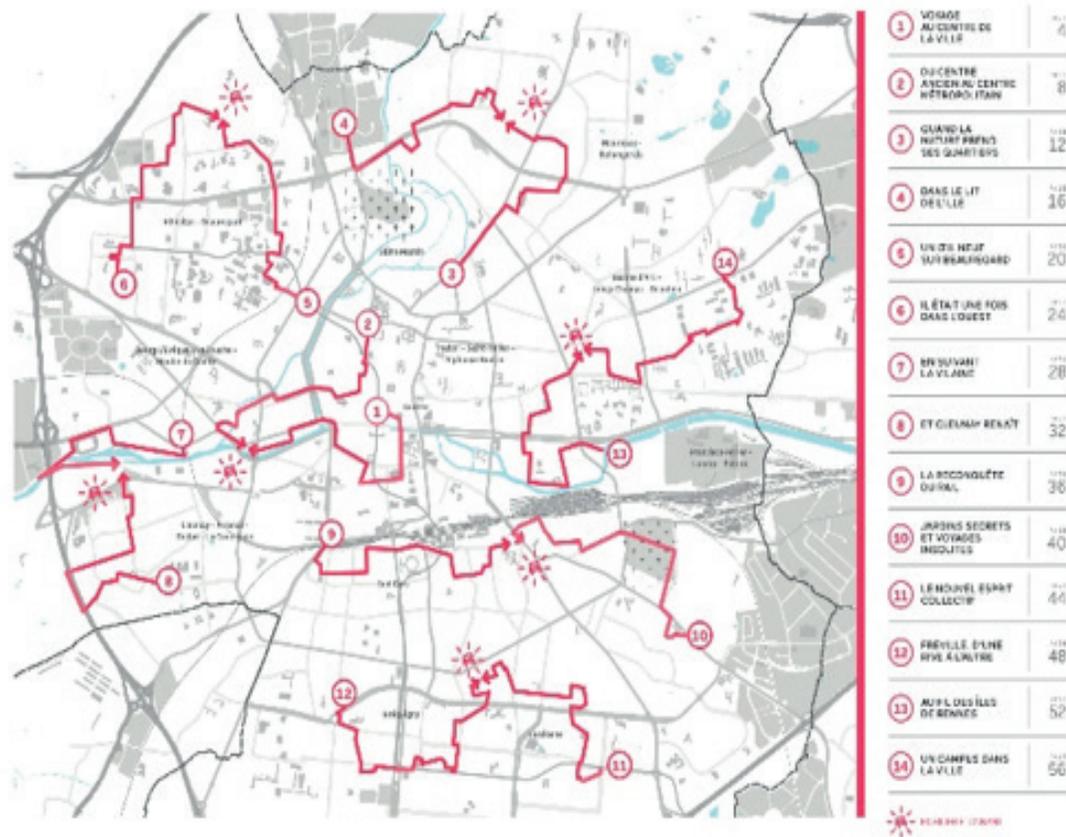
### Balades urbaines en autonomie

- Présentation du parcours
- Description des principaux points d'intérêt de la balade
- Espace laissant la possibilité de faire part des avis ou des idées des promeneurs

14 balades urbaines proposées par la ville grâce à un dispositif associant outils numériques (application mobile et maquette 3D) et guides papier. Jeu de piste urbain inédit et ouvert à tous, révélant aux promeneurs : Rennes, ses quartiers, ses lieux insolites et ses projets.

Pour les personnes ne disposant pas de smartphone, des guides papier présentant les balades sont à votre disposition à l'Hôtel de Ville, à l'office de tourisme et dans les directions de quartier.

SUIVEZ LA LIGNE ROUGE!



# V - Construction d'une communauté

## 1) Copy stratégie

### a. Tourisme

#### Rappel :

- Ouverture du château au public (2011)
- Contraintes (salles fermées, ouverture pendant 6 mois dans l'année)
- Non meublé, etc.
- Fort potentiel du château et de la ville
- Analyse de la e-réputation

#### Communication actuelle :

Communication très succincte, composée principalement de son site internet, son compte Facebook (très peu animé et sans ligne éditoriale fixe, cf. analyse de la page Facebook).  
Communication de proximité (bouche à oreille), etc

#### Le marché du tourisme :

Le marché du tourisme se porte bien, après les attentats de 2015 et 2016, le tourisme en France a connu une forte baisse mais depuis le deuxième semestre de 2017, il bat des records historiques.

La région parisienne et ses alentours sont particulièrement touchés par le retour des touristes. Mais les vacanciers dépensent moins, une baisse d'environ 100 euros sur le budget moyen. A noter que la fréquentation hôtelière dans les zones urbaines de province a augmenté de 3,7% en 2015 (cf. article Le Point).

#### Une concurrence relative :

- La concurrence est une opportunité (Giverny) mais aussi une menace (car ces châteaux sont mieux conservés et davantage connus). Cependant, le musée de Giverny se trouvant à à peine 40 km du château de Gaillon est plutôt une aubaine avec 700 000 visiteurs par an (cf. dossier de presse).

#### b. Stratégie de communication

Nous souhaitons réaliser une véritable stratégie de valorisation du territoire. Pour cela, nous avons la problématique suivante :

Comment fédérer les habitants et les touristes autour d'un projet commun ?

Big idea : « *La Renaissance d'une communauté* »

#### Objectifs :

→ Faire connaître le château de Gaillon aux potentiels touristes & augmenter la notoriété de la ville de Gaillon

→ Faire aimer la ville de Gaillon et son château aux touristes



#### Cibles :

##### Cœur de cible :

Nous ciblons particulièrement les habitants de la région Normandie et des régions limitrophes ne connaissant pas ou peu le château voulant redécouvrir le château et son histoire.

- Hommes et femmes de 30 à 50 ans et leurs enfants.

- Habitant en Normandie  ériphérie

##### Cible principale :

Nous ciblons principalement, les Français étrangers à la région. Pour le moment, nous avons choisi d'axer davantage notre communication sur les **touristes français** qui constituent **96% de la clientèle de l'office de tourisme** contre seulement **4% de clientèle étrangère**. **Les habitants d'Ile-de-France représentaient 12%** de la clientèle de l'office de tourisme pour la saison 2017 (cf. annexe n° 2 statistiques données par l'office de tourisme Eure Madrie Seine). Ainsi, nous choisissons de conquérir d'abord dans un premier temps les touristes français, et dans un deuxième temps de conquérir les touristes étrangers.

- Amateurs de visites pédagogiques et de monuments anciens

- En transit dans la région

## Cible secondaire :

Les étrangers venant du monde entier, amateurs de visite de château anciens qui cherchent à découvrir de nouveaux endroits.

Nous avons défini nos cibles en nous appuyant sur les statistiques données par l'office de tourisme Eure Madrie Seine (cf. annexe n°2).

## Dispositif de moyens par objectif :

Cognitif :

- Améliorer le site internet  
→ Améliorer le graphisme

→ Faire un seul site internet au lieu d'avoir les sites ville-gaillon.fr et gaillonactu.fr. Ce sera plus pratique et cela permettra d'avoir en un seul endroit toutes les informations sur la ville de Gaillon. Il suffira de rajouter une rubrique « actualités » dans le site internet ville-gaillon.fr qui reprendra les informations issues du site internet gaillonactu.fr.

- Améliorer le référencement (par exemple, pour la requête "château de normandie" et longue traine)

- Améliorer le référencement dans les guides de voyages

- Améliorer la signalétique

- Etablir un partenariat avec la SNCF (cette proposition vient des habitants eux-mêmes suite au questionnaire réalisé en décembre

- Mettre en place d'une stratégie réseaux sociaux et relations presse

Affectif :

- Proposer des visites du château et de la ville plus régulièrement
- Guide des restaurants
- Améliorer l'accès
- Améliorer le stationnement
- Actualiser et multiplier l'évènementiel

## Habitants

Situation économique de la ville :

Il existe un fort turn-over des commerces et une baisse d'activité économique depuis quelques années à Gaillon. Depuis la désindustrialisation, le taux d'emploi est en diminution en raison de la spécialisation du territoire dans les emplois techniques.

En revanche, durant notre diagnostic, nous avons noté que le taux d'activité est supérieur à la moyenne départementale.

Commerces & activités :

Nombreux habitants se plaignent du manque de commerces et de leurs fermetures incessantes. Les habitants parlent de commerces vieillissants ou peu diversifiés : fast-food, banques, pharmacies, opticiens. Ils considèrent qu'il n'y a cependant pas assez de commerces de bouche, mais plusieurs habitants sont satisfaits et affirment que les commerces indispensables au quotidien

sont présents et sont de qualité (cf. analyse du questionnaire, annexe n°1).

## Stratégie

Problématique :

Comment faire apprécier à nouveau la ville de Gaillon à ses habitants ?

Ojectif :

→ Faire aimer la vie à Gaillon à ses habitants

Cibles :

**Cœur de cible :**

Habitants de la ville de Gaillon.

Ils vivent, travaillent et élèvent leurs enfants à Gaillon.

**Cible principale :**

Habitants de la CCEMS, ils vivent dans le bassin de vie de Gaillon et s'intéressent à la vie communautaire de Gaillon.

Ces deux cibles constituent une partie importante de la clientèle de l'office de tourisme. Pour la saison 2017, **38% venaient de l'Eure et 6% de Normandie** (cf. annexe n°2).

## Dispositif de moyens par objectif :

→ Promotion de la maison du projet (page Facebook de la ville, magazine de la CCEMS, affiches dans la ville, etc)

→ Promotion des améliorations du cadre de vie (nouveaux parcs, ...)

→ Multiplication et implication des habitants dans les évènements de la ville.



## 2) Relations presse



### a. Dossier de presse

Nous préconisons la création et la mise à disposition de tous d'un dossier de presse sur le château de Gaillon et ses alentours.

Ce dossier de presse servira non seulement à envoyer à des journalistes mais pourra aussi être consultable sur le site internet pour que les visiteurs puissent obtenir plus d'informations sur la ville et son château.

En prenant exemple sur le dossier de presse de Giverny (<http://fondation-monet.com/wp-content/uploads/2015/04/dossier-institutionnel.pdf>), nous recommandons un dossier selon le plan suivant :

Introduction (présentation de l'association ARC et son action pour le château)

I-Le château

Le château au fil du temps

Le château aujourd'hui, un bijou d'histoire

II-Les jardins

Les jardins au fil du temps

Les jardins modernes et au service des habitants

III-Les événements au château

IV-La vie à Gaillon (restaurants, boutiques de proximité, ...)

V-Photos pour la presse

VI-<sup>68</sup>Informations pratiques

### b. Presse locale, nationale et internationale

Le dossier de presse pourra être envoyé aux responsables de la presse locale à l'occasion de la réouverture du château pour la saison estivale. Le dossier de presse pourra s'accompagner de communiqués de presse pour des événements plus ponctuels. Les dossiers et communiqués seront envoyés uniquement entre avril et septembre, afin de couvrir la saison d'ouverture. La fréquence dépendra des événements ponctuels mais une moyenne d'une fois toutes les trois semaines serait idéale pour la presse locale.

Les dossiers et les communiqués de presse seront envoyés non seulement à la presse locale mais aussi à la presse nationale ou internationale à moindre fréquence.

#### → Presse locale

Ci-dessous les médias locaux à contacter :

- *Paris-Normandie*
- *Ouest-France*
- *Le courrier de l'Eure*
- *La Dépêche*
- *France 3 Normandie*
- *L'impartial*
- *Le réveil Normand*
- *Le Démocrate Vernonais*
- *Normandie Dimanche*
- *Info-Normandie*

A noter, certains de ces médias possèdent des sites internet et des réseaux sociaux, à l'ère du numérique, il est indispensable d'apparaître sur ces nouveaux médias.

#### → Relations presse nationale & internationale

Au début de la période estivale, il peut être judicieux de promouvoir le château à des titres de presse nationaux et internationaux généraux et spécialisés. Ci-dessous et à titre d'exemple les titres spécialisés et revues historiques du monde :

- *Abenteuer Archäologie*
- *Annales de Bretagne et des pays de l'Ouest*
- *Annales historiques de la Révolution française*
- *Bibliothèque de l'École des chartes*
- *Book History*
- *British Museum Quarterly*
- *Bulletin d'histoire politique*
- *Cahiers d'histoire : Revue d'histoire critique*
- *La France pittoresque*
- *Francia*
- *Food & History*
- *French History*
- *L'Histoire*
- *Historia, revue française*
- *Historia, revue allemande*
- *Historical Journal, successeur du Cambridge*
- *Historical Journal*
- *History Review*
- *History Today*
- *Journal of Modern History*
- *Past & Present*
- *Revolutionary History*
- *Revue de l'Art*
- *Revue belge de philologie et d'histoire*
- *Revue des deux Mondes*
- *Revue d'histoire et de philosophie religieuses*
- *Revue d'histoire moderne et contemporaine*

## → Titres non spécialisés (pages culture) :

- 20Minutes
- Cnews Matin (quotidien gratuit)
- France-Soir
- L'Equipe
- L'Humanité
- L'Obs
- Le Figaro
- Le Journal du Dimanche
- Le Monde
- Le Parisien
- Les Echos
- Libération
- Gala
- L'Express
- La Semaine du Pays Basque
- Le Monde Diplomatique
- Le Nouvel Economiste
- Le Point
- Marianne
- Paris-Match
- Télérama
- Voici

## c. Emailing

Dans un projet de marketing territorial de ville de proximité, le réseautage peut-être une très belle opportunité pour toucher le plus grand nombre de locaux.

Ainsi, pour appuyer les relations presse, il est recommandé de faire participer les particuliers à la vitalité des informations sur les réseaux sociaux. Ainsi, nous proposons la mise en place d'un fichier d'habitants de la région ayant la volonté de faire vivre la ville et le château, de leur envoyer

des informations sur le château à relayer qui soient interactives et attrayantes, non seulement par mail mais aussi sur les réseaux sociaux.

Ce flux d'informations sera mieux reçu par les destinataires car relayé par une connaissance comme une recommandation d'activités et de découverte dans la région.

## d. Guides de voyages

Afin de faire connaître le château aux étrangers, le meilleur support de communication sont les guides de voyages spécialisés dans la Normandie ou dans le nord de la France. Il est indispensable pour le Château de Gaillon de se faire une place dans ces revues spécialisées.

Après avoir établi une liste des guides dans lesquelles on souhaite apparaître, il faut contacter les rédactions, négocier et convaincre que le site de Gaillon a sa place dans ce support.

Il est donc recommandé de prévoir des documents et des arguments pour convaincre. Ci-dessous une liste de guides touristiques dans lesquels le château de Gaillon devrait trouver sa place et ainsi multiplier son nombre de visiteurs :

- Guide du routard Normandie
- Guide les Plages du débarquement de Normandie Michelin
- Guide bleu Normandie
- La Normandie pour les Nuls
- 100 clés pour comprendre la Seine Normande
- L'Essentiel de la Normandie
- La véloscénie, Paris Mont Saint-Michel à vélo
- Ballades Nature en Normandie
- Normandie, les 100 plus beaux sentiers

### 3) Stratégie de réseaux sociaux (Facebook)

#### a. Analyse de la page Facebook de la ville de Gaillon

Période : mars 2017-mars 2018

##### → Points positifs

- Communauté assez importante (1074 abonnés)
- Nombre important de partages pour certaines publications. Pour les événements, comme le festival de rue Macadam renc'art et en particulier les annonces d'emplois (cf. publication du 2 juin 2017 comptabilise 152 partages).
- Diffusion des actualités de la ville (activités et événements dans la ville et au château, informations pratiques, nouveautés, recrutement, etc)
- Publications assez régulières
- Certaines publications suscitent de nombreux partages et des réactions de la part des fans. Ce sont principalement des publications mettant en avant les habitants (résultats d'équipes de sport, lauréate du concours du concours « Lumières des cités », etc)



Publication du 29 mars 2018

→ **Points à améliorer**

- Peu de réactions de la part des habitants comparé au nombre d'abonnés
- Peu de commentaires de la part des habitants
- Pas de réponses à certains commentaires
- Périodes où il n'y a aucune publication (10 jours parfois)
- Certaines publications sont seulement composées d'une image mais aucun texte ne l'accompagne. Et à l'inverse, certaines publications ne sont pas accompagnées d'image
- Les contenus partagés ne sont pas assez attractifs et appropriés pour un réseau social. La plupart du temps, le contenu est informatif et ressemble davantage à une affiche (ce qui est probablement le cas d'ailleurs).
- Certaines publications apparaissent deux fois dans la même journée
- Oubli du lien menant au site internet sur la publication concernant le nouveau site internet
- Certaines publications sont écrites entièrement en majuscules ce qui rend le message agressif
- Images des publications difficilement lisibles parfois

- Publications non appropriées pour un réseau social comme un communiqué de presse et les résultats des élections présidentielles (cf. publication du 19 juin 2017 : communiqué de presse concernant la sortie de Saint-Aubin-sur-Gail- londe la CCEMS)



Publication du 6 février 2018

## b. Propositions pour améliorer la communication sur les réseaux sociaux

- Analyser les statistiques de la page Facebook pour observer notamment les heures où sont connectés les fans de la page, ce qui permettra de connaître l'heure la plus propice pour publier. Cela permettra également d'analyser les fans de la page (âge, sexe, localisation). Cette analyse permettra de connaître aussi la portée et le taux d'engagement des publications. Ce qui donnera la possibilité de savoir si les publications fonctionnent auprès de la communauté.

- Elaborer une ligne éditoriale pour créer des publications plus cohérentes

- Créer davantage de publications plus informelles pour avoir plus d'interactions et de dialogue avec les habitants. Par exemple, partager des photos de la ville prises par des habitants, organiser un concours photos et la photo recevant le plus de votes sera choisie comme photo de couverture, montrer les coulisses du château, mettre en avant les employés du château, etc)

- Créer des publications plus attrayantes visuellement et appropriées pour un réseau social (ne pas mettre trop de texte, ne pas partager les affiches mais des contenus visant à être partagés par les fans ensuite). Partager davantage de vidéos par exemple. C'est un contenu qui intéresse beaucoup plus les internautes et Facebook privilégie de plus en plus les vidéos.

- Toujours mettre une photographie accompagnée de quelques lignes

- Faire des rapports régulièrement pour observer les résultats des publications pour adapter les prochaines publications

## c) Ecoute sociale Radarly - ville de Gaillon

Radarly permet de capter les publications publiques des sites internet, des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram), des forums, des avis et également des médias traditionnels. La recherche se paramètre sur un sujet donné. Pour cette recherche, nous avons paramétré avec le mot « Gaillon » et ensuite nous avons exclu certains termes qui amenaient du « bruit », soit des publications n'ayant aucun rapport avec la ville de Gaillon.

Période : janvier 2017-mars 2018

Problématique : Comment les internautes perçoivent la ville de Gaillon ?

### Données quantitatives

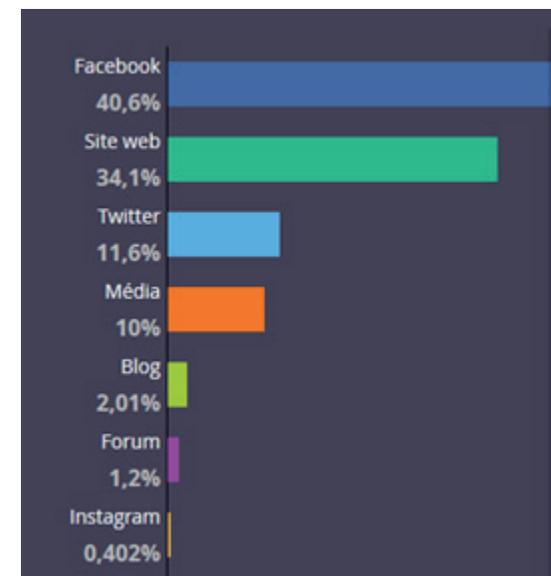
222 publications au total concernant la ville de Gaillon ont été captées sur cette période. Ce nombre est très faible au vu de la durée de la période. Il y a eu seulement 222 publications en 14 mois. Les publications sur Instagram sont également assez rares.

Top 3 des prises de paroles :

- Facebook : 41%

- Site web : 33%

- Twitter : 11%



## Thématiques émergentes

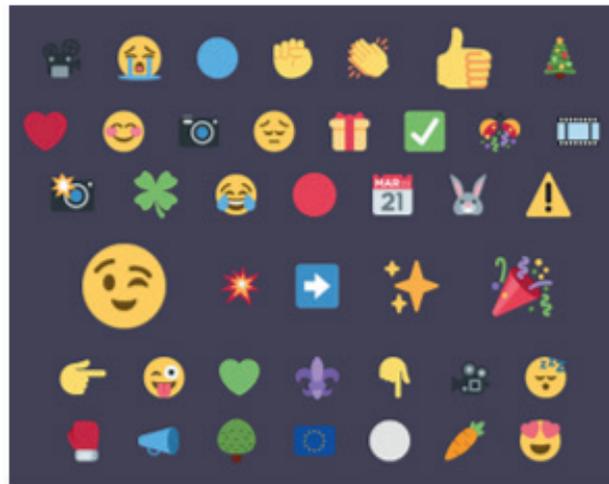
Ce logiciel nous fait ressortir les mots suivants issus des publications :

```
#7emecirconscription adherents adresse andelys #andresy
#appartement association assurance batiment #batucada
bernard le dilavrec #bolbec capital casim casim78 chambres
chateau clients #confiance croissy-sur-seine diagnostics duree
dynamique #elbeuf #enroutepourue eure #eure #europe
#evequemont evreux #exclusivite #fecamp #festival
gaillon #gaillon gjsors maire marche #maromme
#mezy normandie #normandie objectif #pagode paris parking
personnes projet qualite reponses rouen salle salles #samba
#sdis27 selne #septumpiercing #septumpiercings #snf #sortir
#ternormandie #tessancourt #toitdeparis travail #traveladdict
#traveling #travelphotography #triel #trip #vaudreuil #vaux
#veille vente vernon #vexin #viroflay voiture #warriors
#weekend © l' impartial
```

*Nuage de mots-clés liés au terme « Gaillon »*

Un seul pic de publications en mars 2018 durant les 14 derniers mois (114 publications). En analysant les publications, aucune raison particulière n'explique ce pic d'activité. Les publications sont sur des sujets divers.

## Des thématiques confirmées par les emojis



Ces emojis expriment plutôt des **émotions positives** qui reflètent une **bonne image de la ville**. Cependant, il faut prendre ces résultats avec attention car on trouve peu de publications des internautes par rapport aux nombreuses publications de professionnels.

## Focus par plateforme

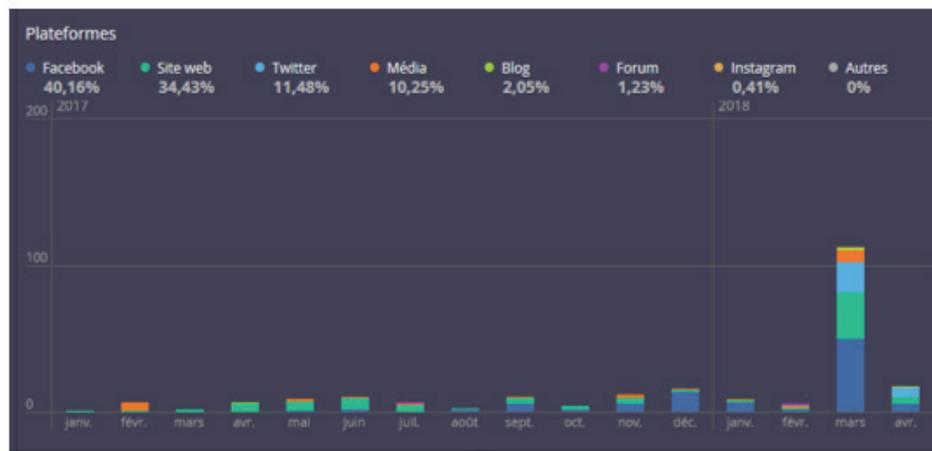


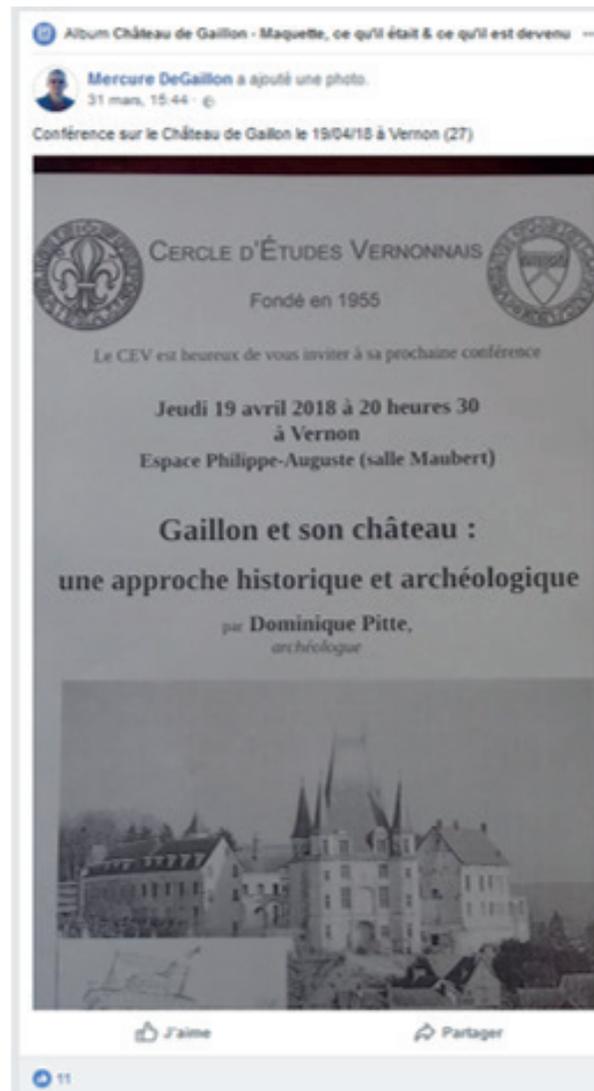
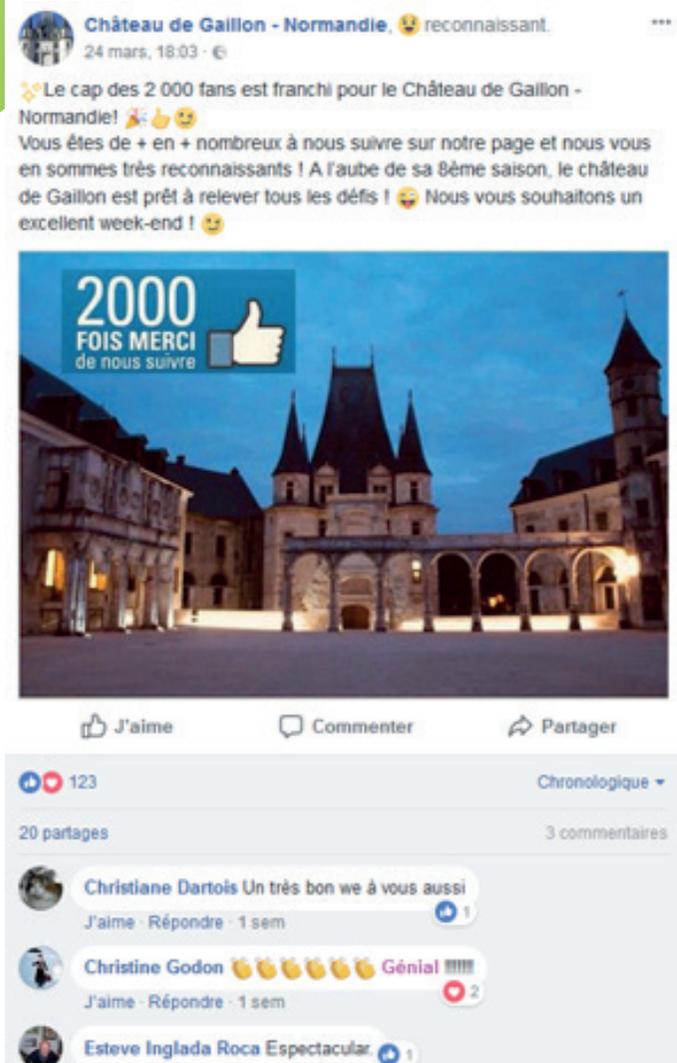
→ Commerçants (Médard coiffeur, cinéma grand Forum, chambre d'hôtes « Au moulin de l'Andelle » à Pitres, etc)

→ Collectivités (CCEMS, ville de Gaillon, Maison de l'Europe de l'Eure – Europe direct Normandie, Office de Tourisme Eure Madrie Seine – Gaillon, Château de Gaillon, etc)

→ Actualités de la ville (résultats de matchs, offres d'emploi,

→ Activités (Vikings roller Hockey, Union sportive multiactivité de Viroflay, USG basketball, conservatoire CCEMS – Gaillon, etc)





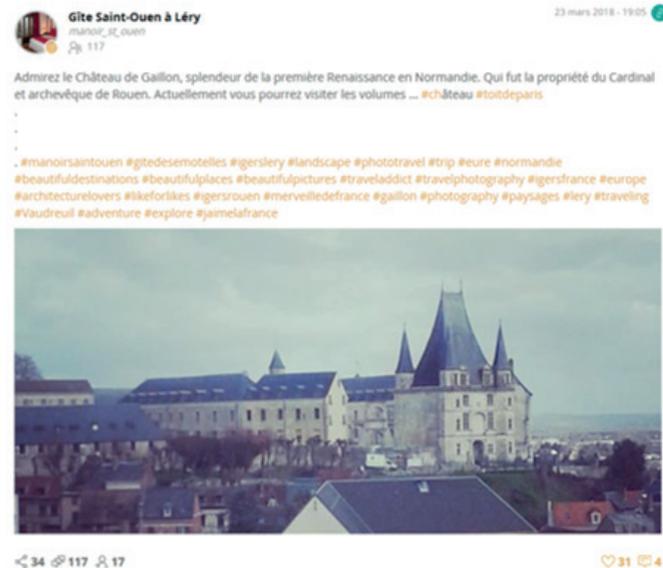
→ Offres d'emplois (emploiormandie.com, etc)

→ Actualités (nombreuses publications sur le site internet actu.fr, Vernon27.fr, sportregions.fr, l'impartial-andelys, etc)

Compte Twitter et Facebook intitulé Le Mercure de Gaillon, passionné du château. Ces comptes appartiennent à Thierry Garnier, propriétaire de la librairie « Le Mercure de Gaillon ». Il est également écrivain et a écrit trois ouvrages sur la ville et le château de Gaillon.

## Avis des internautes à propos de Gaillon :

→ Avis positifs :



→ Avis négatif :



(c'est d'ailleurs l'unique commentaire négatif)

## Conclusion

- Un nombre très limité de publications les 14 derniers mois : une e-réputation limitée qui a besoin d'être renforcée
- Très peu de publications sur Instagram. Il faudrait être plus présent sur ce réseau social. Cela pourrait s'améliorer car le château a ouvert récemment son compte et la communauté devrait s'agrandir autant que sur la page Facebook.
- Sur les 222 publications au total, on trouve très peu de publications issues d'internautes sur les réseaux sociaux à propos de la ville. Les habitants doivent s'exprimer davantage sur leur ville. Le programme ambassadeur pourrait être une opportunité pour les habitants de prendre la parole. Cependant, Radarly, ne captant que les publications publiques cela réduit probablement le nombre de publications réelles.
- Comme nous l'avons vu dans le questionnaire, certaines personnes se plaignent des restaurants à Gaillon et les avis des internautes sont partagés concernant la ville. On trouve autant de commentaires positifs que de commentaires négatifs.

## VI- Budget

Analyse financière du projet							
Dépenses					Sources de financement		
Désignation	Unité	Prix unitaire	Nombre	Prix total	Source	Acteur	Montant
Entrée de ville							
Haie champêtre	ml	4,00 €	682	2 728,00 €	Investissement Public	CCEMS- Ville de Gaillon	2 728,00 €
Arbustes de haies	u	15,00 €	150	2 250,00 €			2 250,00 €
Arbre de haie	u	35,00 €	30	1 050,00 €			1 050,00 €
Arbres	u	50,00 €	50	2 500,00 €			2 500,00 €
Pistes cyclables et espaces verts							
Piste cyclable nouvelle en stabilisé renforcé	m²	50,00 €	2880	144 000,00 €	Investissement Public/Subventions ADEME	ADEME - CCEMS - Ville de Gaillon	144 000,00 €
Isolation d'une partie de la voirie pour créer une piste cyclable	m²	20,00 €	6408	128 160,00 €			128 160,00 €
Végétalisation des pieds d'arbres	u	0,60 €	400	240,00 €			240,00 €
Création des espaces verts	u	25 000,00 €	1	25 000,00 €			25 000,00 €
Création d'une aire de jeux	u	12 000,00 €	1	12 000,00 €			12 000,00 €
Eco-pâturage	u	1 600,00 €	1	1 600,00 €			1 600,00 €
Maison du projet							
Aménagement de la maison du projet	u	90 000,00 €	1	90 000,00 €	Investissement public/Crowdfunding/ADEME	Privé - Public	90 000,00 €
	u	1 000,00 €	1	1 000,00 €			1 000,00 €
Château							
Jardins du château	u	25 000,00 €	1	25 000,00 €	Ville de Gaillon/Ville d'Aubevoye/SAFER	Public	25 000,00 €
Histopad	u	300 000,00 €	1	300 000,00 €	Etat/CCEMS/Investissement remboursé par l'augmentation de la fréquentation	Public	300 000,00 €
Foodtrucks et Restaurant	u	300 000,00 €	1	300 000,00 €	Financement privé par appel à projets	Privé	300 000,00 €

## Conclusion

Suite à l'analyse du territoire, nous voyons qu'aujourd'hui le château de Gaillon ne suffit pas à lui seul à atteindre l'objectif touristique attendu. En effet, ce dernier a atteint 10% des 600 000 visiteurs de Giverny, alors qu'actuellement Gaillon n'atteint que péniblement les 10 000 visiteurs. Pour répondre à cette demande, Gaillon doit donc proposer d'autres expériences aux visiteurs pour leur donner des raisons supplémentaires de passer du temps dans la ville.

Dans un premier temps, impliquer les habitants dans le développement de l'attractivité de la CCEMS nous a semblé important car ce sont eux qui sont avant tout concernés. Si nous leur offrons une meilleure qualité de vie et les moyens de s'impliquer dans les projets de leur ville, ils seront les premiers satisfaits et pourront spontanément vanter les mérites de leur lieu de vie. Maison du projet et programme ambassadeur sont des démarches qui pourront au mieux impliquer les habitants dans un processus participatif.

Les touristes sont la deuxième cible du projet. Nous pensons que nous devons développer une image de marque du territoire qui pourrait fédérer autour d'un projet commun : « Gaillon Château & Jardins ». Cette image doit donner la vision d'un site qui ne compte pas pour seul atout son château. Les jardins étaient des espaces importants et intégrés au château historiquement, mais ils ont été délaissés au fil du temps. Jardins hauts et Jardins bas doivent retrouver une place de premier plan pour fournir un écrin au patrimoine bâti de Gaillon, et mettre en scène l'arrivée au château. Ce seront également des espaces productifs et impliquant les habitants. En effet, nous proposons d'y cultiver des fruits et légumes et de favoriser les projets solidaires et de réinsertion professionnelle.

Enfin, pour mettre en valeur le patrimoine bâti du centre-bourg, nous proposons d'aller vers une piétonnisation du centre. Cela pourrait avoir des effets bénéfiques sur le commerce et l'expérience du visiteur et des habitants qui pourront mieux profiter des rues. Dans le château, l'accueil se fait dans un lieu plus dégagé et on propose des produits issus des jardins potagers dans un espace dédié. Les visites en réalité augmentée permettent de s'immerger dans le riche passé disparu de Gaillon.

# Annexes

# Sommaire des annexes

Annexe 1: Analyse du questionnaire distribué aux habitants >p.80

Annexe 2: Statistiques concernant les touristes, Office de tourisme Eure Madrie Seine >p.91

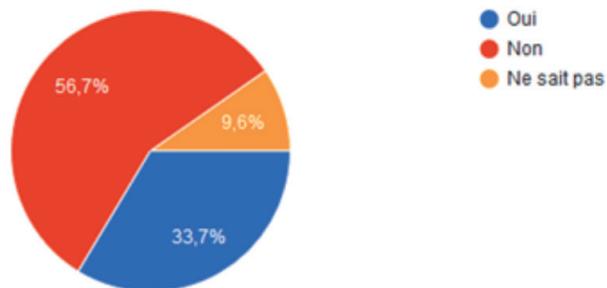
## Annexe n°1

### Analyse du questionnaire distribué aux habitants

Nous avons souhaité obtenir l'avis des habitants de la CCEMS et de Gaillon en particulier pour avoir leurs avis et pour connaître leurs attentes concernant cette ville. Ces avis nous ont été précieux pour établir un plan d'action au plus proche de leurs préoccupations.

Pour obtenir un maximum de réponses, nous avons diffusé ce questionnaire par différents moyens. La ville de Gaillon et la CCEMS ont accepté de diffuser notre questionnaire sur leurs pages Facebook. Il a également été diffusé sur le site internet de la CCEMS. Nous avons également partagé ce questionnaire sur les groupes Facebook « Tu sais que tu viens de Gaillon quand... » et « Gaillon & alentours ». Il a également été partagé par mail à des habitants de la CCEMS. Cela nous a permis d'obtenir un nombre satisfaisant de réponses, soit un total de 104 réponses.

#### 1. D'après vous, Gaillon est-elle une ville où il fait bon vivre ?



→ Gaillon n'est pas une ville où il fait bon vivre pour la majorité des habitants de la CCEMS (57%). Cela nous confirme une nouvelle fois qu'il est essentiel d'améliorer l'image de la ville et les conditions de vie des habitants.

#### 2. Pourquoi ?

Points positifs :

- Calme
- Sure
- Fleurie
- Tranquille
- Dynamique
- Vivante
- Marché
- Sécurité
- Belle ville normande
- Cadre de vie agréable

- Proximité de la nature
- A taille humaine
- Centre-ville agréable
- Beau paysage
- Bonne ambiance (habitants sympathiques & plutôt ouverts)
- Proximité de la banlieue parisienne
- Équipements de très bonne qualité (crèches, écoles, collèges, lycée, piscine, golf, école de musique, etc.)
- Bien desservi en train & autoroute
- Situation idéale entre Paris & Rouen
- Commerces à proximité & nombre suffisant de supermarchés
- Accès à de nombreux services de santé (médecins & maison médicale)
- Beaucoup de choix d'activités & d'associations
- Beau patrimoine (château)
- Adaptée à la vie avec des enfants

Points négatifs :

- Manque d'attractivité
- Manque de dynamisme (pas assez d'animations & d'activités)
- Insécurité (agressions & délinquance)
- Ambiance (désagréable, malsaine & violente)
- Centre-ville en déclin (dégradé & triste)

- Manque d'espaces verts (notamment pour les loisirs)
- Rien n'est adapté pour les personnes handicapées (les trottoirs comme les commerces)
- Peu d'opportunités d'emplois
- Manque d'entretien (chaussées en mauvais état, voiries, trottoirs, espaces verts)
- Problème de saleté (poubelles constamment dehors)
- Nécessité de se déplacer à Vernon, Louviers, Rouen, voire Mantes pour trouver tout ce qu'on veut
- Commerces pas assez diversifiés (trop de banques, kebab, pizzerias, agences immobilières, coiffeurs, boulangeries, hypermarchés). Manque de « commerces de bouche » (poissonnerie, etc.).
- Pas de restaurants, bars, commerces agréables comparés à Vernon
- Désertification des commerces : beaucoup de commerces fermés (à partir de l'église vers Rouen) et ceux du haut du centre-ville (après l'église jusqu'à la rue des cavaliers). Nombreuses vitrines vides, sales et délabrées.
- Paupérisation
- Incivilités (dégradations, tags, déchets, voitures stationnées sur les passages piétons, délinquance) & pas de sanctions de la police municipale

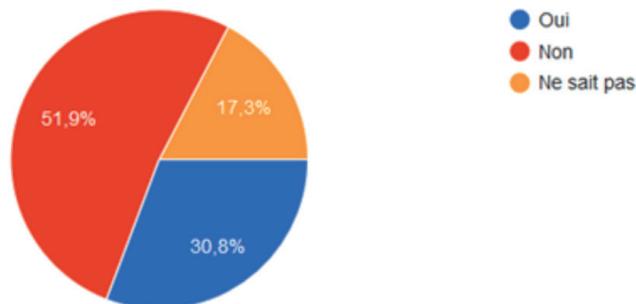
- Manque d'activités culturelles (pas de salle de spectacle & de salle de manifestations)
- Stationnement difficile
- Proche de tout et loin à la fois
- Pas assez de quoi rester en ville
- Population problématique (mal fréquentée)
- Manque d'écoute des habitants

#### Insights :

« Le centre-ville s'éteint, il y a moins de lien entre les gens qu'auparavant. Pas de vie de quartier, l'offre culturelle est pauvre. C'est dommage, le potentiel est fort. »

« Population morose, centre-ville vivant commercialement mais pas humainement et servant de lieu de passage. »

### 3. La ville propose-t-elle assez d'activités pour ses habitants ?



→ **Pour 52% des habitants de la CCEMS, la ville ne propose pas assez d'activités.**

Propositions des habitants :

- Fête du 14 juillet
- Soirées à petit prix au château (pour Halloween par exemple)
- Activités sportives : Qi gong, yoga et arts martiaux, escrime, tir à l'arc, club d'aviron, gym, fitness après 18h, danse pour les enfants, club sportif associatif
- Salle (des fêtes, de spectacle, polyvalente, pour jeux de société) avec parking
- Activités pour le troisième âge : « plus dynamiques qu'un club de tricot »
- Offres culturelles plus fréquentes et diversifiées en soirée notamment (spectacles, dîners spectacles, lotos).
- Manifestations : maintien de la Fête du Jeu, Nuit de la Lecture, festival Télérama, activités sur la Seine ou sur un plan d'eau (cf. la Sablière), courses des garçons de café, courses de côte en costume d'époque, etc.
- Diminuer le coût de participation des activités pour qu'elles soient accessibles au plus grand nombre
- Aménager un espace naturel pour les quads et moto/mobylette. Sinon, cela dégrade la forêt derrière le château.

- Développer davantage le pôle ludothèque et le rendre plus moderne en y incluant également les adultes.

- Café littéraire

- Problème de communication sur les activités proposées (affichage, flyers, etc.)

- Créer une dynamique associative pour la ville, plus de rencontres, de solidarité, impliquer les habitants dans la valorisation de leur quartier (les incroyables comestibles, échanges, ateliers, débats, etc.)

- Parking et facilité d'accès aux activités pour les personnes en situation de handicap

- Expositions des activités des associations

- Marché du dimanche avec du terroir local

- Les habitants pourraient proposer leurs propres activités

#### 4. Que pensez-vous des commerces à Gaillon ?

- Manque de places de parking et difficulté pour circuler aux heures de pointe

- Commerces peu diversifiés (trop de restaurants, bars, banques, assurances, coiffeurs, restauration rapide : kebabs/pizzerias, agences immobilières, boulangeries, bars, tabac, pompes funèbres)

- Nombre très insuffisant de commerces d'ha-

billement (vêtements, chaussures pour adultes et enfants), de commerces de bouche artisanaux (boucherie, poissonnerie, fruits et légumes, etc.)

- Manque de librairie, de salon de thé, de mercerie, de magasin de meuble, d'électroménager, de commerces de loisirs (cadeaux, jouets, parfumerie).

- Manque de jolies boutiques modernes

- Peu de boutiques de création et de produits de proximité

- Manque de commerces de qualité & pour une clientèle plus aisée financièrement (charcuterie spécialisée dans le saucisson et le vin haut de gamme, épiceries et primeurs). Il y a seulement une bijouterie et une boutique de rénovation de meuble.

- Trop de grandes surfaces et pas assez de petits commerces (vaisselle, etc.)

- Certains commerces sont peu visibles : « la poissonnerie est proposée par un restaurant dans une petite rue et la maison de la presse est désormais excentrée. »

#### **Commerces vieillissants au centre-ville : « ils ont complètement périclité en 20 ans »**

- Manque de modernité des façades

- Manque de dynamisme

- Suffisants pour le quotidien sans plus

- Nombreux locaux abandonnés

- Fragiles : « certains commerces ne tiennent pas dans la durée, comme une charcuterie spécialisée dans le saucisson et le vin haut de gamme qui n'a duré que 6 mois »

- Pas du tout attirants

- « Certains ne sont qu'une couverture pour blanchiment d'argent de la drogue »

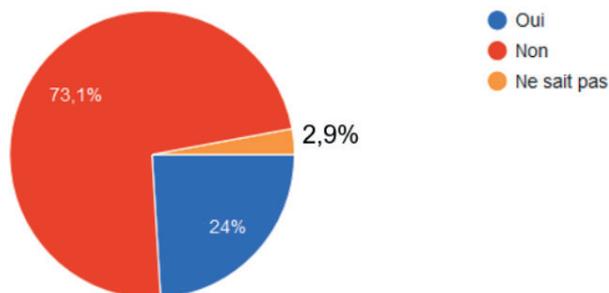
- Horaires non adaptés : « fermetures systématiques à l'heure du déjeuner »

- Certains habitants sont obligés de faire leurs courses dans d'autres villes, à Vernon notamment.

- Un habitant aimerait que le centre-ville de Gaillon soit aussi vivant et varié que celui de Pacy-sur-Eure.

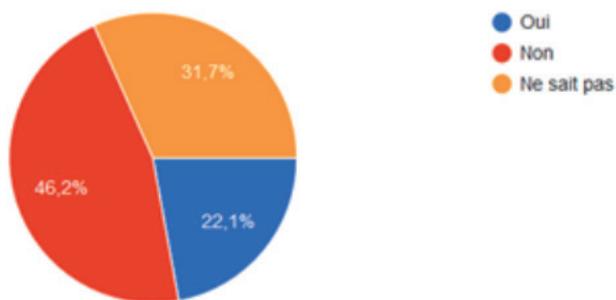
→ Globalement, les habitants observent un déséquilibre en termes de commerces. Pour eux, les établissements de restauration rapide et les commerces de services sont trop présents (banques, assurances...). Il n'y a cependant pas assez de commerces de bouche, de fromagerie ou de boucher par exemple. Cependant, pour plusieurs habitants, les commerces indispensables au quotidien sont présents et sont de qualité. Certains en particulier comme la pharmacie, l'opticien, le Carrefour Express, la charcuterie, la boucherie et le fleuriste).

## 5. Sont-ils en nombre suffisant ?



→ Comme nous avons pu l'observer dans la question précédente, la majorité des répondants observe un manque de commerces dans la ville. En effet, pour 73% d'entre eux, les commerces sont insuffisants à Gaillon.

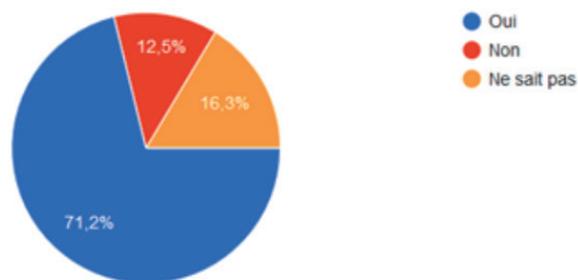
## 6. D'après vous, les jeunes ont-ils la possibilité d'accéder à des activités ou à des espaces qui leur sont réservés ?



La quasi majorité des habitants (46%) pense

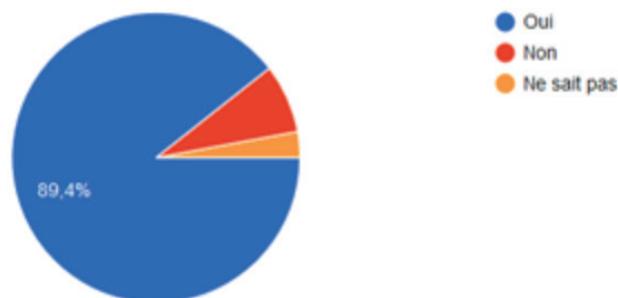
que les jeunes n'ont pas la possibilité d'accéder à des activités ou à des espaces qui leur sont réservés.

## 7. Pensez-vous qu'il serait utile de leur proposer un espace dédié ?



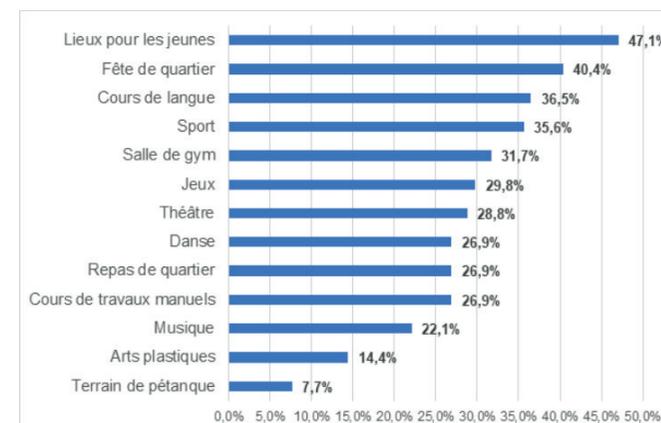
→ Une écrasante majorité des répondants (71%) pense qu'il serait utile de proposer un espace dédié aux jeunes à Gaillon.

## 8. Pour vous, le château a-t-il un rôle important à jouer dans le dynamisme de la ville ?

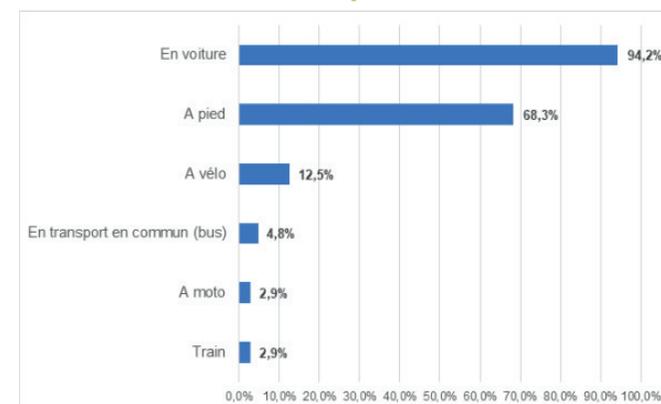


→ Pour la quasi-totalité des répondants (89%), le château a un rôle important à jouer dans le dynamisme de la ville. Cela conforte ainsi notre idée de le mettre davantage en valeur au sein de Gaillon et dans la région.

## 9. Quels sont les loisirs ou infrastructures que vous souhaiteriez voir se développer ?

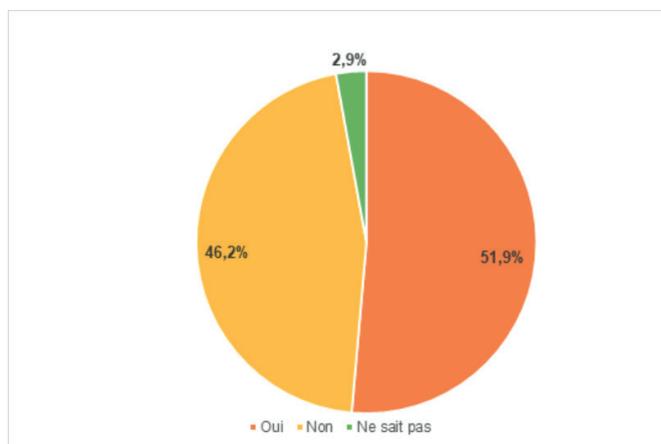


## 10. Comment vous déplacez-vous ?



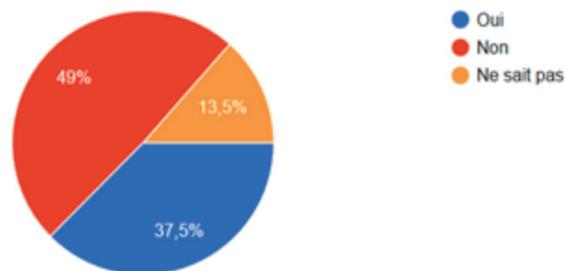
→ Sans surprise, la quasi-totalité des habitants se déplace en voiture (94%) et une grande partie des habitants se déplace également à pied (68%).

### 11. D'après vous, les espaces de parking à Gaillon sont-ils suffisants ?



→ Les avis sont très partagés concernant les espaces de parking à Gaillon. La majorité des habitants pense qu'il y a suffisamment de places de parking à Gaillon (52%). Cependant, une partie importante des habitants pense qu'il n'y en a pas assez (46%) ce qui est à prendre en compte également.

### 12. Vous sentez-vous en sécurité à Gaillon ?



→ Presque la moitié des habitants interrogés (49%) disent ne pas se sentir en sécurité à Gaillon.

### 13. Pourquoi ?

- Manque de répression des actes de délinquance & des trafics
- Altercations, insultes, agressions, vols, etc.
- Incivilités (crachats, vulgarité, stationnement bloquant la circulation, etc)
- « Une certaine population » sans emploi traîne dans les rues à certaines heures.
- Pour de nombreux habitants, la police et la gendarmerie ne se déplacent pas ou les rondes ne sont pas assez régulières. Ils ne sont pas assez proches des habitants et ne répondent pas aux demandes.
- Certains habitants distinguent certaines zones

où ils se sentent moins en sécurité, comme la ZAC et à l'angle de la rue du Général de Gaulle et de la rue Yves Montand.

- Manque d'éclairage ou trop faible dans certaines zones

Quelques habitants semblent plus inquiets que d'autres concernant l'insécurité, comme certaines femmes et une personne transgenre : « Gaillon ne permet pas l'anonymat que procure les plus grandes villes. En tant que transgenre, j'ai toujours peur de ce qui pourrait m'arriver ».

### 14. Quelles sont vos attentes pour l'évolution de Gaillon ?

#### Activités

##### Sports :

- Des sports plus variés (club de rugby, boxe thaïe, etc.)
- Espace de sport extérieur (comme à Aubevoye)
- Salle de sport avec machines pour s'entraîner avec des poids
- Lieu sécurisé pour courir le soir (éclairage le soir dans le parc du crapa)
- Espace de sport gratuit (marche nordique, etc.)

- Plus de rassemblements (randonnées, course à pied, etc.)
- Relancer les clubs de sports collectifs : « voir les habitants soutenir leurs équipes comme on le voit avec le SMV à Vernon »
- Accès au stage pour tous, pas seulement pour les clubs, pouvoir courir sur piste

#### Culture :

- Plus de spectacles
- Animations en ville & des quartiers (comme à la fin des années 90) : repas de quartier, bals... Permet de dynamiser le lien social.
- Fête de la musique ouverte à tous : « non réservée à des musiciens payés pour leurs prestations »
- Favoriser la culture
- Une vraie politique culturelle

#### Divers :

- Activités pour les jeunes, les personnes âgées & les personnes sans emplois
- Un comité des fêtes
- Augmenter les activités proposées aux enfants le week-end
- Salle polyvalente au niveau des Jardins de Bas
- Feu d'artifice le 14 juillet
- Parcours botanique, sportif et littéraire, artis-

tique dans la forêt ou dans la ville

- Plus d'activités accessibles au plus grand nombre : plus de jeux et de loisirs gratuits pour les enfants (centre aéré, éducateur de quartier...).
- Plus de communication concernant les manifestations & les activités (sport, culture...)
- Plus d'activités à l'intérieur sur une durée plus longue
- Développer des activités de réinsertion et de rencontres où peuvent dialoguer les populations différentes, à travers des soirées par exemple où chacun présente son pays d'origine et ses difficultés.
- Un parc de jeux
- Plus de budget pour les associations
- Plus de services pour les actifs

#### Commerces :

- Plus de dynamisme
- Plus de diversité des commerces (enseignes connues de vêtements ou de chaussures comme Eram ou Etam). Boutique de vêtements pour tout âge.
- Remplacement de quelques kebabs ou pizzerias par des restaurants classiques & accessibles
- Réimplantation des commerces fermés dans la rue principale

- Nouveau type de commerce tourné vers le tourisme : salon de thé, boutique de souvenirs de qualité, boutique de produits régionaux, café près du château
- Coopérative (comme la Louve à Paris)
- Aides pour les commerçants
- Embellir les devantures
- Animations dans les commerces (sonorisation pour les fêtes de fin d'année, tapis rouge, décorations, etc.)
- Facilités pour aider les commerces à s'établir en termes financiers et logistiques
- Contrôle des commerces qui ouvrent & arrêt des baux pour les coiffeurs
- Imposer une obligation de commerce pour certains bâtiments, voire leur cession par la collectivité pour proposer des loyers attractifs
- Occuper et utiliser les locaux vides (remplacer les commerces fermés par des logements...)
- Un marché le week-end : « marché couvert dans le parc de la mairie »
- Relancer le projet de L'Arbre aux Légumes
- Favoriser davantage les producteurs bio avec une épicerie avec un rayon bio
- Pharmacie de service certains week-end
- Ajouter des bars & des terrasses dans le parc du centre
- Magasin de jouets
- Boutique pour faire des petits cadeaux

- Implantation d'un centre Leclerc, Darty, un bowling ou karting, Decathlon
- Commerces plus ciblés pour des classes sociales plus aisées
- Un.e habitant.e dit passer du temps pour effectuer de nombreux achats à Vernon ou Louviers (si on ne veut pas aller dans les grandes surfaces trop nombreuses)

#### Tourisme :

- Développer le tourisme
- Changement radical de cap
- Quartier Moyen Age (plusieurs rues s'y prêtent comme la rue du four à baon)
- Développer un partenariat avec la SNCF (cf. Giverny)
- Rendre Gaillon visible sur le réseau Normandie culture (parle de Giverny et de Jumièges mais pas de Gaillon)

#### Château :

- Tirer profit du château en le mettant plus en valeur (éclairage insuffisant, problème d'accessibilité et de signalisation sur les routes environnantes).
- Accentuer la communication & la promotion
- Activités régulières. Développer des projets autour du château : expositions, concerts, manifestations artistiques variées tout au long de

la saison.

- Dynamiser l'agriculture biologique ou la permaculture sur les jardins.
- Qu'il puisse être une « locomotive » touristique
- Commerces autour du château & la valorisation de son environnement
- Associer les commerçants
- Tourisme en lien avec le château et l'aspect écologique et local
- Circuit touristique pour mettre en valeur le château. Il serait à Gaillon mais également au niveau départemental voire régional. Ce circuit valoriserait le quartier historique de Gaillon (rue du four à baon, ruelle de la reine Margot, église qui reçoit le macaron « fondation patrimoine » pour le vitrail Décorchemont, et la plus ancienne maison de Gaillon datant du XVI siècle).
- Le château est aussi dans l'ombre du château Gaillard et des jardins de Monet à Giverny, la cathédrale de Rouen.
- Améliorer les abords de l'entrée du château (grillages, sensation de chantier permanent, bancs). Planter des arbres sur la route vers Les Andelys qui mène à la gare et indiquer « Gare SNCF » au rond-point du supermarché Symply.

#### Propreté :

- Amélioration de la propreté des rues (détritus, poubelles stagnent sur les trottoirs, monstres interdits aux dates non réglementaires à l'immeuble lavandière, etc.)
- Installer plus de poubelles
- Nettoyer quotidiennement le parc de jeu de la mairie

#### Entretien :

- Plus d'entretien (remise en état des éclairages publics)
- Sanctions pour les propriétaires indécents d'animaux
- Rénovation des façades des immeubles & des commerces
- Réfection des voies de circulation
- Enfouissement des lignes électriques & téléphoniques
- Restauration des maisons anciennes vétustes
- Embaucher des cantonniers

#### Centre-ville :

- Le redynamiser & le rendre plus attractif (cf. Cormeilles & Pacy)
- Réhabiliter le quartier Saint-Jean
- Manque de vie & d'animations
- Amélioration visuelle du haut du centre-ville
- Le transformer en un lieu animé et agréable

### Sécurité :

- Sentiment d'insécurité
- Installation de systèmes de vidéosurveillance dans les rues ou des caméras de dissuasion. Il y en avait apparemment sur la place de l'église auparavant.
- Davantage de présence des policiers et gendarmes (plus de rondes, notamment le soir qui est propice aux échanges de drogues)
- Plus de répression envers les personnes qui ne respectent pas les règles de vie en communauté.
- Sécuriser convenablement les écoles de la ville

### Municipalité :

- Plus dynamique
- Davantage de participation des élus dans les différents secteurs
- Disponibilité : police municipale, mairie, office de tourisme
- Indépendance vis-à-vis de la CCEMS ou d'Aubevoye pour gérer directement certains services (centres aérés, crèches, office de tourisme, entretien...)
- Changement de politique communale (moins centrée sur l'aide sociale & plus d'activités attractives en rapport avec le patrimoine de la ville)

- Politique de la ville tournée vers les classes moyennes supérieures
- Maire plus impliqué & proche des habitants
- Equipe municipale énergique & disponible
- Nouvelle équipe municipale
- Politique intercommunale soutenue par le cd27 (probablement conseil départemental de l'Eure)
- Nouvelle population équilibrée en classe sociale avec plus de personnes aisées
- Concertation avec la population et plus de participation des habitants avant de prendre des décisions qui les concernent directement. Pour qu'ils expriment leurs véritables besoins et en tenir compte. Qu'ils puissent véritablement contrôler les choix budgétaires.

### Espaces verts :

- Réhabilitation des parcs publics
- Réaménagement du jardin devant la mairie (pelouse mieux définie, chemins, bancs et surtout l'éclairage)
- Espace vert au champ de foire complètement sous-exploité (mettre une barrière pour sécuriser l'espace notamment quand il y a des enfants, mettre des poubelles, des bancs, etc.)
- Plus de « verdure » (planter des fleurs ainsi que des haies et des arbres sur la rocade)
- Problème d'entretien (mauvaise herbe)

- Soigner les entrées de ville
- Garder un esprit « village de campagne »

### Transport :

- Plus de transport en communs (meilleure accessibilité gare/centre-ville)
- Plus de liaisons avec les communes de CCEMS & Louviers, Evreux, Vernon et les Andelys.
- Bus qui desserviraient les lieux reculés de Gaillon jusqu'aux établissements scolaires
- Améliorer le déplacement à vélo et à pied pour accéder au centre-ville et aux écoles sans risque (pistes cyclables et piétonnes, prêt de vélos dont des vélos électriques)

### Logements :

- Arrêter de développer les logements sociaux pour faire revenir des familles avec plus de moyens
- Construire des logements de standing moyen

### Accessibilité & stationnement :

- Accès pour les touristes & les cars
- Trottoirs plus larges (difficiles pour les poussettes et les fauteuils roulants)
- Revoir le plan de circulation
- Plus parking gratuits à proximité
- Parking pour les camping-cars

### Développement durable :

- Plus d'énergies renouvelables (arbres à éoliennes d'EDF ou développer davantage la centrale à déchets verts)

### Jeunesse

- Favoriser & encadrer la jeunesse (équipe jeunesse en mairie, activités et sorties pour les jeunes)
- Mettre plus en avant la jeunesse qui représente l'avenir de la commune

### Accès aux soins :

- Plus de facilité
- Plus de médecins & de spécialistes (ophtalmologiste, gynécologue, pédiatre)
- Développer la maison de santé

### Emploi :

- Encourager les entreprises à s'installer pour créer de l'emploi

### **« Créer du lien »**

- Développer une ville plus en lien avec la réalité de la vie de ses habitants
- Conserver une taille humaine
- Plus de lien, ouverture, entraide, sourire, bienveillance, convivialité, respect
- Créer du lien, impliquer les habitants & les familles pour rendre la ville jeune et dynamique

- Plus d'intégration & de solidarité entre les habitants et notamment envers les migrants
- Mixité sociale & culturelle
- Retrouver un esprit « village »

### **Dynamisme**

Les habitants souhaitent que Gaillon devienne une ville plus dynamique. Ce mot est apparu à de nombreuses reprises dans les réponses.

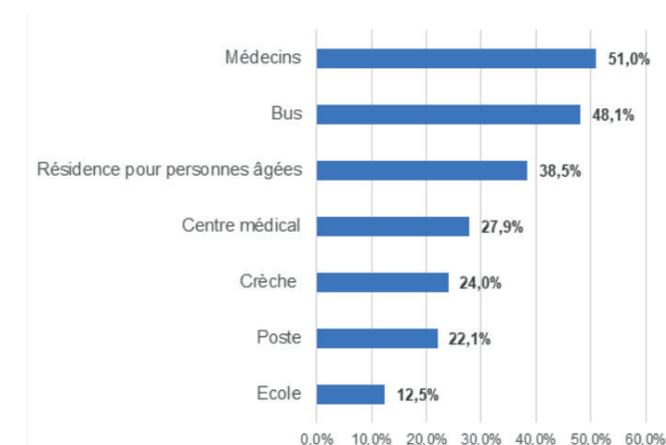
### Citations d'habitants :

« Essayer de faire rayonner cette ville comme dans les années 80, il y a tellement de bonnes structures (cinéma, piscine avec salle de gym, golf, médiathèque, école de musique connue, école d'art neuve et dynamique) plus un monument historique pour une petite ville de moins de 8000 habitants !!!! Mais tout cela reste trop en périphérie, ce sont les communes externes qui en profitent, et le contraste est saisissant entre ces structures et la morosité du centre-ville malheureusement le centre-ville est essentiel dans une ville pour les touristes et la fierté de la population. »

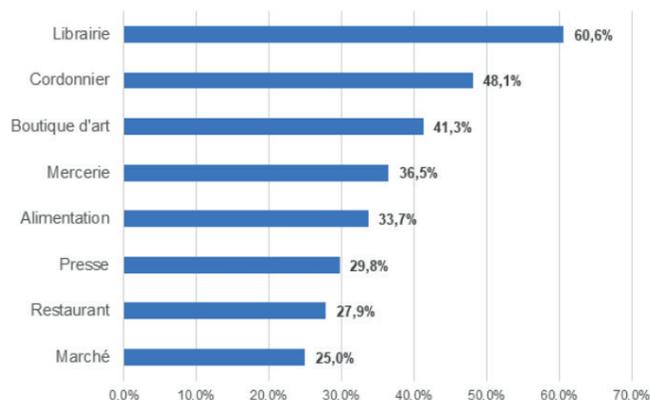
« Déjà je retournerai 20 ans en arrière pour retrouver dans Gaillon des commerces sympas, un peu de tout comme magasins, aussi bien pour se nourrir que pour s'habiller ou se divertir

et surtout pour retrouver une sécurité et une convivialité qui n'existe plus aujourd'hui. Après je mettrais en place des commerces d'artisanat d'art pour favoriser le lien avec le château et essaierait d'en faire une ville plus accueillante pour les touristes (on m'a souvent demandé s'il y avait d'autres restaurants que des fast food dans Gaillon ou s'il y avait des salons de thé ou des boutiques de souvenirs). Je mettrai également en place des structures de loisirs pour les jeunes et les moins jeunes pour que nous puissions partager tous ensemble :-) ! »

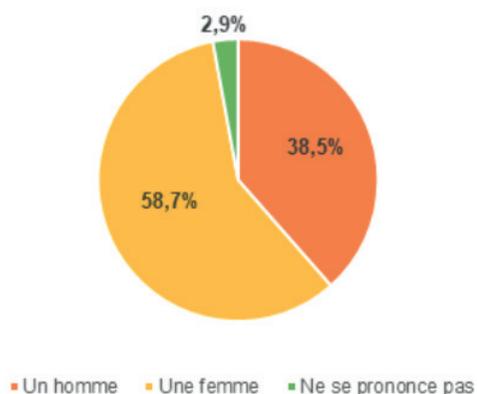
### **15. D'après vous, lesquels de ces services ont besoin d'être développés ?**



### 16. De nouveaux commerces sont-ils nécessaires ?

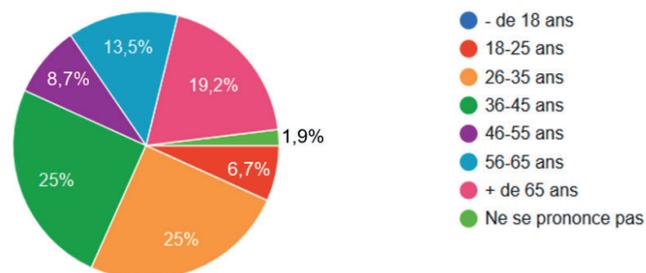


### 17. Vous êtes :



→ Une majorité de femmes a répondu à ce questionnaire (59%) contre 38% d'hommes. Cela peut donc influencer certaines réponses. Les attentes peuvent être différentes.

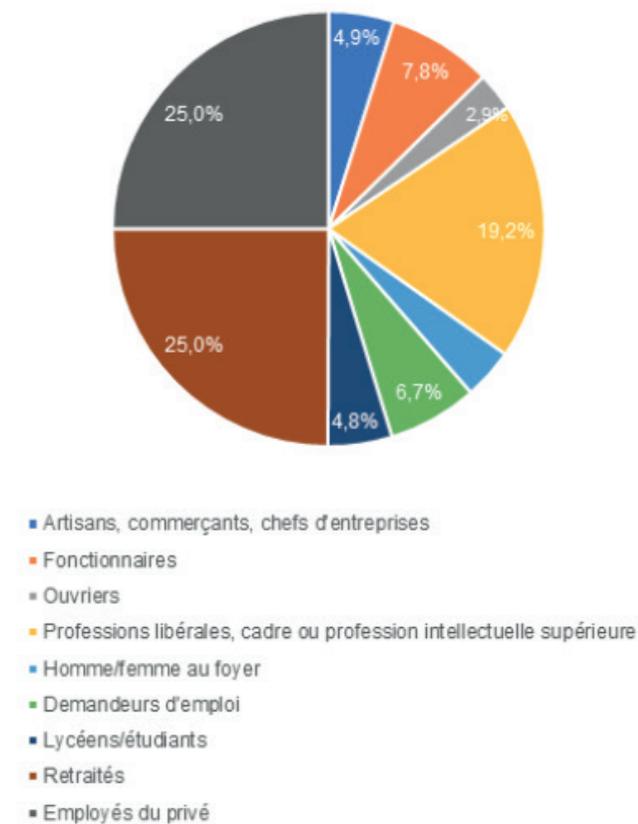
### 18. A quelle catégorie d'âge appartenez-vous ?



Puisqu'un travail à une échelle réduite comme c'est le cas ici ne peut pas prétendre aux critères de représentativité d'une population, on s'intéressera plutôt à la diversité en termes d'âge des participants au questionnaire.

→ La majorité des répondants sont des personnes âgées de 26 à 35 ans et de 36 à 45 ans (respectivement 25%), de plus de 65 ans (19%) et de 56 à 65 ans (14%). Malheureusement, nous avons obtenu très peu de réponses de la part des jeunes entre 18 et 25 ans (7%). Cela peut probablement s'expliquer par le fait qu'ils ne vivent plus à Gaillon ou au sein de la CCMS pour effectuer leurs études supérieures à Paris ou dans d'autres villes de taille plus importante.

### 19. Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?



→ Les employés du privé et les retraités (respectivement 25%) ont davantage répondu à ce questionnaire. Les professions libérales, les cadres ou les professions intellectuelles supérieures se distinguent également des autres professions (19%).

## 20. Dans quelle commune êtes-vous domicilié(e) ?

→ La majorité des répondants vit à Gaillon (55%) et les autres répondants viennent des autres communes de la CCEMS (45,2%).

## 21. Depuis combien d'années vivez-vous au sein du bassin de vie de Gaillon ?

1-10 ans	10-20 ans	20-30 ans	30-40 ans	40-50 ans	50-60 ans	60-70 ans
18	20	11	24	16	5	5

→ La majorité des répondants a vécu entre 30 et 40 ans au sein du bassin de vie de Gaillon. Les habitants ayant vécu entre 10 et 20 ans et entre 1 et 10 ans sont également nombreux.

## Annexe n°2

Statistiques concernant les touristes,  
Office de tourisme Eure Madrie Seine

## Office de Tourisme Eure Madrie Seine-Gaillon #saison2017

### ACCUEIL

#### Modes de contact



Guichet 77%



Téléphone 18%



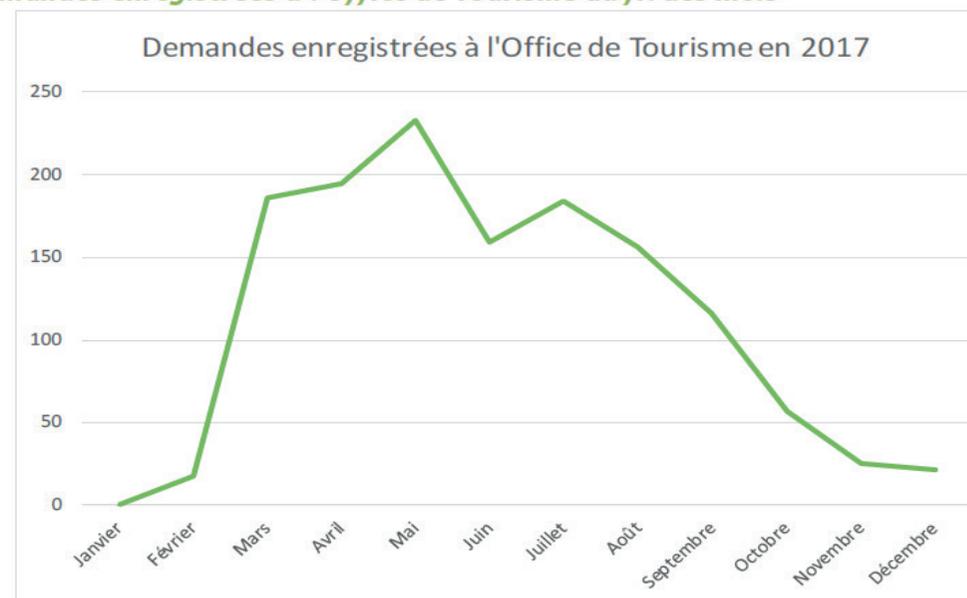
Mail 3%



Courrier 2%

1328 demandes traitées

### Demandes enregistrées à l'Office de Tourisme au fil des mois



Forte fréquentation en mai, baisse en juin (fermeture exceptionnelle).

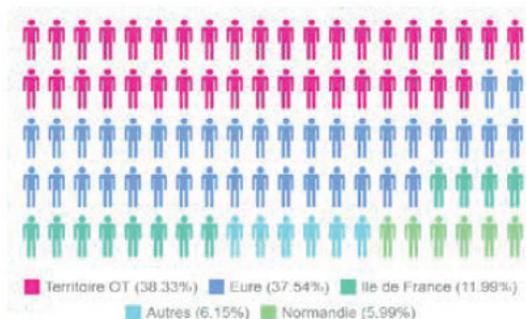
OT EMS #saison2017 - 1

### Clientèles



96% de clientèles françaises

4% de clientèles étrangères



76% des contacts sont des Eurois

### Top 5 des demandes



Les demandes en hébergement et en restaurations ne représentent que 3% chacune

### PROMOTION

#### Ligne de brochures



8000 guides touristiques



4000 guides des animations



1500 flyers des journées du patrimoine

#### Page Facebook



280 fans sur la page Facebook

Animations : jeux concours/ calendrier de l'Avent

#### Vidéo de promotion touristique



sortie début décembre

OT EMS #saison2017 - 2



# Retour d'expérience de la pluridisciplinarité

## Comment s'est déroulé le travail en équipe sur l'ensemble du projet ?

Notre projet a été marqué par une bonne entente générale, les personnalités de chacun ont su trouver leur place au sein du groupe et chacun a pu en tirer profit à sa manière. Nous avons partagé des moments conviviaux qui ont enrichi cette expérience professionnelle de belles rencontres.

Le principal problème rencontré a très probablement été la difficulté à organiser des réunions de groupe car la variété de nos études nous impose des emplois du temps très différents notamment à cause des périodes de stage, des périodes de vacances, de voyages et des périodes de cours. Ainsi, nous avons réalisé sur toute la période une dizaine de réunions formelles organisées et normées par un ordre du jour et un compte-rendu de réunion. Ainsi, ces réunions ont été parfois difficiles à organiser pour trouver non seulement une date mais aussi un lieu. Nous avons donc parfois favorisé des échanges téléphoniques de groupe qui malgré les soucis techniques ont été globalement constructifs.

Mais les problèmes d'organisation les plus importants n'étaient ni d'ordre technique ni d'ordre temporel. Un projet de sept mois induit des périodes de creux et des périodes de surmenage. Ce constat a été une formidable leçon pour nous tous.

Au début du projet, nous avons parfois man-

qué d'organisation d'un point de vue pratique. La multiplication des supports de communication du groupe ont entraîné une perte d'information, une perte de temps et une démotivation des membres du groupe. En effet, nous travaillions grâce à plusieurs outils : une page et une conversation Facebook, un Google Drive, par mail mais aussi grâce à une plateforme web de gestion de projet.

Ainsi, les premières semaines ont été plus désordonnées et donc plus compliquées à gérer. Mais nous avons su tirer des enseignements de cette première partie de projet et avons réussi à mieux nous organiser pour la suite. Nous avons donné à chaque plateforme de communication un objectif de communication interne ce qui a permis une plus grande compréhension de tous les membres du groupe.

## De quelle manière se sont investies chaque discipline ?

A l'issue du projet, toutes les disciplines s'accordent à dire qu'elles ont trouvé leur place dans le projet, même si cela a été quelque peu difficile au début. En effet, l'objectif de créer un groupe pluridisciplinaire est de réunir les spécialités de chacun pour obtenir un projet final professionnel, complet et pointu.

Il est parfois difficile de comprendre ce que chacun des membres du groupe peut faire et ne peut pas faire, la délimitation des spécialités de chacun est parfois difficile car nous ne connais-

sons pas les territoires de compétences de chacun. Ainsi, il nous est parfois arrivé de nous rendre compte qu'aucun des membres de notre groupe n'avait les compétences pour une action en particulier, ou de devoir sortir de sa zone de confort, il a fallu s'adapter.

Nous avons également parfois rencontré des problèmes de leadership et de légitimité. Nous n'avons pas défini de « chef de groupe » pour pouvoir laisser à chacun la liberté de s'exprimer et de faire valoir son opinion, cela a peut-être été une erreur car en définitive certaines décisions ont été très longues à prendre. De plus, certaines personnalités se sont révélées plus fortes que d'autres et ont parfois engendré de l'incompréhension.

En définitive, chaque spécialité a trouvé sa place au sein du groupe et a pu mettre en œuvre ses compétences au service de la communauté.

## Quelles ont été les forces et les faiblesses ?

### Forces :

Notre groupe a montré une motivation assez régulière probablement motivée par la bonne ambiance durant toute la durée du projet. De plus, la pluridisciplinarité du groupe a permis des rencontres surprenantes et des conversations passionnantes. D'un point de vue strictement professionnel, la qualité et le nombre suffisant des disciplines du groupe ont permis de fournir une cohérence et un travail de qualité.

### Faiblesses :

Les faiblesses de notre groupe ont probablement été dans un premier lieu la légère désorganisation du début du projet, la difficulté à se voir régulièrement. Nous avons préféré privilégier le travail tous ensemble plutôt que le travail par spécialité, cela nous a peut-être parfois fait perdre du temps mais nous a permis d'avoir une vision globale du projet et d'obtenir un tout homogène.

## Quelles conclusions à retenir de cette expérience ?

Pour conclure, nous avons constaté que la multiplicité des disciplines est une réelle opportunité pour les étudiants car nous sommes peu habitués à ce genre de travaux. De plus, la conduite d'un projet de gestion de territoire en conditions réelles est un exercice différenciant pour beaucoup d'entre nous.

Enfin, nous avons appris à écouter et à comprendre les problématiques de chaque discipline pour se poser les bonnes questions et avancer de manière efficace, régulière et logique tout au long du projet.

Chacun d'entre nous a conscience des difficultés rencontrées notamment en termes d'organisation du travail, des potentiels bugs techniques, et de l'importance du respect des spécialités de chacun et saura l'appliquer à d'autres projets d'études ou professionnels.

