



 nièvre
aménagement

 ROCHER ROUGE
paysagistes


Donative
RÉVÉLATEUR DE SOLUTIONS COLLECTIVES

**Étude d'aménagement durable
pour la revitalisation du centre-bourg de Luzy
dans le cadre du projet « Luzy, village du futur »**

PLAN GUIDE

Recueil des orientations et actions à mener



TABLE DES MATIÈRES

AXE 0 - L'âme du village

- 0.1 - Mise en place d'une charte graphique
- 0.2 - Promouvoir les savoir-faire locaux
- 0.3 - Renforcer l'identité culturelle
- 0.4 - Animer la co-construction citoyenne
- 0.5 - Structurer et piloter la communication de la ville de Luzy

• Le centre historique

- 1.4 - La rue de la République
- 1.5 - La place du 8 mai 1945
- 1.6 - La place du 11 novembre 1918
- 1.7 - Le marché couvert
- 1.8 - La rue du commerce
- 1.9 - La place du Maquis Louis
- 1.10 - La place de la Mairie
- 1.11 - Les rues secondaires

AXE 1 - Les aménagements du futur

• Orientations générales et déplacements

- 1.1 - 3 axes d'aménagement
- 1.2 - Pacifier la cohabitation entre piétons et voitures
- 1.3 - Les sens de circulation

• Les bords de l'Alène

- 1.12 - Le Champ de Foire
- 1.13 - Le cours Gambetta et le square Lafayette

• Les pôles d'attraction

- 1.14 - Le square Gueneau et la rue des Canes
- 1.15 - Le pôle culturel
- 1.16 - Le pôle communication
- 1.17 - Le pôle éducation

AXE 2 - Stratégie habitat et bâti

• Approche sociale et citoyenne

- 2.1 - Cibler les publics et leurs besoins
- 2.2 - Inciter et aider à l'installation
- 2.3 - Créer la maison de l'Habitat
- 2.4 - Opérations collectives d'embellissement

• Rénover les formes urbaines et agir sur le foncier

- 2.5 – Organiser une veille foncière et immobilière
- 2.6 - Travailler les thématiques d'action et les opérations phares
- 2.7 - Diversifier les typologies d'habitat et créer des parcours résidentiels
- 2.8 - Promouvoir le bâti ancien du centre-bourg
- 2.9 - Réinvestir les étages des commerces
- 2.10 - Une opération en cours : l'immeuble 9 rue de la République
- 2.11 - Accueillir le siège administratif du centre social en centre-bourg - Projet maison roché
- 2.12 - Requalifier les îlots collectifs
- 2.13 - Accéder au numérique
- 2.14 - Encourager la rénovation énergétique des logements
- 2.15 - Soutenir, accompagner et rendre possible l'habitat partagé

AXE 3 - Stratégie commerciale

• Améliorer l'image et développer de nouvelles activités

- 3.1 - Mettre en œuvre une charte relative aux façades commerciales
- 3.2 - Favoriser les actions de mise en valeur des façades commerciales
- 3.3 - Concevoir une signalétique spécifique aux commerçants du centre-bourg
- 3.4 - Création d'un site internet et d'un annuaire des commerçants
- 3.5 - Camion de vente ambulante "Just'Luzy"
- 3.6 - Redynamiser le marché hebdomadaire

• Agir sur l'immobilier commercial

- 3.7 - Boutique "prêt à l'emploi" et "vitrines éphémères"
- 3.8 - Mobiliser les propriétaires de locaux commerciaux vacants
- 3.9 - Faire de Luzy une ville connectée

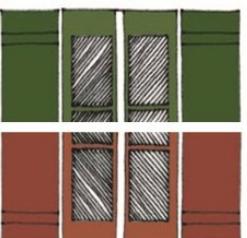
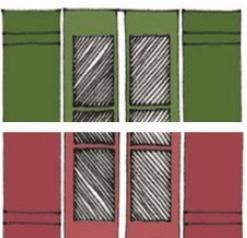
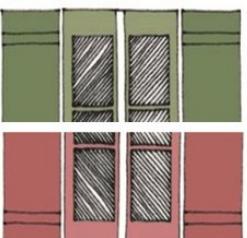
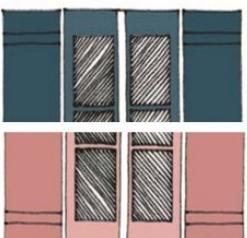
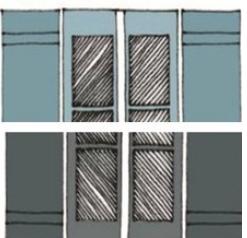
• Renforcer l'identité luzycoise au travers l'axe de développement économique

- 3.10 - Soutenir les filières révélatrices de l'identité luzycoise
- 3.11 - Favoriser l'économie circulaire et solidaire

AXE 0 – Renforcer l'âme du village



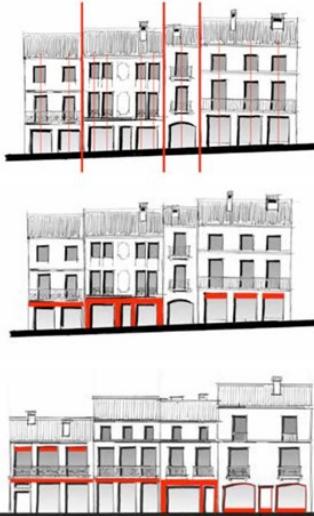
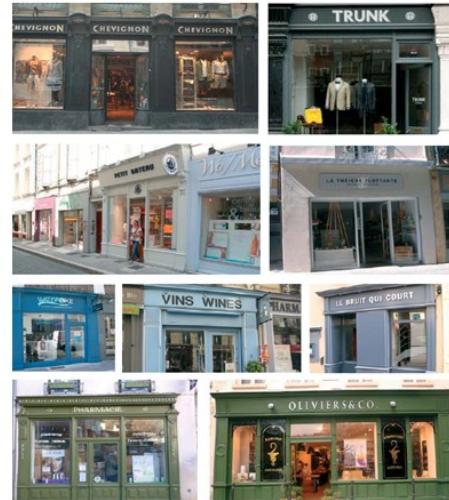
0.1	Mise en place d'une charte graphique	<u>Budget</u> €€€	<u>Priorité</u> ***
	<u>Enjeux</u> Préserver les qualités du village		
	<p>Les espaces publics du centre-bourg de Luzy sont aujourd'hui caractérisés par un mobilier souvent hétéroclite, et par une multiplicité des matériaux. Mais des éléments marquants l'identité de Luzy sont à préserver et à renforcer : la pierre, la couleur lie de vin des mobiliers urbains, les éléments de patrimoine et le rapport à l'Alène.</p> <p>La pierre et le patrimoine</p> 	<u>Partenaires</u> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan	
	<p>Le rapport à l'Alène</p> 	<u>Outils</u>	
	<p>Les façades commerciales et les places du village</p> 	<u>Etudes complémentaires</u>	
	<p>Le mobilier lie de vin</p> 	<u>Publics visés</u> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage	

0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget €€€	Priorité ***
	Enjeux Harmoniser les couleurs et les matériaux de façade du bâti		
	<p>Les couleurs de demain, en harmonie avec la charte du Parc Naturel Régional.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Gris bleu • Réf. RDS : 2405015</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Gris Vézelay • Réf. RDS : 0957010</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Gris clair • Réf. RDS : 1807005</p> </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p>Restauration de l'Hôtel-restaurant du Morvan</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;"> Couleurs d'enduits recommandées pour le Morvan granitique : </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 5px;"> <div style="text-align: center;">  <p>Gris bleu</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Gris Vézelay</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Gris clair</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Vert tenu</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>Vert moyen</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Vert voile</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Bleu tenu</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Bleu voile</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>Rouge brun</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Rouge basque</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Rose foncé</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Rose</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Gris foncé</p> </div> </div> <p>Des coloris et des nuances</p> </div> <div data-bbox="1605 293 2077 1379"> <p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan <p>Outils</p> <p>Etudes complémentaires</p> <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage </div>		

0.1	Mise en place d'une charte graphique	<u>Budget</u>	<u>Priorité</u>
		€€€	***
	Enjeux Harmoniser les couleurs et les matériaux de façade du bâti		
	Quelques exemples de rénovations réussies :		
	  	Partenaires - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan	
	  	Outils 	
			Etudes complémentaires
			Publics visés - Habitants - Touristes et visiteurs de passage

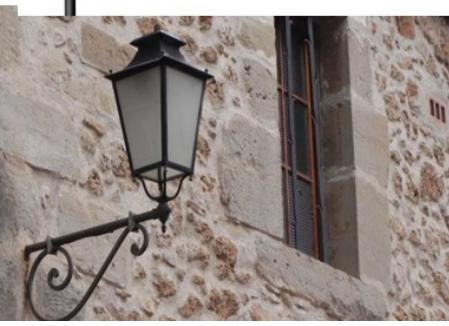
Réhabilitation de 3 bâtiments pour création de 6 logements par Nièvre Habitat à Moulins-Engilbert (58)
Atelier d'architecture [Arkedif](#)

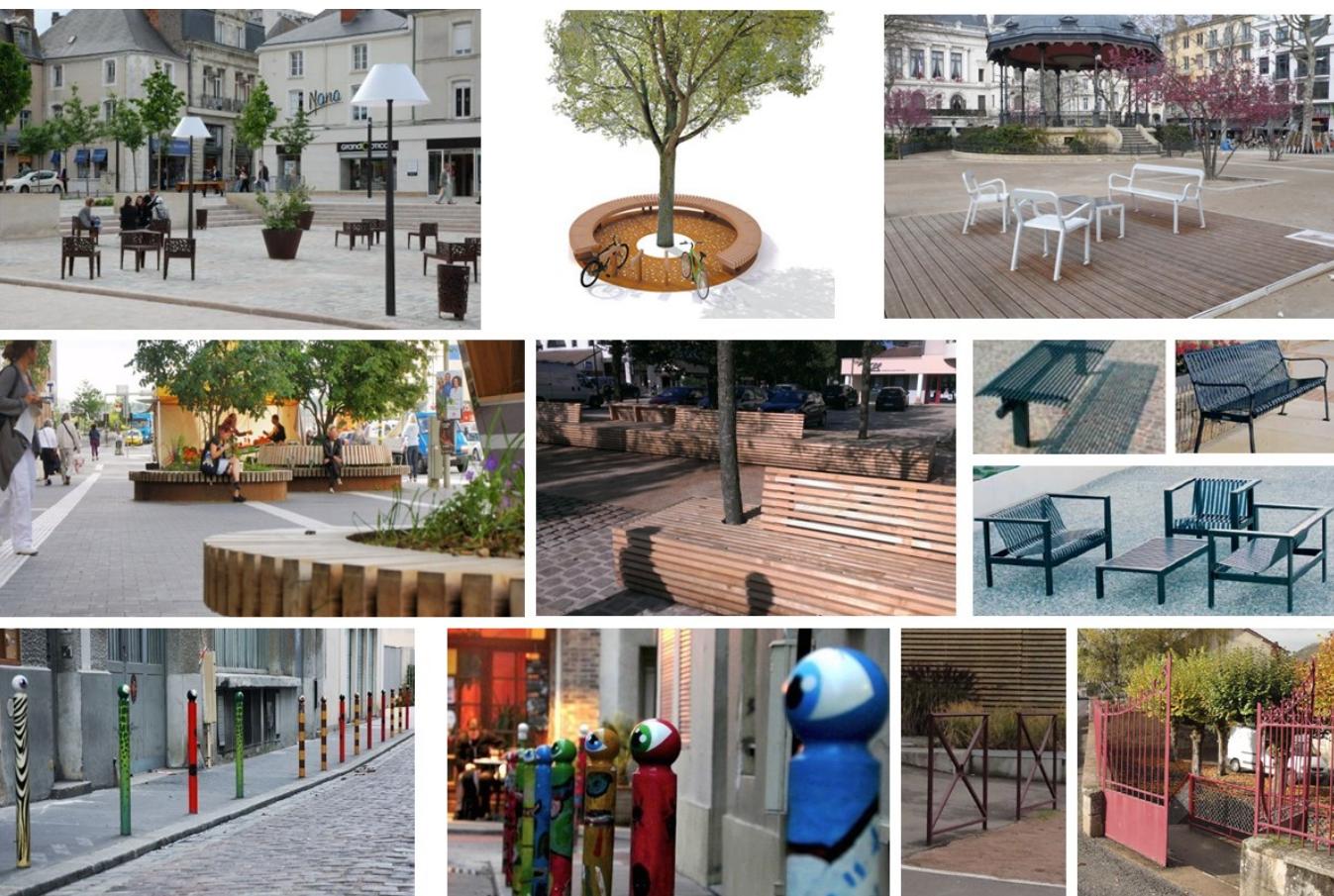
Réhabilitation et rénovation de maisons individuelles à Flavigny-sur-Ozerain (21), dans le Morvan (58)
Atelier d'architecture [Correia](#)

0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité
		€€€	***
	<p>Enjeux Harmoniser les devantures et les enseignes des commerces en centre-bourg</p> <p>Une architecture commerciale sobre, bien intégrée et respectueuse de l'architecture du centre bourg.</p> <p>Des enseignes</p> 		<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan
	 		<p>Outils</p>
	<p>Respecter le rythme et le parcellaire des façades, même si le commerce s'étend sur plusieurs façades successives.</p> <p>Respecter le rythme des façades et le dénivelé de la rue dans la hauteur et la position du bandeau. Diversifier les couleurs des devantures.</p> <p>Limiter les enseignes à une par magasin. Trop d'enseignes brouille la lecture.</p>		<p>Etudes complémentaires</p>
			<p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage - Clients & commerçants

0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité
		€€€	***
	<p>Enjeux Mettre en place une signalétique urbaine et touristique</p> <p>Parcours touristique numérique et matérialisé par un fléchage, symbole de la Tour des Barons, panneautage explicatif.</p> 		<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan <p>Outils</p> <p>Etudes complémentaires</p> <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage

0.1	Mise en place d'une charte graphique	<u>Budget</u>	<u>Priorité</u>	
		€€€	***	
	Enjeux Renforcer l'identité du centre historique à travers des matériaux de qualité			
	Des tons clairs qui contrastent avec l'enrobé noir, au caractère routier, du reste de la commune.	Partenaires - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan		
	Pierre calcaire, béton désactivé clair, sable stabilisé, enrobés clairs, bois.	Outils		
	        	Etudes complémentaires		
		Publics visés - Habitants - Touristes et visiteurs de passage		

0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité		
		€€€	***		
	<p><u>Enjeux</u></p> <p>Renforcer l'identité du centre historique à travers une gamme de matériel d'éclairage valorisante et à consommation d'énergie faible</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une ambiance lumineuse nocturne mettant en valeur le patrimoine communal. • Un éclairage base consommation type LED, avec variateur d'intensité lumineuse en fonction de la fréquentation des plages horaires et des lieux.         	<p><u>Partenaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan <p><u>Outils</u></p> <p><u>Etudes complémentaires</u></p> <p><u>Publics visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage 			

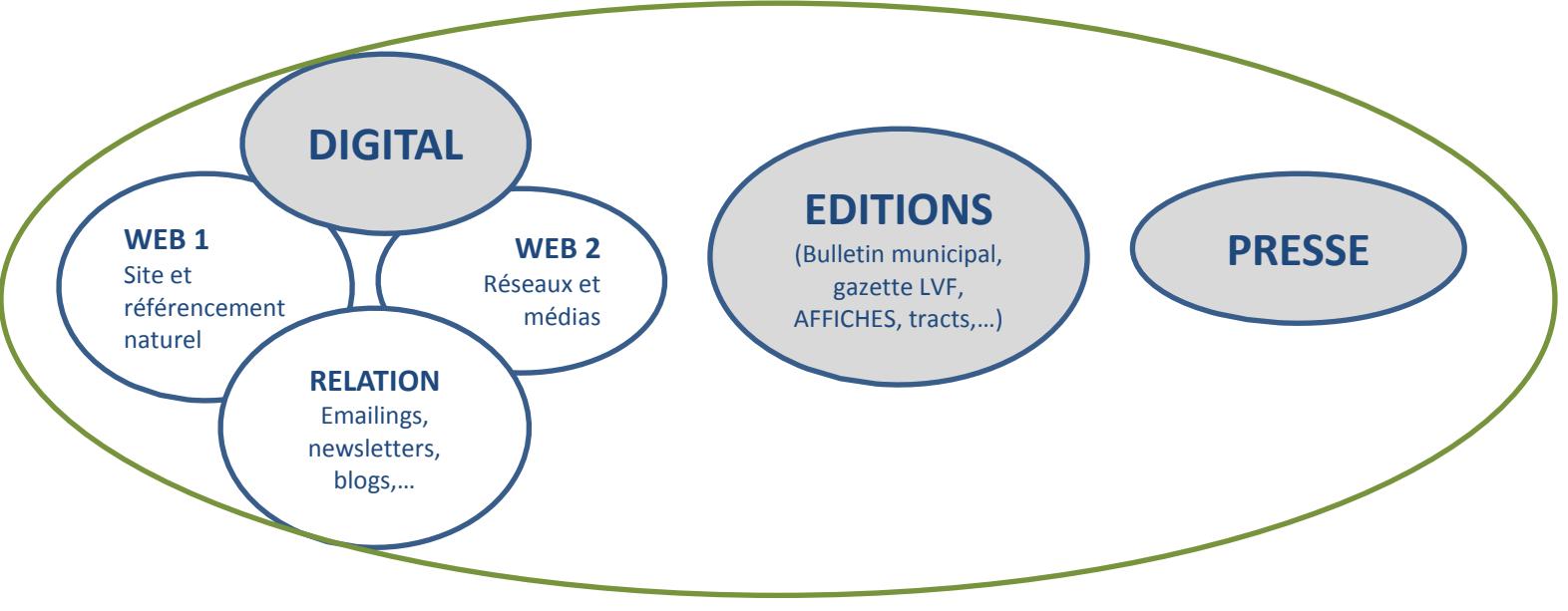
0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité
		€€€	***
	<p>Enjeux Renforcer l'identité du centre historique à travers un mobilier urbain convivial</p> <p>Salon urbain en métal ou bois favorisant l'échange et la convivialité, mobilier classique à peindre avec la couleur communale (lie de vin) ou à personnaliser devant les équipements culturels et éducatifs par une intervention artistique.</p> 		<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan <p>Outils</p> <p>Etudes complémentaires</p> <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage

0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité
		€€€	***
	<p>Enjeux</p> <p>Réintroduire la nature en ville et favoriser l'appropriation végétale de l'espace urbain</p>		
	<ul style="list-style-type: none"> Favoriser les différentes typologies du végétal urbain : plantes en pots, pieds de mur fleuris, pieds d'arbres végétalisés, plantes grimpantes en façades et accompagnement des espèces spontanées ... Amélioration de l'intérêt écologique des berges de l'Alène. Définition d'une palette végétale adaptée pour les futures plantations. 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Mairie, LVF Communauté de Communes PNR du Morvan 	
		<p>Outils</p>	
		<p>Etudes complémentaires</p>	
		<p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> Habitants Touristes et visiteurs de passage 	

0.2	Promouvoir les savoir-faire locaux	<u>Budget</u>	<u>Priorité</u>	
		€€€	***	
Enjeux Valoriser et affirmer les savoir-faire locaux comme éléments d'identité				
L'artisanat d'art     				
La filière bois  	Les produits agricoles : l'élevage charolais, le fromage de chèvre  			
Partenaires - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan				
Outils 				
Etudes complémentaires 				
Publics visés - Habitants - Touristes et visiteurs de passage				

0.3	Renforcer l'identité culturelle	Budget	Priorité
	Enjeux Affirmer l'attractivité culturelle luzycoise.	€€€	***
	<p>68 associations : culturelles, sportives, agricoles, éducatives et sociales</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <p>L'accueil des nouveaux arrivants</p>	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan 	
	<p>Des manifestations et des festivals toute l'année.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div>	<p>Outils</p>	
		<p>Etudes complémentaires</p>	
		<p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage 	

0.4	<h2>Animer la co-construction citoyenne</h2> <p><u>Enjeux</u> Maintenir l'émulation collective impulsée par le lancement du projet. Faire évoluer le village avec et pour ses usagers.</p>	Budget €€€	Priorité ***
<p>Comment faire pour maintenir le citoyen au contact du projet et des chantiers qui vont transformer progressivement son cadre de vie ?</p> <p>La dynamique de « co-élaboration » autour du projet LVF a créé de l'enthousiasme et va au-delà du périmètre lié aux aménagements urbains et paysagers. Elle touche la citoyenneté, le lien aux autres,....</p> <p>C'est une nouvelle posture de la collectivité à cultiver, portée par ses élus, véhiculée par ses agents, et qui se décline dans les services, les modes de fonctionnement et les invitations faites aux citoyens.</p> <p>Pour parvenir à relever le défi du « CO », nous vous conseillons d'investir les points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etre en veille sur des initiatives innovantes (inspirantes) en matière de co-construction de projets publics et mettre en avant celles qui vous semblent les plus éclairantes et utiles - Programmer des rendez-vous avec la population à des moments et dans des lieux « inversés » (où l'on ne ressent pas le poids de l'institution) - Travailler sur des thèmes et des sujets concrets, de la vie courante, en veillant continuellement à passer du « moi » au « nous » - Fabriquer collectivement des réponses, même si elles ne sont pas parfaites. Tester, évaluer, améliorer. - Former des animateurs d'ateliers participatifs et autoriser la mise en pratique de leur nouveau savoir-faire. <p>Quelques exemples concrets en écho à ce qui a émergé au cours des derniers mois :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Créer les « RDV avec Luzy Village du Futur », où les habitants sont invités lors de soirées conviviales à échanger, rechercher, co-construire autour de problématiques qui les touchent au quotidien et/ou qui renvoient à des projets d'aménagements. <ul style="list-style-type: none"> Ex. Quelles animations nouvelles peut-on imaginer pour profiter pleinement des bords d'Alène ? Ex. Comment faire pour que les parents puissent eux aussi passer un moment agréable pendant que leurs enfants s'amusent dans le nouveau square ? - Participer au Laboratoire des Villages du Futur impulsé par le Pays Nivernais Morvan pour aller puiser des idées et travailler avec les autres communes des sujets d'intérêts commun que vous n'avez pas forcément abordés dans le projet LVF. <ul style="list-style-type: none"> Ex. Comment faciliter la mobilité de proximité en périphérie de Luzy et dans les villages et hameaux proches ? - Organiser 1 chantier participatif expérimental dès 2017 sur un aménagement « simple » et motivant - Organiser 1 évènement annuel LVF (à l'automne) pour faire le bilan des avancées et présenter les chantiers qui verront le jour dans l'année. Recueillir les « Bénéfices et les Craintes » que perçoivent les habitants, les commerçants, et lister ensemble des pistes de solutions. - Concrétiser le concept de « Mairie du Futur » en choisissant et en mettant en œuvre collectivement dès 2017 une idée qui a émergé lors du 1^{er} atelier. 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pays Nivernais Morvan et son Laboratoire des Villages du Futur - Région BFC - Communauté de Communes - ACAL <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formation aux techniques d'animation - Accompagnement sur des temps forts <p>Etudes complémentaires</p>	<p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les habitants de Luzy et des villages voisins - Les acteurs économiques et associatifs - Les agents de la collectivité 	

0.5	<h2>Structurer et piloter la communication de la ville LUZY</h2> <p>Enjeux Agir sur l'image et la notoriété de LUZY et plus globalement du territoire (tant auprès des habitants que de publics exogènes). Séduire de nouveaux habitants et entrepreneurs sur le territoire.</p>	Budget €€€	Priorité ***
<p>Sur la base des réflexions stratégiques en matière de communication fournies en fin d'étude par Donativo, le principe est de revoir à 360° l'ensemble des outils de communication utilisés par la ville.</p>  <p>La communication sur le projet Luzy Village du Futur ne peut pas être déconnectée de la communication globale portée par la ville. Par contre des rubriques et pages web (à l'exemple du Facebook LVF), ainsi que des éditions papier (affichettes et une gazette annuelle) peuvent être des actions spécifiques à destination des publics cités.</p> <p>L'important sera de définir ce que la Mairie sera en mesure de piloter elle-même, ce qui renvoie aux compétences, à l'envie et aux disponibilités de vos agents. Ce qui ne peut être assuré en interne peut être confié à un partenaire ou à une agence externe en ayant toujours la vigilance de rester suffisamment maître du pilotage de votre communication et de ses contenus.</p>	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conseil Départemental (marketing territorial) - Région BFC - Communauté de Communes - Pays Nivernais Morvan - ACAL - ADT et OT intercommunal (Tourisme) <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fonctionnement <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conseil en communication et création graphique - Refonte globale d'un dispositif de communication (web et éditions) 		

Quels que soit vos choix, nous vous recommandons de **mettre en place un « comité de rédaction »** (à l'image de ceux de la presse papier) **pour alimenter en contenus vos supports de communication, planifier et organiser leur diffusion**. A tester en interne dans un 1^{er} temps, ce comité peut être élargi selon les évènements et besoins à vos partenaires (associations, offices de tourisme,...).

Sur le DIGITAL :

Afin de garantir un maximum de visibilité et de cohérence, l'important sera d'intégrer dès le début de la réflexion **l'articulation avec les sites web des partenaires et acteurs du territoire**. Le défi de la visibilité ne se gagnera pas seul, il faudra notamment engager une réflexion avec :

- l'ensemble des acteurs culturels, évènementiels et sportifs qui disposent d'un site web ou en ont le projet
- les acteurs institutionnels qui investissent le numérique et notamment la communauté de commune, son office de tourisme intercommunal et le Pays Nivernais Morvan.

- Refonte du site web de la Ville selon le cahier des charges fournis par Donativo, en format « responsive design » pour être lu sur tout type de supports numérique,
Sur ce support, une page Blog pour suivre l'actualité du Projet LVF peut être imaginée et administrée en interne (génération d'articles)
- Travail sur le référencement naturel (= non payant) intégrant une réflexion sur les liens à créer, d'où l'importance d'une réflexion globale sur le territoire pour gagner en visibilité,
- Poursuite de l'animation de la page Facebook Luzy Village du Futur dans une logique de publication à construire
- Génération de commentaires ou d'articles sur des espaces web qui parlent de « projets ou d'aménagements publics innovants » (veille à faire)
- Peut être envisagée, la création d'une newsletter plus directe sur des sujets prédéfinis et travaillés à l'avance,
- Suivi et évaluation de la performance et de la fréquentation de vos espaces web (à minima avec Google Analytics)

NB :

- Garder la main » sur le site web afin de pouvoir actualiser vos contenus en temps réels et autant que de besoins (sans avoir à remettre de budget).
- Prévoir une mini-formation à l'intégration de contenu et au référencement pour au moins 2 employées de la Mairie qui seront vos responsables communication.

Sur les EDITIONS

La même logique d'articulation territoriale peut être envisagée.

- La création d'une Gazette annuelle dédiée au projet LVF est à envisager pour rendre compte en quelques images, témoignages des avancées, des questionnements, des chantiers à venir
- Le « bulletin municipal » est à revisiter dans une composition innovante, fraîche, énergique qui renvoie bien l'image de Luzy et sa dynamique « village du futur »
- Les campagnes d'affiches (de la Mairie, des associations,...) très souvent utilisées pour différents types de rencontres, manifestations et évènements seront également à traiter. A la fois dans le renforcement de l'unité graphique et dans leur mode de diffusion (lieux, supports, durée d'affichage,...)

Les relations avec la PRESSE

En planifiant les évènements à venir et les besoins en couverture médiatique par la Presse Quotidienne Régionale, vous pourrez toucher plus finement les cibles Habitants et Commerçants. Des partenariats peuvent être imaginés sur des thématiques qui « parlent aux gens » comme celle de l'évolution du réaménagement de leur centre-bourg.

Publics visés

- Les habitants de Luzy et des villages voisins
- Les acteurs économiques et associatifs
- Les agents de la collectivité
- Les partenaires et financeurs de la collectivité

Calendrier prévisionnel

Novembre 2016 :
Lancement AO
« dispositif de communication Territoire de Luzy »

Janvier 2017 :
1^{er} comité de rédaction

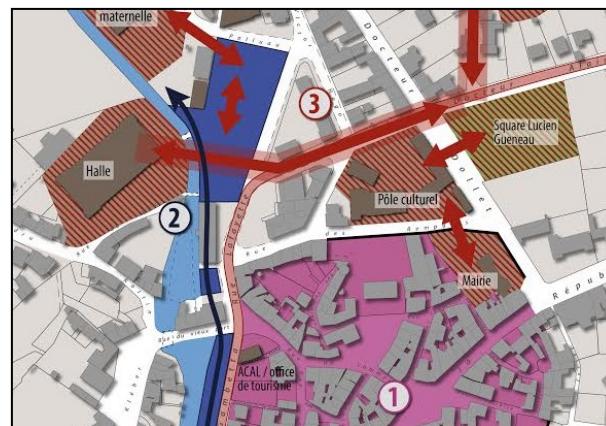
Pour la saison des festivals (printemps 2017) : mise en ligne du nouveau site web
www.luzy.fr

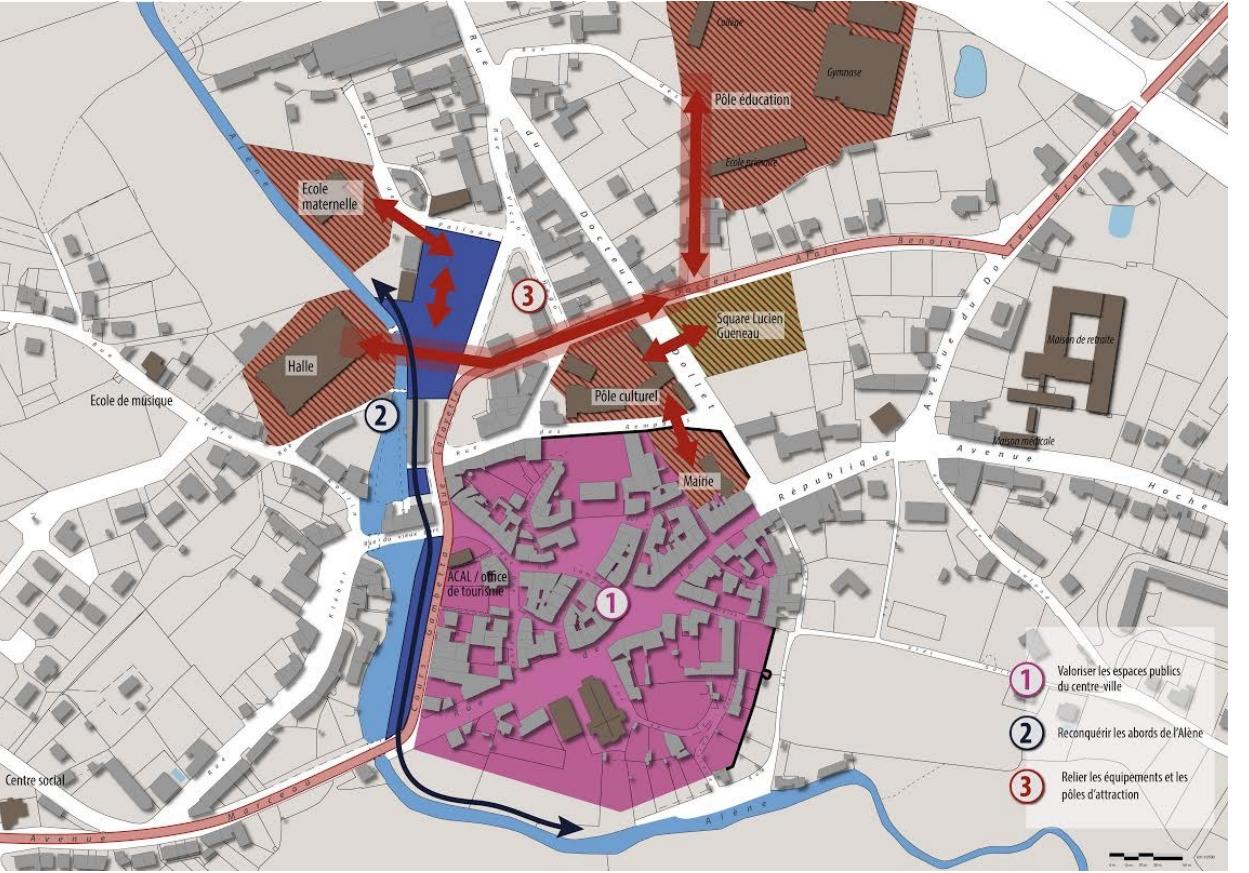
AXE 1 – Les aménagements du futur

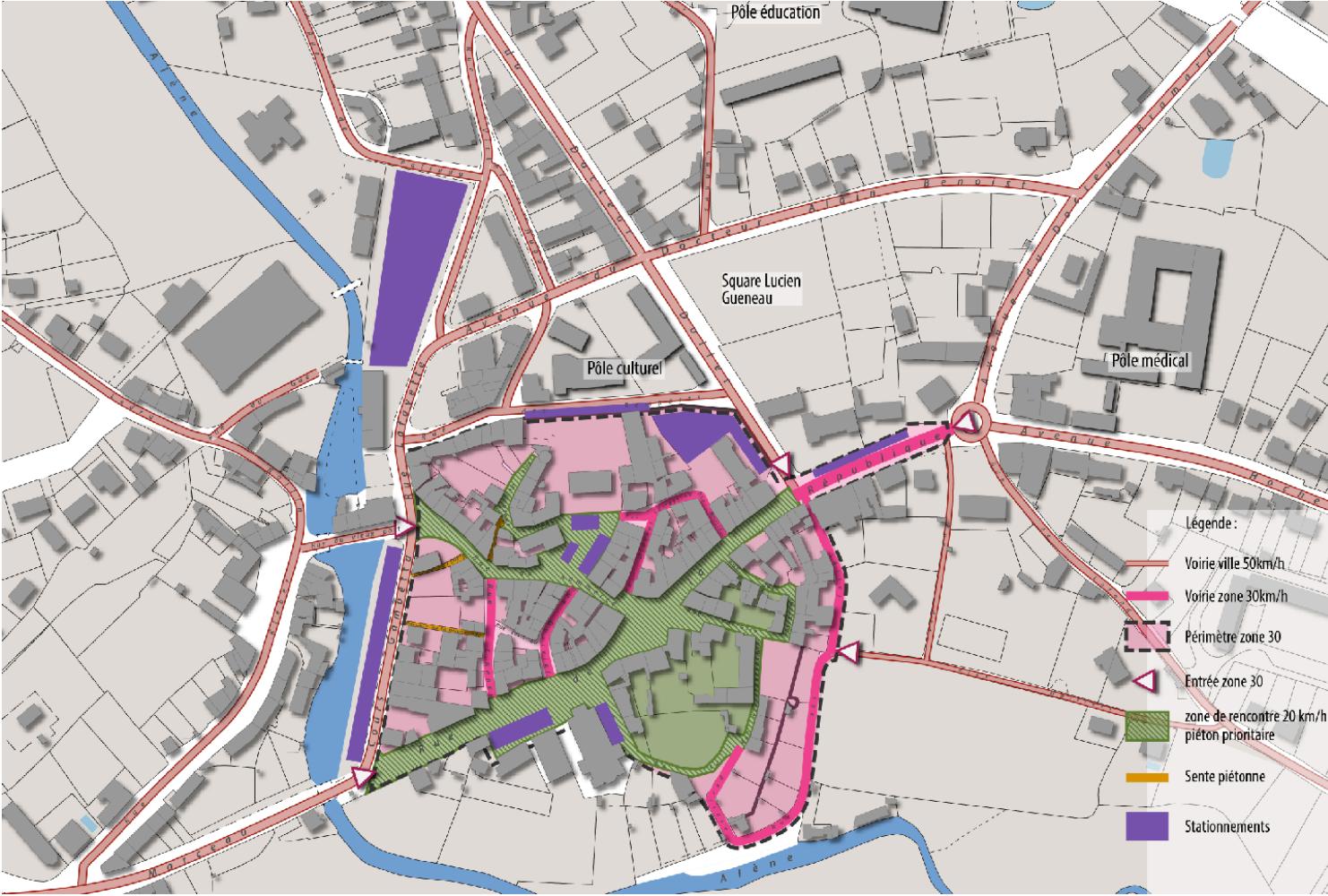
Favoriser la convivialité dans le village

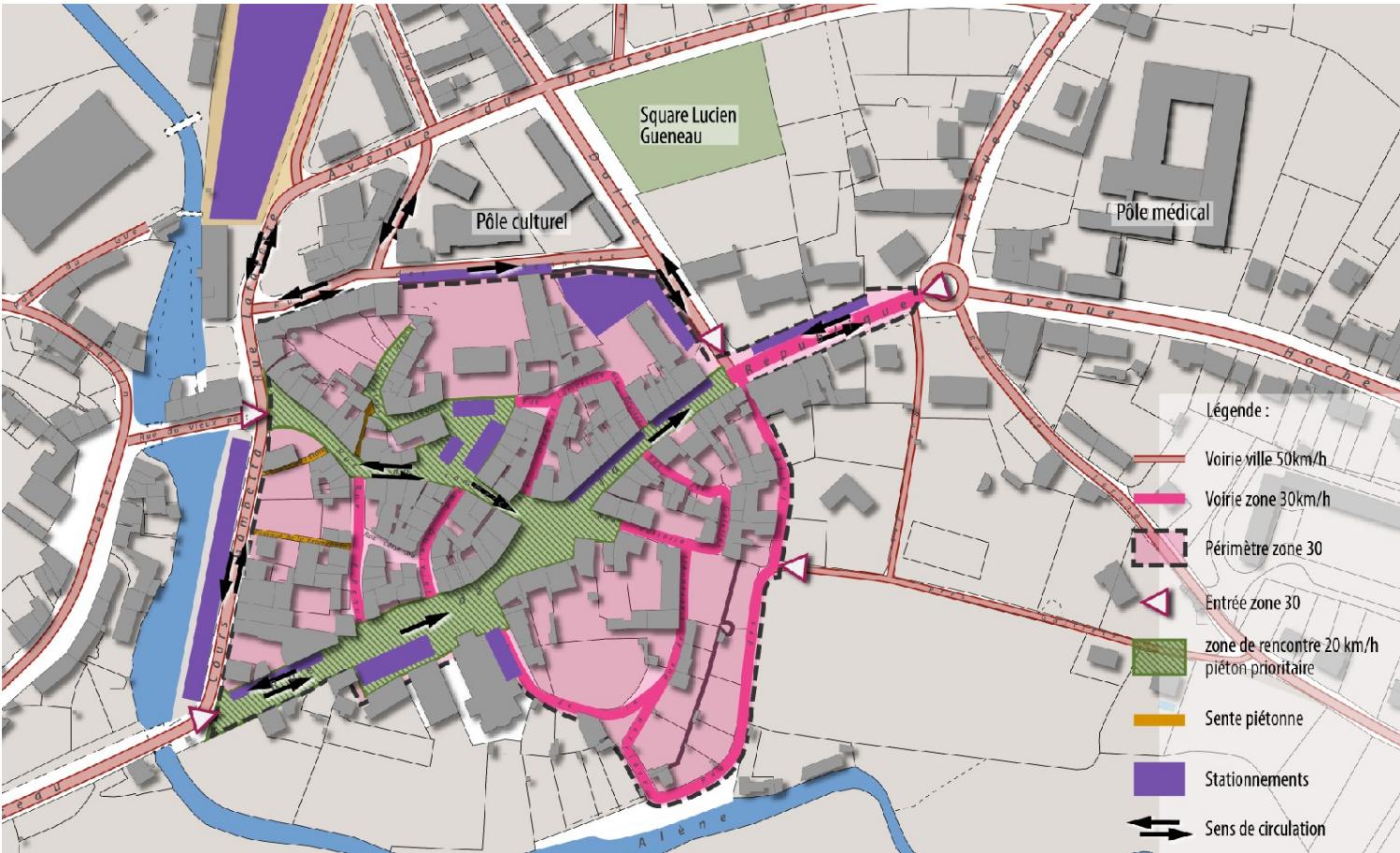


Orientations générales et déplacements



1.1	3 axes d'aménagement	Budget €€€	Priorité ***
	Enjeux Définir une orientation d'aménagement générale		
	<p>1 - Valoriser les espaces publics du cœur de village.</p> <p>2 - Reconquérir les bords de l'Alène.</p> <p>3 - Faciliter et sécuriser les circulations piétonnes et vélos entre les pôles d'attraction et les équipements socio-éducatifs.</p>		Partenaires - Mairie / LVF
			Outils
			Etudes complémentaires
			Publics visés - Habitants

1.2	Pacifier la cohabitation entre piétons et voitures	Budget €€€	Priorité ***
	<p>Enjeux Pacifier le centre bourg : faire ralentir la voiture, favoriser les piétons et les vélos</p> <p>Zone partagée (piéton prioritaire) pour la rue de République, la rue du Commerce et le parcours touristique.</p> 		
	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes - ACAL <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - mise en place d'une Zone 30 <p>Etudes complémentaires</p> <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habitants 		

1.3	Les sens de circulation	Budget	Priorité
		€€€	***
	Enjeux Organiser les rues de la République, du Commerce et les places en centre-bourg.		
	<p>La rue de la République a été préféré en sens unique montant (Nevers - Autun). Ce sens unique de circulation sera à faire confirmer par des comptages de flux véhicules pour vérifier le sens à favoriser.</p> 		Partenaires <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes - ACAL
		Outils <ul style="list-style-type: none"> - mise en place d'une signalétique réglementaire. 	
		Etude complémentaire <ul style="list-style-type: none"> - comptages / circulation 	
		Publics visés <ul style="list-style-type: none"> - habitants - commerçants - passagers en voitures. 	

Le centre historique



1.4	<h2>La rue de la République</h2> <p><u>Enjeux</u> Revalorisation de l'axe commercial et amélioration de la cohabitation piétons/cycles/voitures</p>	<p><u>Budget</u> €€€</p> <p><u>Priorité</u> ***</p>
	<p>La rue de la République constitue l'artère commerciale de Luzy et est régulièrement encombré de véhicules de passage, livraison... Son étroitesse met peu en valeur les commerces et ne favorise pas les modes de déplacements doux.</p> <ul style="list-style-type: none"> Réhabilitation du tronçon commerçant afin de créer : <ul style="list-style-type: none"> un sens unique de circulation automobile des stationnements au pied des commerces l'élargissement des trottoirs pour une pratique piétonne confortable, des banquettes plantées pour introduire plus de végétal en centre-bourg 	<p><u>Partenaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes - ACAL
		<p><u>Outils</u></p>
		<p><u>Etudes complémentaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'œuvre <p><u>Publics visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants, - commerçants - touristes et visiteurs de passage.

1.5	La place du 8 mai 1945 Enjeux Valoriser en centre-bourg un lieu de partage et de convivialité	Budget €€€	Priorité ***
<p>La place du 8 mai 1945 constitue le cœur historique de Luzy. Il est proposé de supprimer l'essentiel du stationnement de surface, tout en conservant quelques places PMR au droit de la pharmacie.</p> <ul style="list-style-type: none"> • . Réhabilitation de la place afin de créer : <ul style="list-style-type: none"> - une place de village généreuse autour de la fontaine - des espaces piétonniers qualitatifs et conviviaux, dégagés des voitures - des espaces propices à l'installation de terrasses de café, restaurants... 		Partenaires <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes - ACAL 	Outils
		Etudes complémentaires <ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'œuvre 	Publics visés <ul style="list-style-type: none"> - habitants - commerçants - touristes et visiteurs de passage

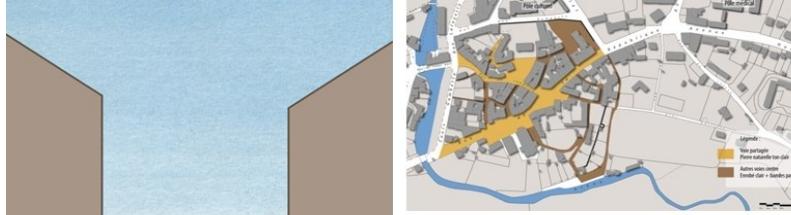
1.6	La place du 11 novembre 1918 <u>Enjeux</u> Mettre en réseau les places du village pour offrir des lieux de partage et de convivialité	Budget €€€	Priorité ***
<p>La place du 11 novembre 1918 constitue le second cœur historique de Luzy, au pied de l'église Saint Pierre. Les aménagements doivent être dans la continuité de la place du 8 mai 1945 et de la rue de la République.</p>  	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes - ACAL <p>Outils</p> <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'œuvre <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants - commerçants - touristes et visiteurs de passage 		

<p>1.7</p> <h2>Le marché couvert</h2> <p><u>Enjeux</u></p> <p>Mettre en réseau les places du village pour offrir des lieux de partage et de convivialité</p>	<p><u>Budget</u> €€€</p> <p><u>Priorité</u> ***</p>
<p>La place du 11 novembre 1918 constitue le second cœur historique de Luzy, au pied de l'église Saint Pierre. La réhabilitation ou non de l'ancien marché couvert permet d'envisager deux scénarios contrastés, dont les débats futurs permettront de choisir l'une des deux hypothèses :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hypothèse 1 : Le marché couvert est réhabilité et devient un vrai marché couvert alimentaire ou une halle polyvalente. - Hypothèse 2 : Le marché couvert est démolie et laisse place à un parking paysager pouvant servir d'extension pour le marché et créer une ouverture vers l'Alène. <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"> <p>Hypothèse 1</p>   </div> <div style="text-align: center;"> <p>Hypothèse 2</p>   </div> </div>	<p><u>Partenaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes - ACAL et commerçants ambulants <p><u>Outils</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Atelier complémentaire pour les deux hypothèses <p><u>Etudes complémentaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'œuvre <p><u>Publics visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants - commerçants - touristes et visiteurs de passage

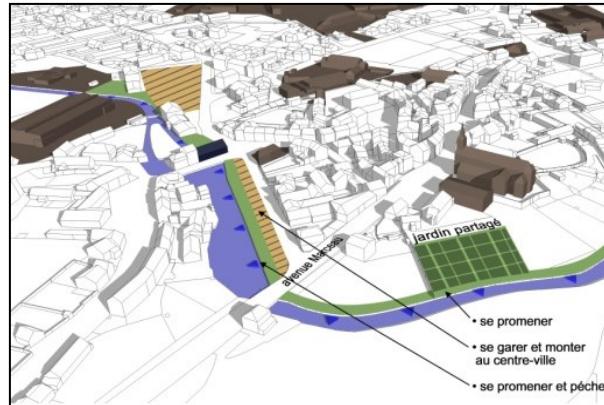
1.8	<h2 data-bbox="388 112 815 155">La rue du Commerce</h2> <p><u>Enjeux</u> Rendre la rue du commerce plus attractive et qualitative</p>	Budget €€€	Priorité ***	
<p>La rue du Commerce constitue le second axe commerçant et historique de Luzy, reliant le centre-bourg et les bords de l'Alène.</p> <ul style="list-style-type: none"> o Réhabiliter la rue en créant : <ul style="list-style-type: none"> • un double sens dans la partie basse, et un sens unique descendant dans la partie haute • un aménagement qualitatif et confortable en pavés ou dalles, aux joints serrés pour faciliter la marche, supprimant les bordures au profit d'un caniveau central. <div data-bbox="300 584 646 1341"> </div> <div data-bbox="678 682 1448 1341"> </div>	<p><u>Partenaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes - association des commerçants 	<p><u>Outils</u></p>	<p><u>Etudes complémentaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'œuvre 	<p><u>Publics visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants - commerçants - touristes et visiteurs de passage

1.9	<h2 data-bbox="388 106 916 160">La place du Maquis Louis</h2> <p data-bbox="388 192 489 223"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="388 235 1522 266">Mettre en réseau les places du village pour offrir des lieux de partage et de convivialité</p>	Budget €€€	Priorité ***
<p data-bbox="181 339 1522 398">La place du Maquis Louis est la troisième place historique de centre-bourg de Luzy. Elle constitue aujourd'hui un espace dédié au stationnement des habitants et usagers du centre-ville.</p> <p data-bbox="280 430 736 462">Elle nécessite d'être revalorisée pour :</p> <ul data-bbox="399 466 1551 589" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="399 466 1507 498">• mettre en valeur le centre historique ancien et l'accès à la tour des Barons et son musée <li data-bbox="399 498 1551 557">• organiser le stationnement autour du monument aux morts et rétablir des pratiques piétonnes sécurisées et clairement identifiables <li data-bbox="399 557 893 589">• introduire le végétal en centre-bourg 	<p data-bbox="1619 298 1769 330"><u>Partenaires</u></p> <ul data-bbox="1619 335 1994 446" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1619 335 1776 366">- Mairie, LVF <li data-bbox="1619 366 1994 398">- Communauté de communes <li data-bbox="1619 398 1994 430">- association des commerçants <p data-bbox="1619 541 1702 573"><u>Outils</u></p> <p data-bbox="1619 886 1933 917"><u>Etudes complémentaires</u></p> <ul data-bbox="1619 922 2001 1029" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1619 922 2001 954">- levé topographique du secteur <li data-bbox="1619 954 1799 986">- étude de sol <li data-bbox="1619 986 1978 1017">- mission de maîtrise d'œuvre <p data-bbox="1619 1081 1792 1113"><u>Publics visés</u></p> <ul data-bbox="1619 1117 2023 1224" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1619 1117 1747 1149">- habitants <li data-bbox="1619 1149 1799 1181">- commerçants <li data-bbox="1619 1181 2023 1213">- touristes et visiteurs de passage 		

1.10	La place de la Mairie <u>Enjeux</u> Réorganiser le stationnement et favoriser les pratiques autour de l'équipement communal	Budget €€€	Priorité ***
<p>La place de la Mairie est en grande partie occupée par du stationnement, lié aux activités commerciales et administratives du centre bourg.</p> <p>L'aménagement de la place prend en compte le projet de la mairie du futur, qui verrait le fonctionnement administratif se retourner vers la façade arrière actuelle.</p> <p>Le stationnement est conservé en entrée et sur le côté du bâtiment ; par contre l'espace arrière qui deviendrait une seconde entrée dans les usages est en zone de rencontre sans stationnements.</p> 	<p>La place de la Mairie est en grande partie occupée par du stationnement, lié aux activités commerciales et administratives du centre bourg.</p> <p>L'aménagement de la place prend en compte le projet de la mairie du futur, qui verrait le fonctionnement administratif se retourner vers la façade arrière actuelle.</p> <p>Le stationnement est conservé en entrée et sur le côté du bâtiment ; par contre l'espace arrière qui deviendrait une seconde entrée dans les usages est en zone de rencontre sans stationnements.</p>	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes <p>Outils</p> <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'œuvre <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants - usagers de la mairie - touristes et visiteurs de passage 	

1.11	Les rues secondaires	<u>Budget</u>	<u>Priorité</u>
	Enjeux Requalifier le réseau de rues du centre-bourg	€€€	***
	<p>Les rues et ruelles témoignent de la richesse du patrimoine du centre-bourg. Elles participent largement à la découverte des richesses et trésors cachés du vieux Luzy et nécessitent en conséquence d'être mises en valeur. Leur réhabilitation permettra de créer des ruelles unitaires autour d'un caniveau central, sans mobilier et dégageant un espace partagé au caractère piétonnier affirmé.</p>      	Partenaires <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes - ACAL 	
		Outils	
		Etudes complémentaires <ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'œuvre 	
		Publics visés <ul style="list-style-type: none"> - habitants - commerçants - touristes et visiteurs de passage 	

Les bords de l'Alène



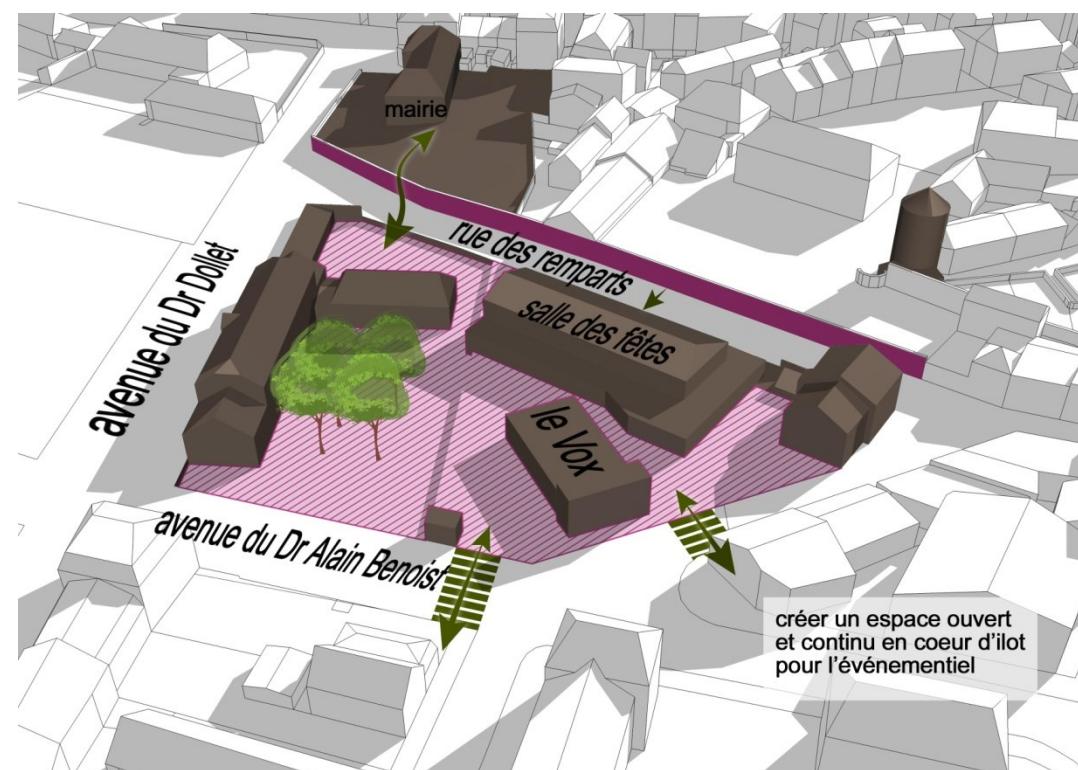
1.12	<h2 data-bbox="406 160 804 208">Le Champ de Foire</h2> <p data-bbox="406 231 534 263"><u>Enjeux :</u></p> <p data-bbox="406 271 1522 343">Créer un espace fonctionnel, qualitatif et paysager qui permette de renouer des liens entre le centre-bourg et l'Alène.</p>	Budget €€€	Priorité ***
<p data-bbox="175 398 1365 430">Le Champ de Foire est aujourd'hui un vaste espace d'enrobé dégradé. Il est proposé d'y créer :</p> <ul data-bbox="406 438 1754 504" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="406 438 1754 470">• un espace paysager, accueillant des stationnements non organisés sur une esplanade polyvalente multifonction <li data-bbox="406 477 1304 504">• une esplanade verte vers l'Alène et un aménagement qualitatif des berges       	<p data-bbox="1799 358 1956 390"><u>Partenaires</u></p> <ul data-bbox="1799 398 2023 573" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1799 398 1956 425">- Mairie, LVF <li data-bbox="1799 433 2023 493">- Communauté de communes <li data-bbox="1799 501 1911 528">- ACAL <li data-bbox="1799 536 1978 563">- Associations <p data-bbox="1799 597 1888 628"><u>Outils</u></p>	<p data-bbox="1799 835 1956 895"><u>Etudes complémentaires</u></p> <ul data-bbox="1799 903 2091 1076" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1799 903 1956 963">- levé topographique du secteur <li data-bbox="1799 971 1956 998">- étude de sol <li data-bbox="1799 1006 2023 1067">- mission de maîtrise d'œuvre 	<p data-bbox="1799 1140 1956 1171"><u>Publics visés</u></p> <ul data-bbox="1799 1179 2102 1352" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1799 1179 1956 1206">- habitants <li data-bbox="1799 1214 2001 1241">- commerçants <li data-bbox="1799 1249 1956 1276">- associations <li data-bbox="1799 1284 2102 1345">- touristes et visiteurs de passage

1.13	Le cours Gambetta et le square Lafayette	Budget	Priorité
		€€€	***
	<p>Enjeux</p> <p>Création d'une promenade et d'une continuité piétonne le long de l'Alène, permettant la déambulation et la pratique de la pêche</p>		
	<p>Le cours Gambetta et le square Lafayette sont des jalons qui permettent au centre-bourg de renouer des liens avec sa rivière.</p> <p>Il s'agit notamment de créer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une promenade et une continuité piétonne le long de l'Alène, permettant la déambulation et la pratique de la pêche • Une bande stationnée et organisée qui permettra de dégager un espace confortable pour les piétons et protégé des voitures 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Conseil Départemental 	
	   	<p>Outils</p>	
		<p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'œuvre 	<p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants - commerçants - touristes et visiteurs de passage

Les pôles d'animation



1.14	Le square Gueneau et la rue des Canes	Budget	Priorité
		€€€	***
<u>Enjeux</u>	Rendre le square Gueneau plus convivial et attractif, avec une gamme de jeux revue, dans un environnement plus naturel. Sécuriser la rue des Canes		
Les jeux s'organisent autour d'ateliers de tranches d'âges différentes, répartis en espaces distincts :			
<ul style="list-style-type: none"> • une zone dédiée aux plus petits (0-6 ans) comprenant des jeux à ressort, balançoire à bascule, etc. • une zone pour les plus grands (6-12 ans) où il est possible de créer un petit parcours d'aventure qui prenne en compte toutes les fonctions ludiques (glisser, sauter, ramper, escalader....) en respectant les normes en vigueur. • une zone pour les adolescents autour d'un city-stade (en complément du skate-park vers le gymnase) • une zone partagée avec une pyramide de cordes et un espace délimité pour la pétanque de loisir. 			
		variante	
Il est également à prévoir de :			
<ul style="list-style-type: none"> - garder un espace central convivial et d'usage libre (fontaine jets d'eau) - prévoir des espaces de convivialité type table de pique nique ou salon de jardin - gestion différenciée des espaces enherbés pour plus de nature en ville. 			
<u>Partenaires</u>			
	<ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Communauté de communes - Pays Nivernais Morvan - Leader 		
<u>Outils</u>			
<u>Etudes complémentaires</u>			
	<ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'œuvre 		
<u>Publics visés</u>			
	<ul style="list-style-type: none"> - habitants - enfants et adolescents - familles - touristes et visiteurs de passage 		

1.15	Le pôle culturel	Budget	Priorité
		€€€	***
<u>Enjeux</u>	Renforcer le pôle culturel vers un espace ouvert en cœur d'ilot		
<p>Le pôle culturel doit affirmer sa position centrale avec le centre-bourg et les espaces publics limitrophes, avec des liaisons piétonnes renforcées entre les pôles et les équipements.</p>			
<p>Au sein du pôle culturel, en complément de la salle des fêtes, du cinéma, de l'Esquisse, de la bibliothèque, de la cour, prévoir la rénovation et la transformation des espaces existants, la création de nouveaux espaces (salle de spectacle petite jauge, salles de création et de répétition, pour les artistes, l'école de musique, l'orchestre d'harmonie, les pratiques amateurs, les NAP artistiques, espace de stockage matériel, espaces collectifs (bar, espace accueil, wc, etc.), bureaux regroupés pour les employés avec salles de réunions, logement pour accueil temporaire, aménagements extérieurs pour accueil festivals, etc.) au sein d'un pôle culturel architecturalement cohérent.</p>			
			<u>Partenaires</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Mairie / LVF - Nièvre Aménagement - Région BFC - Conseil Départemental - Communauté de communes - Etat 			<u>Outils</u>
<ul style="list-style-type: none"> - ateliers avec les associations et usagers 			<u>Etudes complémentaires :</u>
<ul style="list-style-type: none"> - levé topographique du secteur - étude de sol - mission de maîtrise d'oeuvre 			<u>Publics visés</u>
<ul style="list-style-type: none"> - habitants - enfants - artistes, employés, associations - touristes et visiteurs de passage 			

1.16	Le pôle communication	Budget	Priorité
		€€€	***
	<u>Enjeux</u> Le bâtiment du pôle réhabilité comme porte d'entrée Ouest du centre-bourg		
	<p>Le pôle communication, regroupant l'office de tourisme, l'association des commerçants et artisans de Luzy (ACAL) et les locaux de la radio FDL, est en cours de réhabilitation.</p> <p>Le bâtiment repensé pour être plus accueillant et plus fonctionnel, deviendra la "porte d'entrée" du centre-bourg depuis l'ouest de la commune. Il pourra aussi devenir le point de départ d'un circuit touristique pédestre à travers le centre-bourg, dont les points d'intérêts sont à développer.</p>		<u>Partenaires</u> - Mairie / LVF - ACAL, radio FDL, Office de tourisme - Atelier Correia - Région BFC - Etat
	 <p>Bâtiment avant travaux</p>		<u>Outils</u> - circuit touristique pédestre à mettre en place avec associations locales d'histoire et de randonnée
	 <p>Bâtiment après travaux</p>		<u>Etudes complémentaires</u> En cours de réalisation
	 <p>Proposition de parcours historique pédestre</p>		<u>Publics visés</u> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage - Usagers

1.17	Le pôle éducation <u>Enjeux</u> Renforcer le rôle du pôle éducation	<u>Budget</u> €€€	<u>Priorité</u> ***
<p>Au sein du même îlot dévolu à l'éducation (collège, gymnase, école), l'école primaire Marcel Dubuis va être réhabilitée en partie pour réunir les acteurs d'un même secteur (école, NAP, associations) dans un même bâtiment pour une nouvelle dynamique, un travail collectif, une mutualisation des coûts, etc.</p> <p>L'opération consiste principalement à rénover et aménager le 1er étage de l'école primaire par la construction de salles de classes, de salles d'activités musique et arts plastiques, de salle de réunion, et des 2 studios pour des logements temporaires.</p> <p>L'entrée de l'école sera également repensée et davantage visible.</p> 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie / LVF - Nièvre aménagement - Atelier Correia - Région BFC - Etat <p>Outils</p> <p>Etudes complémentaires</p> <p>En cours d'études</p> <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants, familles - écoliers, enseignants - usages, associations 		

AXE 2 – Mettre en place une stratégie habitat et bâti



Approche sociale et citoyenne



2.1	<h2>Cibler les publics et leurs besoins</h2> <p><u>Enjeux</u> Accroître la population, faire venir de nouveaux arrivants, renforcer l'envie de vivre à Luzy</p>	Budget €€€	Priorité ***												
<p>Comprendre les profils des nouveaux arrivants</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Poursuivre le travail d'analyse des profils de population spontanément attirés par la commune de Luzy : <ul style="list-style-type: none"> • Retraités de la région (25%) • Célibataires actifs ayant trouvé du travail à Luzy (gros employeurs : maison de retraite, Lithopress, etc.) • Citadins avec enfants recherchant un meilleur cadre de vie (50%) • Agriculteurs et néerlandais ○ Capitaliser sur ces populations en comprenant leurs besoins et attentes : <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place une enquête pour approfondir la compréhension des attentes de ces nouveaux arrivants en termes d'équipements, de logements, de déplacements, de loisirs, de commerces, etc. • Mettre en place une base de données sur ces thèmes et sa mise à jour régulière. <p>Comment attirer des profils de population ciblés ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Évaluer par une grille d'analyse sociologique les profils de population susceptibles d'être attirés par la commune de Luzy. ○ Définir de nouveaux profils, ou renforcer un profil de population à attirer à Luzy, favorables à la redynamisation de la commune : les enfants pour les écoles, les jeunes retraités pour l'implication associative, les jeunes actifs pour le dynamisme, etc. ○ Définir les éléments attractifs pour ces populations : <ul style="list-style-type: none"> • Typologies de logement : bâtir des profils de demande • Equipements • Offre de services • Offre commerciale • Loisirs... ○ Valoriser ces éléments attractifs sur le site internet et travailler l'accueil humain sur place. <p>Créer un outil expérimental pour les autres Village du Futur :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Typologie et grille d'analyse ○ Fichier accueil de la mairie de Luzy : outil type d'analyse et de synthèse à structurer 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - mairie, LVF - Communauté de Communes - Pays Nivernais Morvan - Région BFC - État <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - fichier d'analyse et de synthèse mairie à développer et à structurer <div data-bbox="1718 682 1931 928"> <table border="1"> <caption>Tranches d'âge des nouveaux arrivants à LUZY</caption> <thead> <tr> <th>Tranche d'âge</th> <th>Pourcentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>18-30 ans</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>31-40 ans</td> <td>17 %</td> </tr> <tr> <td>41-50 ans</td> <td>16 %</td> </tr> <tr> <td>51-60 ans</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>61-70 ans</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>71+ ans</td> <td>6 %</td> </tr> </tbody> </table> </div> <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - enquête et étude sociologique par un étudiant pour mémoire de fin d'études - étude OPAH <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants - nouveaux arrivants - futurs habitants potentiels (faire de la prospective). 	Tranche d'âge	Pourcentage	18-30 ans	20 %	31-40 ans	17 %	41-50 ans	16 %	51-60 ans	10 %	61-70 ans	10 %	71+ ans	6 %
Tranche d'âge	Pourcentage														
18-30 ans	20 %														
31-40 ans	17 %														
41-50 ans	16 %														
51-60 ans	10 %														
61-70 ans	10 %														
71+ ans	6 %														

2.2	Inciter et aider à l'installation <u>Enjeux</u> Faciliter les démarches pour s'installer à Luzy Créer les liens pour s'intégrer dans la vie luzycoise	Budget €€€	Priorité ***	
L'accueil : la force de Luzy. Le but est de faciliter l'intégration des personnes qui arrivent et de développer un réseau d'amitié. <ul style="list-style-type: none"> ○ Poursuivre et renforcer le travail d'accueil de la population mis en place par la mairie : <ul style="list-style-type: none"> • Officialiser l'accueil personnalisé par un entretien qui permettra : de créer le lien avec la mairie, de connaître les raisons de l'installation et les souhaits et attentes des nouveaux arrivants, de pourvoir aux premières interrogations et de remettre la "boite à Luzy". ○ Créer la "boite à outils luzycoise" (kit d'accueil) - Boite à fiches : <ul style="list-style-type: none"> • Créer des livrets qui réunissent tous les renseignements sur la vie communale : administratifs, les services et loisirs culturels, les horaires d'ouvertures des équipements, le parcours enfants, le site internet, les commerces, les associations, les personnes et habitants relais, un plan, etc. • Créer un concept d'un objet type boite ou livre objet, ou panier, pour y mettre tous les renseignements concernant Luzy. ○ Créer une "brigade d'accueil" : mobiliser des personnes ressources et volontaires, avec les agents de la collectivité, pour créer un petit groupe d'accueil des nouveaux arrivants, pouvant proposer : <ul style="list-style-type: none"> • Un goûter partagé dans un café, pour échanger et répondre aux questions • Faire connaître la façon dont on vit à Luzy : une balade luzycoise, une découverte des coins secrets, avec boissons chaudes ou fraîches selon saison (type "Greeters"). • Une aide le jour de l'emménagement <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>	<u>Partenaires</u> - mairie, LVF - AVF (Accueil des Villes Françaises) - Communauté de communes - Pays Nivernais Morvan	<u>Outils</u> - Week-end d'accueil "habitat" avec notaires, agences immobilières et associations. - financements LEADER (Région/Pays).	<u>Etudes complémentaires</u> - concours d'idée pour le kit d'accueil - fabrication de la boite ou livre-objet - site web	<u>Publics visés</u> - nouveaux arrivants - habitants

2.3	<h2 data-bbox="384 96 961 152">Créer la maison de l'Habitat</h2> <p data-bbox="384 176 489 208"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="384 215 1590 279">Faciliter et accélérer les démarches pour réaliser ses travaux de maison, la vente ou l'achat d'un bien</p>	<p data-bbox="1626 96 1724 128"><u>Budget</u></p> 	<p data-bbox="1850 96 1949 128"><u>Priorité</u></p> 
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Créer une cellule d'accueil qui regroupe les renseignements et la mise en réseau des habitants, des instances publiques et des professionnels : <ul style="list-style-type: none"> • maison à vendre / à louer • propriétaires avec projets de travaux, quels types de travaux et quels aides peuvent être mises en action • professionnels du bâtiment • aides à l'amélioration de l'habitat et partenaires concernés : OPAH, FNAM. ○ Travail de terrain : <ul style="list-style-type: none"> • convaincre les propriétaires à réaliser les travaux : visite des maisons sur le marché, cibler une dizaine de logements vacants inventoriés dans l'étude DREAL (cf. fiche "Veille foncière et immobilière") • convaincre les propriétaires à vendre leur terrain ○ Mettre en place un collectif de réflexion et de partenariat : <ul style="list-style-type: none"> • Nièvre Habitat / Nièvre aménagement / propriétaires / agence immobilière / bailleurs sociaux ? • engager une réflexion sur des formes différentes d'habiter : habitat partagé (cf. fiche suivante), habitat et humanisme, etc. ○ Mettre en place le guichet unique qui oriente et conseille avec : <ul style="list-style-type: none"> • permanences • plaquettes commerces • veille foncière : référentiel foncier, échange entre LVF et Communauté de communes. ○ Animer la maison de l'habitat : <ul style="list-style-type: none"> • faire des visites de rénovation réussies avec le CAUE et les artisans locaux, pour inciter à réhabiliter le bâti ancien • installer la maison de l'habitat à la mairie pour profiter du flux et du partage ○ Projeter sur une maison "exemple" : <ul style="list-style-type: none"> • le rôle de la maison de l'habitat dans l'accompagnement • les transformations possibles et les aides possibles • le réseau d'entreprises et le planning des travaux, etc 	<p data-bbox="1626 296 1769 328"><u>Partenaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Communauté de Communes - Pays Nivernais Morvan - Conseil Départemental - Etat - ANAH et CDHU opérateur - CAUE <p data-bbox="1626 639 1724 671"><u>Outils</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - étude DREAL - FNAM - OPAH - permanences divers organismes <p data-bbox="1626 909 1949 941"><u>Etudes complémentaires</u></p> <p data-bbox="1626 1116 1805 1148"><u>Publics visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants - nouveaux arrivants 	

2.4	<h2 data-bbox="388 112 1230 160">Opérations collectives d'embellissement</h2> <p data-bbox="388 200 478 227"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="388 235 1275 266">Favoriser la mise en valeur des maisons par l'engagement collectif</p>	Budget €€€	Priorité ***
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sensibiliser et favoriser des opérations collectives : <ul style="list-style-type: none"> • Opération volets : achat groupé de peintures et ciblage de quelques maisons volontaires ○ Lancer des opérations événements : <ul style="list-style-type: none"> • "Fleurissez vos pieds de murs", avec lots à gagner (partenariat avec le fleuriste, ...) • "Installer votre boîte à plante" : à l'image des boîtes aux lettres, chaque maison installer sa boîte à plante • concours de plantes grimpantes dans les ruelles • lier ces opérations aux opérations existantes (troc plantes, Herbes Folles et Poules de Luxe, concours de fleurissement, etc.) • animer des temps lors de la fête des voisins ou des fêtes villageoises (des moissons, du printemps, de l'automne, de la soupe...). ○ Lancer des concours d'idée : <ul style="list-style-type: none"> • concours pour un design de boîte aux lettres • concours pour un mobilier urbain créatif (à chaque équipement public) ○ Une dynamique par année, semestre, saison : <ul style="list-style-type: none"> • concours par quartier, résultat à l'occasion de la fête des voisins • organiser un réseau avec un référent par quartier ? • commencer par le centre-bourg et les entrées de ville 	<p data-bbox="1623 303 1776 330">Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - mairie / LVF - commerçants dans le végétal - AVF (Accueil des Villes Françaises) - associations <p data-bbox="1623 541 1709 568">Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - association "Terres et couleurs" pour la promotion des ocres et des terres colorantes en Bourgogne <p data-bbox="1623 843 1940 870">Etudes complémentaires</p>	<p data-bbox="1623 1049 1799 1076">Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants - touristes et visiteurs de passage



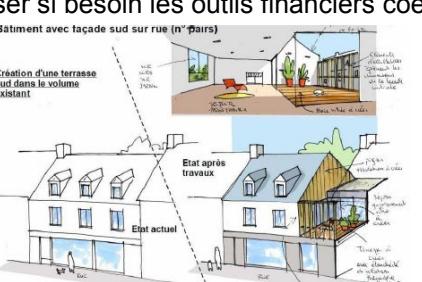
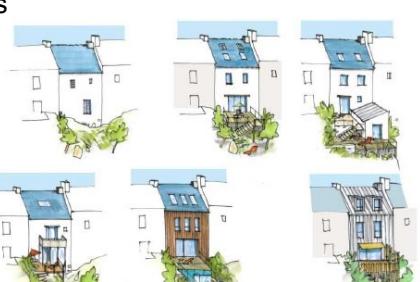
Rénover les formes urbaines et agir sur le foncier



2.5	<h2 data-bbox="388 112 1286 160">Organiser une veille foncière et immobilière</h2> <p data-bbox="388 184 485 212"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="388 223 1534 287">Mettre en place un outil de veille du foncier et de l'immobilier pour être réactif, créer des opportunités et des liens entre les offres et les demandes</p>	<p data-bbox="1623 106 1720 134"><u>Budget</u></p> 	<p data-bbox="1848 106 1945 134"><u>Priorité</u></p> <p data-bbox="1882 165 2030 212">***</p>
<p data-bbox="186 306 1444 335">Mettre en place une méthodologie du suivi du bâti vacant et des mouvements immobiliers :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="231 350 1578 446">o 1) Définir le périmètre de la veille et faire un inventaire des logements vacants : <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="406 382 669 406">• logements connus <li data-bbox="406 409 923 433">• logements identifiés par l'étude DREAL <li data-bbox="406 436 1140 460">• diagnostic préalable à l'étude pré-opérationnelle d'OPAH <li data-bbox="406 463 1432 487">• entretiens avec les acteurs locaux (notaires, agences immobilières, riverains, élus) <li data-bbox="231 497 1578 716">o 2) Etablir et mettre à jour régulièrement un fichier suivi habitat, afin de suivre les offres et les demandes selon les caractéristiques suivantes : <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="406 573 1578 636">• données administratives sur l'état des biens (recueil des DIA - Déclaration d'Intention d'Aliéner-, informations cadastrales...) <li data-bbox="406 639 1455 663">• repérage des terrains, topographie, localisation : centre-bourg, faubourg, hameaux... <li data-bbox="406 666 871 690">• forme : vente, location, sans projet <li data-bbox="406 693 1304 717">• typologie : jardin ou pas, maison de ville mitoyenne ou villas, studio, etc <li data-bbox="231 725 1551 789">o 3) Classifier les biens en fonction de leur devenir possible : réhabilitation, démolition, conservation en l'état, intégration dans un projet de redynamisation plus large, location/achat, public visé... <li data-bbox="231 792 1522 938">o 4) Mise à jour régulière de la base de données habitat : <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="406 824 1282 847">• Mettre en place des entretiens avec les professionnels de l'immobilier <li data-bbox="406 851 781 874">• Suivre les ventes et achats <li data-bbox="406 878 1522 938">• Sensibiliser les notaires, agences immobilières à la démarche, afin que les données soient partagées <div data-bbox="449 949 1268 1230">  </div> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="231 1233 1304 1257">o 5) Analyser et orienter les éléments récoltés : mission d'aide à l'expertise et au conseil <li data-bbox="231 1260 781 1284">o 6) Mettre en place une politique foncière : <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="406 1287 1578 1383">• en fonction de la dureté foncière, mettre en corrélation les logements et l'outil adéquat (droit de préemption, acquisition de biens sans maître ou biens présumés sans maître, abandon manifeste, succession en déshérence, péril imminent, péril ordinaire...) <li data-bbox="406 1386 1477 1410">• Agir par le commerce et mettre en place des outils juridiques (biens sans maître, etc..) 	<p data-bbox="1623 306 1776 335">Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1623 350 1776 374">- Mairie, LVF <li data-bbox="1623 382 1720 406">- Etat <li data-bbox="1623 414 1978 438">- Communauté de communes <li data-bbox="1623 446 1738 470">- notaires <li data-bbox="1623 477 1904 501">- agences immobilières. <p data-bbox="1623 636 1709 665">Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1623 673 2046 795">- 1 volume horaire d'un temps de travail pour mettre en place un outil dynamique et réaliser l'analyse des données <li data-bbox="1623 803 1792 827">- étude OPAH <p data-bbox="1623 874 1792 903">Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1623 911 1792 935">- propriétaires <li data-bbox="1623 943 1754 967">- acheteurs <li data-bbox="1623 975 1866 998">- nouveaux arrivants <li data-bbox="1623 1006 1738 1030">- habitants <p data-bbox="1623 1102 1933 1130">Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1623 1138 2061 1260">- Synthèse des différentes études Habitat (diag préalable OPAH, étude régionale logement vacant, diag/ami...) DDT 2017 <li data-bbox="1623 1271 2023 1362">- corréler avec les locaux commerciaux et l'étude et la veille sur les loyers commerciaux. 		

2.6	<h2 data-bbox="388 112 1608 160">Travailler les thématiques d'action et les opérations phares</h2> <p data-bbox="388 200 478 223"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="388 235 1484 266">S'orienter vers une logique de stratégie de projet, amorcer le renouvellement urbain</p>	Budget	Priorité
<ul style="list-style-type: none"> ○ 1) Renforcer et détailler les thématiques d'actions pressenties : <ul style="list-style-type: none"> • les étages au-dessus des commerces • les îlots des logements sociaux • les logements séniors • les maisons isolées en bord de route • les grosses bâtisses laissées à l'abandon et les verrues en centre-ville • Commencer par une opération dans le centre-bourg pour un effet boule de neige vers les faubourgs et les hameaux ○ 2) Présenter et mettre en valeur les opérations phares, qui feront effet de levier sur le centre-bourg : <ul style="list-style-type: none"> • la maison 9 rue de la République en cours d'études • le pôle communication en cours de réalisation • le pôle éducation en cours d'études • la maison Roché en début d'études ○ 3) Esquisser les opérations de réhabilitation : <ul style="list-style-type: none"> • cibler les logements vacants concernés par les thématiques principales • travailler en partenariat avec des étudiants en architecture pour réaliser des esquisses par logements • travailler en partenariat avec le CAUE pour affiner les programmes d'action • programmer des études, planification, etc ○ 4) Activer les outils appropriés en fonction des opérations en termes de foncier, d'aménagement et de financement opérationnel : <ul style="list-style-type: none"> • maîtrise de l'aménagement (orientations d'aménagement, préconisations et prescriptions de règles) • maîtrise du foncier (acquisition, procédure type biens sans maître, droit de préemption...) • etc. 	<p data-bbox="1630 295 1787 319">Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie, LVF - Etat - Région BFC - Pays Nivernais Morvan - Communauté de communes - partenaires juridiques - propriétaires - écoles d'architecture <p data-bbox="1630 644 1720 668">Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - PLU : zones, zones à urbaniser, orientations d'aménagement, emplacements réservés - protection : péril imminent, péril ordinaire, sursis à statuer - foncier : droit de préemption, acquisition de biens sans maître, présumé sans maître, abandon manifeste, succession en déshérence... <p data-bbox="1630 1057 1810 1081">Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - propriétaires - acheteurs - nouveaux arrivants - habitants <p data-bbox="1630 1248 1967 1271">Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - atelier étudiants en architecture - corréler avec les fiches 2.1 et 2.7 		

2.7	<h2>Diversifier les typologies d'habitat et créer des parcours résidentiels</h2> <p><u>Enjeux</u></p> <p>Favoriser différentes façons d'habiter pour attirer une diversité de population Répondre aux évolutions des parcours résidentiels permettant de maintenir les populations à Luzy</p>	<u>Budget</u> €€€	<u>Priorité</u> ***
<p>En fonction des profils des nouveaux arrivants et des profils susceptibles d'être intéressés par la vie luzycoise (cf. fiche "Cibler les publics et leurs besoins"), définir différents types de logement appropriés :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ en cœur du centre-bourg <ul style="list-style-type: none"> • maison de ville sans jardin mais avec terrasse, au cœur du centre-bourg • studio, 2 pièces au-dessus des commerces • appartement par étage dans maison de ville • habitat partagé (maisons de ville regroupées...), etc ○ dans les faubourgs <ul style="list-style-type: none"> • pavillon avec jardin • maison mitoyenne avec jardin • habitat partagé (ferme rénovée..), etc ○ Suivre les tendances du marché des logements vendus et achetés ○ Augmenter la quantité, la qualité et la diversité de l'offre locative ○ Réinvestir et redynamiser le cœur de bourg avec une mixité sociale et d'usages : habitat (activité résidentielle) et commerces (activité économique) <div style="display: flex; justify-content: space-around;">     </div>	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie / LVF - État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes - notaires, bailleurs sociaux - CAUE, écoles d'architecture, architectes, maître d'œuvre. <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - étude architecturale (atelier étudiants) - mission de maîtrise d'œuvre <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - propriétaires - acheteurs - nouveaux arrivants - habitants 		

2.8	Promouvoir le bâti ancien du centre-bourg	<u>Enjeux</u> Renforcer l'attractivité de l'habitat du centre-bourg Renouveler les formes urbaines du bâti ancien	Budget 	Priorité 
<ul style="list-style-type: none"> ○ Approche architecturale et urbaine : améliorer et moderniser le bâti ancien : <ul style="list-style-type: none"> • Redonner envie de rénover du bâti ancien par des transformations architecturales (nouvelles ouvertures, extensions...) qui apportent un nouveau confort d'usage contemporain à ce type d'habitat perçu aujourd'hui comme désuet. • Intégrer une certaine modernité architecturale y compris dans un secteur historique. • Proposer une réhabilitation permettant d'améliorer les performances énergétiques du bâti ancien • Optimiser le confort d'utilisation et l'intimité des espaces extérieurs, même sur des espaces très restreints ○ Approche foncière : créer des opportunités d'agrandissement des logements sans casser le rythme des façades perçu depuis la rue : percements intérieurs entre deux maisons mitoyennes, regroupement des premiers étages des commerces, etc., grâce à la veille foncière. ○ Approche financière : <ul style="list-style-type: none"> • Négocier avec le notaire un prix spécial « acquisition centre-bourg » • Activer les leviers et les outils d'aide aux travaux • Mettre en place le conseil et l'aide à l'installation par le biais de la maison de l'Habitat (cf. fiche) • Utiliser si besoin les outils financiers coercitifs <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>Croquis pour une transformation volumétrique d'une maison de ville avec façade Sud sur rue, Atelier du Canal</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Croquis pour la rénovation d'une maison de ville avec un jardin au Sud, Atelier du Canal</p> </div> </div>	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie / LVF - État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes - notaires - CAUE, écoles d'architecture, architectes, maître d'œuvre <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - OPAH - La taxe d'aménagement (TA) - La taxe d'habitation sur les logements vacants (THLV) - La taxe forfaitaire sur la cession à titre onéreux de terrains nus devenus constructibles - La surimposition des terrains constructibles - La taxe sur les logements vacants (TLV) <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - propriétaires - acheteurs - nouveaux arrivants - habitants 			

- **Proposer des esquisses :**

- travailler en partenariat avec des étudiants en architecture pour réaliser des concours d'esquisses par logements
- travailler en partenariat avec le CAUE pour l'accompagnement et la réalisation de programmes esquissés
- encourager l'habitat innovant (Région) pour faire concurrence à la construction neuve

Etudes complémentaires

- ateliers d'étudiants en architecture
- mission AMO
- mission de maîtrise d'œuvre



2.9	<h2 data-bbox="388 112 1163 160">Réinvestir les étages des commerces</h2> <p data-bbox="388 176 489 208"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="388 215 1511 247">Rendre attractif les étages des commerces vacants qui offre un potentiel de logement</p> <p data-bbox="388 255 1096 287">Satisfaire une demande de logement en centre-bourg</p>	Budget €€€	Priorité ***
<ul style="list-style-type: none"> ○ Lever l'obstacle principal de l'accès indépendant au logement : <ul style="list-style-type: none"> • convaincre le propriétaire de l'intérêt à rendre accessible les étages inoccupés pour valoriser son bien • impliquer le commerçant du rez-de-chaussée, le rendre acteur de la démarche : sa surface commerciale peut être modifiée ou réduite, sa devanture reprise • adapter le bail de manière à le limiter aux surfaces nécessaires au commerce • étudier au cas par cas la solution technique la plus adaptée : 2 portes séparées, un porte unique avec un sas commun, 2 accès distincts dans un caisson-vitrine, un accès séparé hors façade principale (arrière-cour). ○ Mutualiser les étages, valoriser un projet entre voisins : <ul style="list-style-type: none"> • regrouper les servitudes et les accès : utiliser un accès privé pour accéder à un autre logement • agrandir un logement en regroupant deux dessus de commerces, à l'occasion d'une opportunité foncière • profiter d'un renouvellement de bail, d'un changement d'exploitant ou de travaux • créer des économies d'échelle (plus de logements, un seul chantier) • formaliser la servitude par un accord écrit, une compensation financière, etc. ○ Adapter la forme juridique (bail unique bloquant) : bail adapté, avenant au bail... ○ Mobiliser les aides et les partenaires au sein de la maison de l'habitat : en terme juridique, conseil, conception et travaux, etc. ○ Cibler les publics potentiels : jeunes en location, célibataires, famille mono-parentale, petite famille, locatif... <div data-bbox="188 1129 570 1389"> </div> <div data-bbox="588 1129 889 1389"> </div> <div data-bbox="907 1129 1262 1389"> </div> <div data-bbox="1275 1129 1581 1389"> </div>	<p data-bbox="1623 311 1781 343">Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie / LVF - État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes - notaires - CAUE, écoles d'architecture, architectes, maître d'œuvre <p data-bbox="1623 597 1713 628">Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - adaptation du bail commercial - OPAH <p data-bbox="1623 811 1938 843">Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - étude architecturale (atelier étudiants) - mission de maîtrise d'oeuvre <p data-bbox="1623 1017 1803 1049">Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - propriétaires, - commerçants - nouveaux arrivants - habitants 		

2.10	Une opération en cours : l'immeuble 9 rue de la République <u>Enjeux</u> Rendre attractifs les étages des commerces vacants qui offrent un potentiel de logement	Budget €€€	Priorité ***
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Acquérir le bâtiment en centre-ville trop vétuste et le remettre rénové sur le marché immobilier ○ Rénover le logement au 1er étage, dans le respect des normes et des attentes en matière écologique et énergétique (au minimum BBC), pour une mise en location avec des consommations énergétiques les plus faibles possible ○ Coupler la rénovation du logement avec la rénovation du rez-de-chaussée commercial, pour une remise sur le marché concomitante d'une boutique et l'accueil d'un nouveau porteur de projet ○ Augmenter la qualité et la diversité des locaux commerciaux : satisfaire une demande commerciale, accueillir sur Luzy un nouveau commerce ○ Montrer l'exemple en matière de rénovation énergétique, de mixité d'usages, de mise sur le marché de logements dignes et répondant aux attentes actuelles : <ul style="list-style-type: none"> • gain énergétique maximal visé, au minimum 30% • inciter des propriétaires privés à faire la même démarche ○ Développer dans un même temps la clientèle pour les commerces de centre-ville par le retour de familles résidentes en centre-bourg, et développer l'offre de commerces en centre-ville pour davantage d'activité économique en centre-bourg : <ul style="list-style-type: none"> • redynamisation du centre-bourg par le logement et le commerce • enlever des « verrous » immobilières en centre-bourg • gain d'images et augmentation de la satisfaction • apporter des chantiers aux artisans locaux du bâtiment • encourager l'économie circulaire ○ Date prévisionnelle de commencement : <ul style="list-style-type: none"> • acquisition du bâtiment en octobre 2016 • réalisation des travaux sur 2016 et 2017 • mise sur le marché du logement et du commerce : 2017 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie / LVF - État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes - ACAL - CAUE 58 - Parc Naturel Régional du Morvan <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - fonds nationaux (SIPL – Etat) et européens (LEADER et FEADER) - 2 plans de financement : commerce et logement. <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - mission de maîtrise d'oeuvre <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - propriétaires - commerçants - nouveaux arrivants - habitants 	



2.11	Accueillir le siège administratif du centre social en centre-bourg - Projet Maison Roché <p>Enjeux Structurer et identifier un pôle social éclaté sur 2 sites : en centre-bourg pour le siège et aux Bagelles pour les activités</p>	Budget €€€	Priorité ***
<p>Rénover un bâtiment communal pour accueillir le siège administratif du centre social en centre-bourg et la Maison des Services aux Publics.</p> <p>Contexte et opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ La Maison des services aux publics, l'accueil des usagers et les locaux administratifs du Centre Social et Culturel du canton de Luzy sont actuellement situés Avenue Marceau. Ce local, loué, est vétuste et ne permet de développer ni la qualité de l'accueil aux publics ni les conditions de travail appropriées aux employés. Par ailleurs, ce local est trop éloigné du centre-bourg, des flux, de l'activité quotidienne, et des différents partenaires. ○ Dans le cadre de la politique d'attractivité de nouvelles populations, le développement des services proposés par le Centre Social est indispensable, notamment aux Bagelles, qui abritent l'accueil des activités enfance, jeunesse, famille, le multi-accueil et le Relais des Assistantes Maternelles. L'urgence pour 2017 se situe au niveau de l'accroissement des modes de gardes. Suite à une étude réalisée par le Centre Social, pour une ouverture du multi-accueil et de l'accueil de loisirs en période de vacances scolaires à la semaine, il est nécessaire d agrandir les espaces aux Bagelles (projet porté par la CCPSM) et de repenser l'organisation des locaux et des équipes de manière générale au sein du Centre Social. ○ Cette nouvelle organisation passe par le déménagement du Centre Social. ○ La commune possède en plein centre-ville un bâtiment idéalement placé mais à rénover entièrement. ○ L'opération de revitalisation des centres-bourgs dont fait partie Luzy entend de rénover, requalifier les espaces en centre-bourg, de développer la vie en centre-ville au bénéfice de tous (qualité de vie pour les habitants, augmentation de la fréquentation des commerces locaux). <p>Objectifs et projet</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Implanter la Maison des Services aux Publics, l'accueil administratif et les bureaux du Centre Social en plein centre-bourg pour davantage de visibilité, de proximité avec les habitants et les acteurs locaux, pour renforcer la dynamique de partenariat local et la dynamique commerciale avec le flux des usagers. ○ Rénover intégralement la Maison Roché, située place du 8 mai, propriété de la ville, en vue de cette nouvelle destination (100m² au sol, 2 étages, capacité totale de 200 m²). <p>Effets attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Meilleure identification et visibilité du Centre Social ○ Développement des activités et des services aux publics, amélioration de la qualité de service ○ Amélioration des conditions de travail pour les employés du centre social ○ Développement des flux en centre-bourg ○ Favoriser la proximité avec les habitants du territoire et avec les partenaires locaux 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie / LVF - État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes - architectes, maître d'oeuvre. <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - fonds de soutien Région BFC - CAF / MSA <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - étude architecturale - mission de maîtrise d'oeuvre. <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - habitants - usagers - employés 		

2.12	<h2>Requalifier les îlots collectifs</h2> <p><u>Enjeux</u> Améliorer l'intégration de ces îlots dans le tissu urbain</p>	Budget €€€	Priorité ***
<p>Les immeubles collectifs situés face au Champ de Foire et dans les faubourgs route de Toulon-sur-Arroux sont à repenser et à recomposer dans le tissu urbain. Ils présentent une certaine vétusté et une vacance de 40 % à 50 %.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Îlot Champ de Foire, réhabilitation par la création d'une enveloppe architecturale qualitative permettant : <ul style="list-style-type: none"> • de redonner des espaces lumineux et qualitatifs aux logements, par la création de logias, balcons couverts, patios, vérandas, etc • d'agrandir les surfaces des logements et de générer des typologies d'appartements plus diversifiés (taille, duplex...) • d'accéder à une performance énergétique (isolation extérieure en cours) • de créer des jardins privatifs en rez-de-chaussée, résidentialiser ○ Îlot Lafond, démolition et reconstruction : <ul style="list-style-type: none"> • poursuite du projet avec Nièvre Habitat : démolition de la petite barre et création d'un éco-quartier sur le terrain mitoyen pour reloger les habitants • construire des logements/maisons adaptés à la demande • mettre en place une opération pilote sur la performance énergétique (isolation externe des logements locatifs en cours par Nièvre Habitat) • créer des jardins privatifs ou partagés. <div data-bbox="190 933 763 1330">  </div> <div data-bbox="177 1330 588 1394"> <p>Réhabilitation d'un immeuble collectif Lacaton-Vassal - Saint-Nazaire 44</p> </div> <div data-bbox="774 933 1527 1330">  </div> <div data-bbox="781 1330 1437 1394"> <p>Lotissement maisons passives Gaste et Bazantay / Rocher Rouge - Vouneuil-sous-Biard 86</p> </div> <td data-bbox="1612 287 1859 790"> <p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nièvre Habitat - Mairie / LVF </td> <td data-bbox="1612 790 1859 1081"> <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - intégrer les projets d'extension dans le PLU </td> <td data-bbox="1612 1081 1859 1399"> <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - propriétaires - acheteurs - nouveaux arrivants - habitants <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etude architecturale - Mission de maîtrise d'œuvre - corréler avec la fiche 2.1 </td>	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nièvre Habitat - Mairie / LVF 	<p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> - intégrer les projets d'extension dans le PLU 	<p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - propriétaires - acheteurs - nouveaux arrivants - habitants <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etude architecturale - Mission de maîtrise d'œuvre - corréler avec la fiche 2.1

2.13	Accéder au numérique <p><u>Enjeux</u> S'assurer de la couverture numérique de tous les logements</p>	<u>Budget</u> €€€	<u>Priorité</u> ***
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Diagnostiquer la couverture actuelle ○ Planifier les secteurs couverts et non couverts ○ Repérer sur un plan les rues et les logements concernés par les travaux d'installation à envisager et coordonner avec les travaux d'aménagement d'espaces publics ○ Contacter les concessionnaires ou partenaires concernés : France Télécom, Nièvre numérique pour établir des devis ○ Hiérarchiser et planifier les secteurs de travaux prioritaires, à court, moyen et long terme ○ Développer les services informatiques pour du dépannage informatique, du service à la personne en numérique, des abonnements, etc. 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - France Télécom - Nièvre numérique - Mairie / LVF <p>Outils</p> <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - propriétaires et locataires non desservis par le numérique. <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - étude et devis France Télécom - étude couverture numérique départementale 	

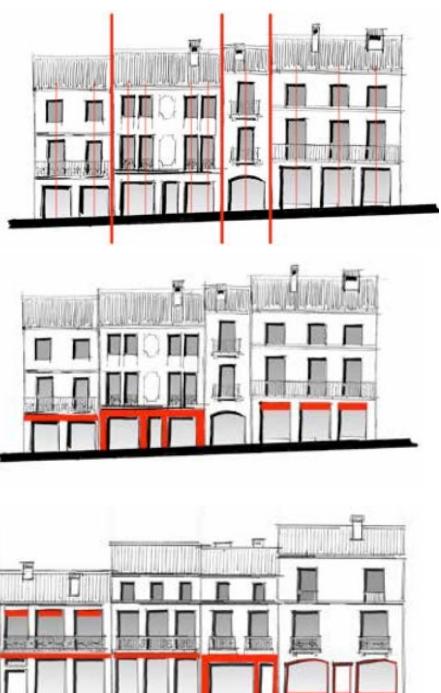
2.14	<h2 data-bbox="399 107 1484 160">Encourager la rénovation énergétique des logements</h2> <p data-bbox="399 181 496 208"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="399 219 1574 287">Lutter contre la précarité énergétique. Remettre sur le marché des logements performants en économie d'énergie. Adapter l'offre de logements à la demande</p>	<u>Budget</u> €€€	<u>Priorité</u> ***
<p data-bbox="278 335 1491 393">Sur le territoire, la lutte contre la précarité énergétique s'organise et s'appuie aujourd'hui sur différents dispositifs incitatifs :</p> <ul data-bbox="399 398 1590 1044" style="list-style-type: none"> • un nouveau PIG (Programme d'Intérêt Général) a été mis en place par le Département de la Nièvre (fin PIG avril 2019) • dans ce cadre, les propriétaires occupants modestes et très modestes (conditions de revenus et d'occupation) peuvent obtenir des subventions du programme 'Habiter Mieux' de l'ANAH pour réaliser des travaux d'économie d'énergie, ainsi que les propriétaires bailleurs (condition d'occupation des logements). Les travaux doivent garantir une amélioration de la performance énergétique du logement d'au moins 25%, le diagnostic préalable étant réalisé par l'opérateur. • un Fonds Nivernais d'Aide à la Maîtrise de l'Energie (FNAME) cumulable avec les subventions de l'ANAH (sous condition également) <ul data-bbox="233 705 1590 1044" style="list-style-type: none"> ○ Intégration et animation du PIG (Programme d'Intérêt général) dans la maison de l'Habitat et Village du Futur, pour accompagner les porteurs de projet dans la définition de leurs besoins, favoriser l'aide à la décision et le montage du dossier ○ Action de communication à mettre en place sur le centre-ville ○ Mettre en place une exonération de taxe foncière pour une durée de 5 ans pour les immeubles économies en énergie. Les collectivités ont la possibilité d'exonérer de taxe foncière les logements économies en énergie, chacun pour la part qui lui revient à concurrence de 50% ou de 100% pendant une durée de 5 ans (exigence d'un montant minimal de dépenses d'équipement en faveur du développement durable dans l'année de 10000 € et /ou 15 000 € pour les 3 dernières années) <p data-bbox="278 1076 1491 1335">  </p> <p data-bbox="278 1340 682 1367"><i>Images thermiques de logements.</i></p>	<p data-bbox="1626 303 1769 330"><u>Partenaires</u></p> <ul data-bbox="1626 339 2061 541" style="list-style-type: none"> - Mairie / LVF - État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes - CAUE 58 - Parc Naturel Régional du Morvan <p data-bbox="1626 600 1709 627"><u>Outils</u></p> <ul data-bbox="1626 636 2001 809" style="list-style-type: none"> - ANAH, 'Habiter mieux' - FNAME - ADEME, permanence divers organismes - exonération de la taxe foncière <p data-bbox="1626 819 1933 846"><u>Etudes complémentaires</u></p> <ul data-bbox="1626 855 1900 882" style="list-style-type: none"> - corréler avec fiche 2.3 <p data-bbox="1626 1022 1799 1049"><u>Publics visés</u></p> <ul data-bbox="1626 1059 1933 1165" style="list-style-type: none"> - propriétaires et locataires - habitants - nouveaux arrivants 		

2.15	<h2>Soutenir, accompagner et rendre possible l'habitat partagé</h2> <p><u>Enjeux</u> Se mettre à plusieurs pour concevoir et financer son logement en y intégrant des valeurs telles que la solidarité, le respect de l'environnement, le partage ou encore la mixité sociale.</p>	Budget €€€	Priorité ***
<ul style="list-style-type: none"> ○ Rendre possible un projet d'habitat partagé : intergénérationnel, familiales, séniors, néo-ruraux, etc. ○ Prendre contact avec les associations et organismes de conseil : Colibri, etc. ○ A travers la Maison de l'habitat, aider aux choix des différentes étapes du montage du dossier : <ul style="list-style-type: none"> • élaboration du pré-programme : définition des besoins (nombre de pièces par logements, espaces communs, buanderie, jardin partagé, etc.), mise en relation avec le répertoire des professionnels de l'habitat, • montage juridique et financier : différents statuts envisageables (association à but non-lucratif, copropriété ou coopérative). Mise en relation • recherche du site et accompagnement pour la compatibilité urbanistique, partenariat avec les collectivités territoriales pour faciliter l'accès au foncier • conception / construction : lien et interface avec le réseau de professionnels du bâtiment. ○ Orienter l'habitat partagé vers 2 axes : <ul style="list-style-type: none"> • habitat partagé familial : néo-ruraux, intergénérationnel, groupe d'amis... • foyers logements ou résidence services pour les séniors et retraités, proposant des services, de l'animation, du personnel, de la restauration, etc. : démarcher un opérateur à l'échelle du territoire intercommunal, créer un prototype rural nivernais avec les offres de services existants (mutualiser avec les cantines scolaires, maison médicale, ESAT(buanderie), service numérique, etc. 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mairie / LVF - Centre social, CCAS - notaires, agences immobilières - opérateur privé (Domytis, Korian...) - associations spécifiques d'aide au concept humaniste (Colibri...) - CAUE 58 <p>Outils</p> <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - corréler avec fiche 2.3 <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - nouveaux arrivants avec un projet d'habitat partagé - séniors, retraités, familles, néo-ruraux 		

AXE 3 – Mettre en place une stratégie commerciale



Améliorer l'image des commerces
et développer de nouvelles activités

3.1	Mettre œuvre une charte relative aux façades commerciales	Budget €€€	Priorité ***
	<p>Enjeux</p> <p>Améliorer l'image des commerces et leur attractivité Créer de l'animation dans les rues commerçantes</p>		
	<p>1 - Respect de l'environnement architectural</p> <ul style="list-style-type: none"> - Respecter le rythme et le parcellaire des façades, même si le commerce s'étend sur plusieurs façades successives. - Respecter le rythme des façades et le dénivelé de la rue dans la hauteur et la position du bandeau. 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • CCI • Pays Nivernais Morvan • Communauté de communes • État / Région / Conseil Départemental • ACAL <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> • Étude conception charte vitrine • Traduction charte dans le PLU <p>Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etude vitrine (architecte / designer): définition des principes de composition des vitrines, (coloris, typographie, fixation des enseignes, etc.) <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Commerce (exploitant locataire) • Propriétaire 	

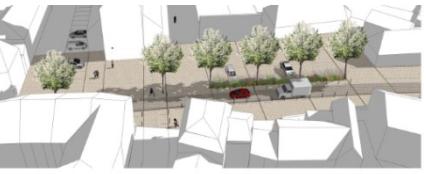
3.2	Favoriser les actions de mise en valeur des façades commerciales Enjeux <p>Améliorer l'image et l'attractivité des commerces Répondre à la demande de la clientèle et des habitants</p>	<u>Budget</u> €€€	<u>Priorité</u> ***
<p>Inciter les commerçants à rénover / embellir leurs vitrines :</p> <ul style="list-style-type: none"> Opération façade Pays Nivernais Morvan <ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'un fonds façade par la Ville de Luzy en lien avec l'opération façade du Pays Nivernais Morvan : sur la base d'un cahier de préconisation, le Pays alloue une enveloppe à la commune qu'elle redistribue aux particuliers selon la règle du 1€ Pays = 1€ commune en complément. Mobiliser les commerçants afin de mener une opération groupée d'embellissement de façades afin de : <ul style="list-style-type: none"> Réaliser des économies d'échelle et gain de temps Susciter un changement radical engendrant un effet de communication Soutien à la mobilisation collective des habitants, associations locales pour embellir les coeurs de bourg : <ul style="list-style-type: none"> Réalisation d'une façade commerciale type (conception par un architecte) afin d'inciter les commerçants à rénover les leurs Organisation de journées d'embellissement mobilisant les habitants, commerçants etc... pour réaliser des travaux légers d'embellissement des façades commerciales Prêt vitrines rénovées de la CCI Nièvre : <ul style="list-style-type: none"> Montant de crédit jusqu'à 80 % du programme TTC des travaux Crédit de 4 500 € minimum à 15 250 € maximum Durée du crédit de 2 à 5 ans Remboursement mensuel ou trimestriel Taux de référence 2016 : 0,5 % (taux fixe sur toute la durée du prêt) 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> CCI Nièvre Pays Nivernais Morvan Communauté de communes Chambre d'agriculture (partenariat avec école du bâti) État / Région / Conseil Départemental ACAL <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> Opération façade Pays Nivernais Morvan (enveloppe éventuelle attribuée à Luzy : 10 000 € HT) Soutien Pays Nivernais Morvan aux actions collectives d'embellissement des coeurs de bourg : Contrat de Pays + Leader (financement de 60 à 80 % avec un plafond d'aides cumulées de 12 000 €) Prêt vitrines rénovées CCI Nièvre <p>Études complémentaires</p> <p>Étude conception d'une façade</p>		
	<p>Publics visés</p> <p>Commerçants centre-bourg Luzy</p>		

3.3	Concevoir une signalétique spécifique aux commerçants du centre-bourg <u>Enjeux</u> Améliorer la visibilité des commerçants du centre-bourg de Luzy	<u>Budget</u> €€€	<u>Priorité</u> ***
<u>Actions à mener :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Concevoir une signalétique particulière pour les commerces afin d'attirer les consommateurs en centre-bourg et de rendre leurs déplacements plus simples et rapides : <ul style="list-style-type: none"> ○ Reprendre la thématique du logo des commerçants de Luzy  ○ Organisation de phases de concertation avec les commerçants pour valider le projet de signalétique ○ Élaborer un schéma d'implantation de la signalétique : repérer les endroits permettant un impact visuel fort ○ Prévoir une évolution dans le temps de la signalétique afin de renforcer sa visibilité ○ Se servir du logo pour indiquer les parkings permettant d'aller consommer en centre-bourg ○ Organisation d'un concours d'idées lors d'événements luzycois pour la création d'un totem 	<u>Partenaires</u> <ul style="list-style-type: none"> • État (DETR et SIPL) • Région Bourgogne-Franche Comté (fonds d'investissement BTP) • ACAL <u>Outils</u> <ul style="list-style-type: none"> • Logo « Just Luzy » • Concertation • Étude de conception <u>Études complémentaires</u> <p>Étude pour la conception et la réalisation d'une signalétique de centre-bourg</p> <u>Publics visés</u> <p>Commerçants / consommateurs (habitants, touristes...)</p>		

3.4	<h2 data-bbox="411 104 1365 192">Création d'un site internet et d'un annuaire des commerçants</h2> <p data-bbox="411 208 500 235"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="411 247 1462 276">Améliorer la visibilité des acteurs économiques et créer de nouveaux débouchés</p> <p data-bbox="411 289 887 317">Rendre le centre-bourg plus attractif</p>	Budget	Priorité
	<p>Objectifs : Favoriser l'adaptation des acteurs économiques de centre-bourg aux nouveaux modes de consommation</p> <p>Actions à mener :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créer un site internet dédié aux acteurs économiques (commerçants, artisans, prestataires de services, entreprises) de Luzy et/ou aux commerçants de la Communauté de communes : <p>La présence sur internet est une nécessité pour les acteurs économiques. Elle constitue une opportunité pour profiter des atouts de la proximité, renforcer le lien avec la clientèle et apporter un complément de chiffre d'affaire.</p> <p>Il devient indispensable d'être présent tant sur les réseaux sociaux que sur un site internet commun, lequel peut être mis en place avec le concours de la collectivité :</p> <p>La présence sur les réseaux sociaux est un acte individuel qui assure une visibilité minimum et offre un espace pour informer, échanger et communiquer. Il permet à chaque commerce de se positionner, d'établir un dialogue direct avec les clients mais également de pouvoir intervenir pour rectifier les commentaires négatifs.</p> <p>Le site internet constitue un espace commun qui permet de montrer l'offre de l'ensemble des acteurs économiques, et de créer une plateforme de vente en ligne. Parmi les fonctionnalités possibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Reconstituer le village commerçant afin de donner envie de s'y rendre, par présentation de chaque commerce du centre-bourg (photos, films, présentation de l'offre) ○ Développement d'une offre promotionnelle ○ Développement du lien avec la clientèle/fidélisation ○ Vente en ligne <p>Il existe aujourd'hui différents prestataires qui assurent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ La mise en place de site et la formation des commerçants, ○ L'animation et l'évolution du site avec les commerçants, ○ La vente en ligne, <p>Le choix de ce prestataire est une décision collective qui doit impliquer un maximum de commerçants pour avoir une bonne efficacité. Deux prestataires</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ La plateforme http://www.acheteza.com/ est une place de marché déployée en France dans 50 territoires d'ici fin 2016 et qui vise 150 territoires d'ici fin 2017. ○ « J'achète en Ville » : un site permettant de regrouper les offres, les produits et les animations de la ville ; Exemple : La Fédération des unions commerciales de l'Artois a retenu cette société et développé le site : http://www.jacheteenartois.com/ • Créer un annuaire papier des commerçants : <ul style="list-style-type: none"> ○ Distribué 1 fois par an à tous les habitants de Luzy ○ En libre-service dans les lieux publics (Office de tourisme, Mairie...) ○ Possibilité d'utiliser les contenus du site internet 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pays Nivernais Morvan • Communauté de communes • État / Région / Conseil Départemental • ACAL <p>Outils</p> <ul style="list-style-type: none"> • La plateforme « J'achète en Ville » • La plateforme http://www.acheteza.com/ <p>Études complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - étude / analyse des clientèles locales (comportements, flux, attentes, etc.) - définir le périmètre et les offres de produits existantes - retours d'expériences (Puy en Velay, Autun) <p>Publics visés</p> <ul style="list-style-type: none"> - acteurs économiques - consommateurs (habitants, touristes...) 	

3.5	<h2 data-bbox="444 98 1635 198">Camion de vente ambulante « JUST'LUZY »</h2> <p data-bbox="444 198 1635 314">Enjeux Améliorer la visibilité des commerçants et créer de nouveaux débouchés</p>	<p data-bbox="1635 98 1859 198">Budget</p> <p data-bbox="1635 198 1859 314">€€€</p>	<p data-bbox="1859 98 2084 198">Priorité</p> <p data-bbox="1859 198 2084 314">***</p>
<ul style="list-style-type: none"> Objectifs : <ul style="list-style-type: none"> Répondre aux besoins de personnes ne pouvant pas se déplacer Permettre aux commerçants de démarquer leur offre de celles des grandes surfaces Développer la proximité des commerçants de centre-bourg avec leur clientèle Actions à mener : Achat d'un camion de vente ambulante de produits « Just'Luzy » : Vente des produits des commerçants du centre-bourg sur le bassin de vie luzycois et présentés sur le site internet « Just'Luzy » Cela permet de : <ul style="list-style-type: none"> Mutualiser les moyens mis en œuvre par les commerçants Mettre en place un système de réservation/commandes depuis le site internet « Just'Luzy » Il s'agit déterminer préalablement : <ul style="list-style-type: none"> Le potentiel de clientèle Le modèle économique La participation des commerçants Les produits pouvant être commercialisés de cette manière La fréquence de passage du camion Le tracé Fonctionnalité digitale 	<p data-bbox="1635 322 1859 350">Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Pays Nivernais Morvan Communauté de communes État / Région / Conseil Départemental <p data-bbox="1635 600 1859 628">Études complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Étude de faisabilité <p data-bbox="1635 1116 1859 1144">Publics visés</p> <p data-bbox="1635 1144 1859 1244">Commerçants, habitants du bassin de vie luzycois, personnes peu mobiles</p>		



3.6	<h2 data-bbox="388 128 1179 171">Redynamiser le marché hebdomadaire</h2> <p data-bbox="388 223 482 250"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="388 258 864 287">Rendre le centre-bourg plus attractif</p>	<p data-bbox="1630 104 1724 128"><u>Budget</u></p> <p data-bbox="1664 176 1787 223">€€€</p>	<p data-bbox="1855 104 1949 128"><u>Priorité</u></p> <p data-bbox="1877 160 2039 208">***</p>
<ul style="list-style-type: none"> Objectifs : redynamiser le marché, le rendre plus visible et améliorer les conditions d'accueil des commerçants Actions à mener : <ul style="list-style-type: none"> Mise en place de bornes foraines à l'emplacement du marché existants (4 bornes desservant chacune 2 usagers en eau potable et électricité). Cette action doit être coordonnée avec les aménagements globaux prévus dans l'axe n°1 du plan-guide. Accroître la communication relative aux jours de marché (Radio locale, Journaux locaux, sites internet) Densifier l'offre de produits : <ul style="list-style-type: none"> Mener une enquête auprès des usagers afin d'identifier l'offre manquante Proposer une offre nouvelle attirant de nouveaux segments de clientèle (notamment organisation d'événements, jeux concours ACAL...) Exemple : Île d'Oléron : organisation de l'événement « les chefs cuisinent sur le marché ». Envisager l'organisation de démonstrations culinaires en partenariat avec les producteurs et restaurateurs locaux. Mettre en valeur les produits locaux Améliorer et aménager les vitrines/façades des commerces sédentaires afin que ces derniers puissent capter les flux générés par le marché hebdomadaire Réaménagement et/ ou agrandissement de l'espace accueillant les exposants et création de lieux de convivialité pour consommer directement les produits vendus sur le marché 	 <p data-bbox="361 1319 788 1351">Place du 11 novembre 1918 - hypothèse 1</p>  <p data-bbox="1012 1319 1349 1351">Place du 11 novembre 1918 - hypothèse 2</p>	<p data-bbox="1630 322 1769 346"><u>Partenaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Pays Nivernais Morvan Communauté de communes PSM Etat / Région / Conseil Départemental Syndicat Départemental des Commerçants sédentaires CCI de la Nièvre <p data-bbox="1630 620 1949 644"><u>Études complémentaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Étude de Maîtrise d'œuvre si aménagement du marché (Cf. Axe 1) 	<p data-bbox="1630 1137 1814 1160"><u>Publics visés</u></p> <p data-bbox="1630 1168 1918 1197">Forains, consommateurs</p>

Agir sur l'immobilier commercial

3.7	Boutique « prête à l'emploi » et « vitrines éphémères » <u>Enjeux</u> Redynamiser l'activité commerçante en centre-bourg	Budget €€€	Priorité ***
	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Objectifs</u> : permettre à la Ville de Luzy de pouvoir accueillir de nouveaux porteurs de projet en centre-bourg • <u>Actions à mener</u> : <ul style="list-style-type: none"> ○ Réhabilitation par la Ville de Luzy de locaux commerciaux pouvant être loués à un prix attractif à des porteurs de projets (Boutique prêt à l'emploi) : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réduction des coûts d'investissement initiaux pour le commerçant (aménagement préliminaire du local) ▪ Bail précaire permettant de tester le concept commercial et possibilité de réévaluation du loyer si l'activité commerciale se pérennise ▪ Rapidité de mise à disposition ○ Réhabilitation d'un local par la Ville de Luzy afin de le louer de façon ponctuelle à des artisans / commerçants voulant promouvoir certains produits lors de périodes particulières (Vitrines éphémères) : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actions de communication à mener avec partenaires institutionnels tels que Communauté de communes des Portes Sud du Morvan, Chambre des métiers et de l'artisanat, Chambre de commerce et d'industrie ▪ Mettre en place un planning afin de gérer les locations ▪ Réflexion sur l'occupation du local lors de la saison basse (vente de produits locaux, promotions, utilisation de la vitrine en support de communication, expositions d'art ou d'artisanat d'art, etc.) 	Partenaires <ul style="list-style-type: none"> • Région dans le cadre du Contrat de Pays • Leader (plafond 75 000 €) • Etat : DETR et SPL • Pays Nivernais Morvan • Communauté de communes PSM 	Publics visés <ul style="list-style-type: none"> • Porteurs de projets • Artisans d'art • Producteurs locaux

3.8	<h2>Mobiliser les propriétaires de locaux commerciaux vacants</h2> <p><u>Enjeux</u></p> <p>Lutter contre la friche commerciale Inciter les propriétaires de commerces à ne pas laisser leur bien sans occupation, et favoriser une gestion dynamique des pieds d'immeuble</p>	<p><u>Budget</u></p> <p>€€€</p>	<p><u>Priorité</u></p> <p>***</p>
	<p>Afin de redynamiser le centre-bourg, il est important d'inciter les propriétaires de locaux commerciaux vacants à louer leurs biens. Pour cela plusieurs hypothèses peuvent être envisagées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mener une étude sur le montant adéquat imputé à la location de locaux commerciaux dans le centre-bourg de Luzy • Inciter les propriétaires à louer leurs locaux commerciaux à un prix modéré en contrepartie de la rénovation de la façade du bâtiment par la collectivité • Mettre en place une taxe sur les locaux commerciaux vacants <p>Cette taxe peut être mise en place sur décision de la commune (ou de l'établissement public de coopération intercommunale). Elle peut être imposée annuellement aux biens concernés par la taxe foncière sur les propriétés bâties (immeubles de bureaux ou utilisés pour une activité commerciale, parkings des centres commerciaux, lieux de dépôt ou de stockage). La condition d'imposition est que ces biens ne soient plus affectés à une activité soumise à cotisation foncière des entreprises (CFE) depuis au moins 2 ans au 1er janvier de l'année d'imposition et qu'ils soient restés inoccupés pendant cette période. Cette taxe n'est pas due lorsque l'absence d'exploitation des biens est indépendante de la volonté du contribuable. Elle doit être prise avant le 1er octobre pour être perçue l'année suivante. Une fois la taxe instituée, l'autorité locale doit transmettre chaque année à l'administration fiscale la liste des biens concernés, et ce, avant le 1er octobre de l'année qui précède l'année où la taxe sera perçue.</p> <p>La taxe est assise :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sur le revenu net servant de base à la taxe foncière sur les propriétés bâties. • Elle est soumise à des taux évolutifs : 10 % la 1e année d'imposition, 15 % la 2e année, 20 % à partir de la 3e année. • L'autorité locale peut décider d'augmenter les taux, mais elle ne peut pas dépasser le double du montant fixé. <p>L'instauration de cette taxe a pour objectif d'inciter les propriétaires fonciers qui délaissent leurs biens à les remettre sur le marché. Elle doit être explicitée, et être conçue comme un élément de dialogue et être l'occasion permettant d'ouvrir des alternatives comme des mises à disposition, baux précaires, convention d'occupation avec la ville, expositions et vitrines éphémères (cf. fiche action 3.7), etc...</p>	<p><u>Partenaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Administration fiscale • CCI (étude montant loyer locaux commerciaux) • Pays Nivernais Morvan • Communauté de communes PSM • Chambre d'agriculture (partenariat avec école du bâti) • État / Région / Conseil Départemental <p><u>Outils</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Texte : Article 1530 du code général des impôts <p><u>Études complémentaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparation délibération municipale / définition des actifs concernés <p><u>Publics visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires de boutiques 	

3.9	<h2>Faire de Luzy une ville connectée</h2> <p><u>Enjeux</u> Attirer de nouvelles populations à Luzy</p>	<u>Budget</u> €€€	<u>Priorité</u> ***
<ul style="list-style-type: none"> • Objectifs : proposer une offre de services permettant d'attirer de nouvelles populations et faire de Luzy une ville connectée • Actions à mener : <ul style="list-style-type: none"> ○ Création d'un espace de télétravail/coworking : Le coworking consiste à partager un espace de travail adapté (salles, connectivité) offrant une dynamique d'animation spécifique qui permet à ses utilisateurs (entrepreneurs, indépendants, porteurs de projet d'entreprise) de développer leur activité et leur créativité. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nécessité de quantifier préalablement la demande et de cibler le public intéressé par cette offre de service ▪ Proposition de lieu où créer cet espace : Bâtiment France Télécom (Place du Champ de Foire) ▪ Envisager un partenariat avec Orange relatif à la promotion du télétravail / coworking ▪ Envisager le déplacement du FabLab ○ Possibilité de réaliser un phasage de l'opération avec une première tranche correspondant à la réhabilitation de 110 m² environ du bâtiment comprenant 2 bureaux fermés de 16 m², 1 plateau de coworking de 25 m², une salle de réunion/visioconférence de 25 m² et 1 hall d'entrée de 15 m². 	<p>Partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feader • Région : fonds sectoriels numériques • Mission numérique du Pays Nivernais Morvan • État / Région / Conseil Départemental • Communauté de communes PSM 		
<p>Études complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etude de faisabilité • Étude de maîtrise d'œuvre/architecture 	<p>Publics visés</p> <p>Habitants de Luzy Néoruraux Entrepreneurs locaux</p>		

Renforcer l'identité luzycoise au travers
l'axe de développement économique

3.10	Soutenir les filières révélatrices de l'identité luzycoise <p><u>Enjeux</u> Développer les activités économiques en centre-bourg</p>	Budget €€€	Priorité ***
	<p>Actions à mener :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Faire réaliser une étude de potentialité sur les filières à renforcer ou à révéler ○ Identifier un positionnement propre à Luzy et identifier les spécificités pouvant être révélées en partenariat avec d'autres territoires limitrophes ○ Domaines pressentis : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Événements culturels ▪ Artisanat d'art (forges du Morvan, poteries du Bazois...) ▪ Produit locaux ▪ Gastronomie ○ Hypothèse d'une labérisation Ville et métiers d'art (association ayant créé un label « ville et métiers d'art » qui regroupe près de 70 villes) <p>L'obtention du label suppose la mise en œuvre d'un programme d'actions et un engagement à entreprendre afin de mener différentes initiatives pour le développement des métiers d'art.</p> <p>Les actions permettant l'obtention du label sont au nombre de 5 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ « Favoriser le développement des métiers d'art dans la ville » Exemples d'actions : étude stratégique, poste d'animateur, accompagnement des entreprises, la création de pépinières pour les jeunes créateurs, création d'une maison des métiers d'art, mise en valeur de l'espace urbain ▪ « Organiser des campagnes d'information et de promotion des métiers d'art » Exemples d'actions : expositions, organisation de foire et salons, colloques, etc... ▪ « Assurer la pérennité des savoir-faire » Exemples d'actions : création d'atelier musée, soutien à l'édition à la réalisation de campagnes photographiques, etc. ▪ « Développer le tourisme culturel » Exemples d'actions : organisation de circuit et de visites, journées portes ouvertes, support de promotion sur internet ou papier, actions en faveur du renouveau de l'objet touristique, etc... ▪ « Mener des actions de sensibilisation et de formation » Exemples d'actions : soutien à des ateliers de sensibilisation aux métiers d'art, organisation de forums, participation à l'accueil de classes, soutien à des établissements de formation, etc. 	Partenaires <ul style="list-style-type: none"> • Association Ville et Métiers d'art (http://www.vma.asso.fr/vma.html) 	Outils <ul style="list-style-type: none"> • Labérisation • Partenariat avec des territoires limitrophes
		Études complémentaires <ul style="list-style-type: none"> • Étude de potentialité 	Publics visés Habitants, touristes Artisans d'art

3.11	<h2 data-bbox="388 128 1264 168">Favoriser l'économie circulaire et solidaire</h2> <p data-bbox="388 223 478 247"><u>Enjeux</u></p> <p data-bbox="388 255 1170 287">Développer l'économie sociale et solidaire en centre-bourg</p>	Budget €€€	Priorité ***
<p data-bbox="181 358 1581 414">Accompagnement et soutien aux démarches collectives type boutique éphémère, magasin d'artisanat d'art, point de vente collectif de produits agricoles locaux</p> <p data-bbox="181 462 579 485">Création d'une monnaie locale</p> <ul data-bbox="181 501 1596 1383" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="181 501 361 525"><u>Objectifs</u> : <ul data-bbox="332 541 1574 779" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="332 541 1170 597">○ Dynamiser les échanges locaux et l'économie locale car la validité de la monnaie est limitée à un territoire (petits commerces de proximité, producteurs locaux, etc.) <li data-bbox="332 605 1484 660">○ Maintenir les emplois dans le territoire et en créer de nouveaux car l'accroissement de la consommation locale relance l'économie locale <li data-bbox="332 668 1394 692">○ Favoriser les échanges entre citoyens car la monnaie est un symbole identitaire fort <li data-bbox="332 700 1282 724">○ Créer une économie circulaire bénéfique aux acteurs économiques locaux <li data-bbox="332 732 1417 755">○ Redonner du sens aux achats et un sentiment d'appartenance à une communauté <li data-bbox="181 819 563 843"><u>Étapes de mise en œuvre</u> : <ul data-bbox="332 859 1596 1383" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="332 859 1551 954">○ Définir le cadre légal : association, coopérative etc... La monnaie doit circuler entre acteurs prêts à incarner les valeurs et objectifs qui seront définis dans une charte. Ils doivent donc être adhérents d'un groupe identifiable. <li data-bbox="332 962 1080 986">○ Rédiger une charte relative à l'usage de la monnaie locale <li data-bbox="332 994 1484 1303">○ Définir le fonctionnement de la monnaie : <ul data-bbox="428 1033 1484 1303" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="428 1033 1170 1057">▪ Conditions d'achat, de reconversion en monnaie nationale pour les professionnels <li data-bbox="428 1065 1170 1089">▪ Adoption ou non du principe de fonte et si oui définition des périodicités et modicités <li data-bbox="428 1097 1170 1121">▪ Désignation / création de l'organe d'émission et gestion de la monnaie locale <li data-bbox="428 1129 810 1152">▪ Choix du nom de la monnaie <li data-bbox="428 1160 1012 1184">▪ Définition des coupures et de leur illustration <li data-bbox="428 1192 968 1216">▪ Fabrication et prévention contre la fraude <li data-bbox="428 1224 1012 1248">▪ Mise en perspective d'évolution avec le temps <li data-bbox="428 1256 1012 1279">▪ Modalités du placement du fonds de garanti <li data-bbox="332 1311 1349 1335">○ Préparer la communication : créer une plaquette d'information simple et conviviale <li data-bbox="332 1343 1102 1367">○ Définir l'action de promotion pour le lancement de l'opération 	<p data-bbox="1619 319 1769 343">Partenaires</p> <p data-bbox="1619 350 2023 541">Associations accompagnant les porteurs de projets désirant mettre en place une monnaie locale, notamment l'association Colibri (https://www.colibris-lemouvement.org)</p>	<p data-bbox="1619 597 1927 620">Etudes complémentaires</p> <p data-bbox="1619 628 2023 755">Mener des phases de concertation avec les élus puis l'ensemble de la population (habitants, commerçants...)</p>	<p data-bbox="1619 867 1792 890">Publics visés</p> <ul data-bbox="1619 898 1971 994" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1619 898 1927 922">• Acteurs économiques <li data-bbox="1619 930 1971 954">• Citoyens consommateurs <li data-bbox="1619 962 1837 986">• Associations

**Cette étude d'aménagement durable
pour la revitalisation du centre-bourg
de Luzy**

a été financée par



avec le concours de

**RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ**



PAYS NIVERNAIS MORVAN

