



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

## 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

### • 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

### • 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


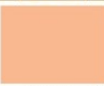



- 3.10 - Soutenir les filières révélatrices de l'identité luzycoise
- 3.11 - Favoriser l'économie circulaire et solidaire

## AXE 0 – Renforcer l'âme du village





0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité
	Enjeux 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>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie, LVF</li> <li>- Communauté de Communes</li> <li>- PNR du Morvan</li> </ul>	
<p><b>La pierre et le patrimoine</b></p>  <p><b>Le rapport à l'Alène</b></p> 		<b>Outils</b>	
<p><b>Les façades commerciales et les places du village</b></p>   <p><b>Le mobilier lie de vin</b></p> 		<b>Etudes complémentaires</b>	
		<b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habitants</li> <li>- Touristes et visiteurs de passage</li> </ul>	

0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité
	Enjeux Harmoniser les couleurs et les matériaux de façade du bâti	€€€	***
Les couleurs de demain, en harmonie avec la charte du Parc Naturel Régional.		Partenaires - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan	
<div><div></div><div></div><div></div></div> <p>Restauration de l'Hôtel-restaurant du Morvan</p> <p>Couleurs d'enduits recommandées pour le Morvan granitique :</p> <div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <p>Des coloris et des nuances</p> <div><div><p>Gris bleu • Réf. RDS : 2405015</p></div><div><p>Gris Vézelay • Réf. RDS : 0957010</p></div><div><p>Gris clair • Réf. RDS : 1807005</p></div><div><p>Bleu foncé • Réf. RDS : 2303020</p></div><div><p>Bleu voile • Réf. RDS : 2204020</p></div><div><p>Vert foncé • Réf. RDS : 1403030</p></div><div><p>Vert moyen • Réf. RDS : 1204030</p></div><div><p>Vert voile • Réf. RDS : 1205030</p></div><div><p>Rouge brun • Réf. RDS : 0303040</p></div><div><p>Rouge basque • Réf. RDS : 0303040</p></div><div><p>Rose foncé • Réf. RDS : 0303040</p></div><div><p>Rose • Réf. RDS : 0303040</p></div><div><p>Gris foncé • Réf. RDS : 2404010</p></div></div>		Outils	
		Etudes complémentaires	
		Publics visés - Habitants - Touristes et visiteurs de passage	



0.1		Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité
		<b>Enjeux</b> Harmoniser les couleurs et les matériaux de façade du bâti	€€€	***
Quelques exemples de rénovations réussies :			<b>Partenaires</b> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan	
  			<b>Outils</b>	
<p>Immeuble en centre-ville de Nevers (58) Création de 5 logements locatifs Atelier d'architecture <a href="#">Videau</a></p>   			<b>Etudes complémentaires</b>	
<p>Réhabilitation de 3 bâtiments pour création de 6 logements par Nièvre Habitat à Moulins-Engilbert (58) Atelier d'architecture <a href="#">Arkedit</a></p> <p>Réhabilitation et rénovation de maisons individuelles à Flavigny-sur-Ozerain (21), dans le Morvan (58) Atelier d'architecture <a href="#">Correia</a></p>			<b>Publics visés</b> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage	


Mise en place d'une charte graphique		Budget	Priorité
0.1	<b>Enjeux</b> Harmoniser les devantures et les enseignes des commerces en centre-bourg	€€€	***
Une architecture commerciale sobre, bien intégrée et respectueuse de l'architecture du centre bourg.		<b>Partenaires</b> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan	
<b>Des enseignes</b>   		<b>Outils</b>	
Respecter le rythme et le parcellaire des façades, même si le commerce s'étend sur plusieurs façades successives.		<b>Etudes complémentaires</b>	
Respecter le rythme des façades et le dénivelé de la rue dans la hauteur et la position du bandeau. Diversifier les couleurs des devantures.		<b>Publics visés</b> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage - Clients & commerçants	
Devanture en feuillure ou en applique.			
			
Limiter les enseignes à une par magasin. Trop d'enseignes brouille la lecture.			



0.1	<b>Mise en place d'une charte graphique</b>	Budget <b>€€€</b>	Priorité <b>***</b>
	<b>Enjeux</b> Mettre en place une signalétique urbaine et touristique		
<p>Parcours touristique numérique et matérialisé par un fléchage, symbole de la Tour des Barons, panneau de explicatif.</p>  <p>La mise en place d'une signalétique touristique représente un enjeu pour l'image et l'attractivité de Luzu. Il est nécessaire de recenser les besoins en matière de signalétique et de structurer, hiérarchiser et décliner les différents outils de signalétique.</p>		<b>Partenaires</b> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan	<b>Outils</b>
		<b>Etudes complémentaires</b>	<b>Publics visés</b> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage

0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité
	<b>Enjeux</b> Renforcer l'identité du centre historique à travers des matériaux de qualité	€€€	***
<p>Des tons clairs qui contrastent avec l'enrobé noir, au caractère routier, du reste de la commune.</p> <p>Pierre calcaire, béton désactivé clair, sable stabilisé, enrobés clairs, bois.</p> <div>  </div>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie, LVF</li> <li>- Communauté de Communes</li> <li>- PNR du Morvan</li> </ul>	
		<b>Outils</b>	
		<b>Etudes complémentaires</b>	
		<b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habitants</li> <li>- Touristes et visiteurs de passage</li> </ul>	



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

0.1 Mise en place d'une charte graphique		Budget	Priorité
Enjeux Renforcer l'identité du centre historique à travers un mobilier urbain convivial		€€€	***
<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> <div></div> <div></div> <div></div>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mairie, LVF</li><li>- Communauté de Communes</li><li>- PNR du Morvan</li></ul> <p><b>Outils</b></p> <p><b>Etudes complémentaires</b></p> <p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Habitants</li><li>- Touristes et visiteurs de passage</li></ul>	



0.1	Mise en place d'une charte graphique	Budget	Priorité
	Enjeux Réintroduire la nature en ville et favoriser l'appropriation végétale de l'espace urbain	€€€	***
<ul style="list-style-type: none"> <li>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 ...</li> <li>Amélioration de l'intérêt écologique des berges de l'Alène.</li> <li>Définition d'une palette végétale adaptée pour les futures plantations.</li> </ul>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie, LVF</li> <li>- Communauté de Communes</li> <li>- PNR du Morvan</li> </ul>	
  		<b>Outils</b>	
		<b>Etudes complémentaires</b>	
		<b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habitants</li> <li>- Touristes et visiteurs de passage</li> </ul>	

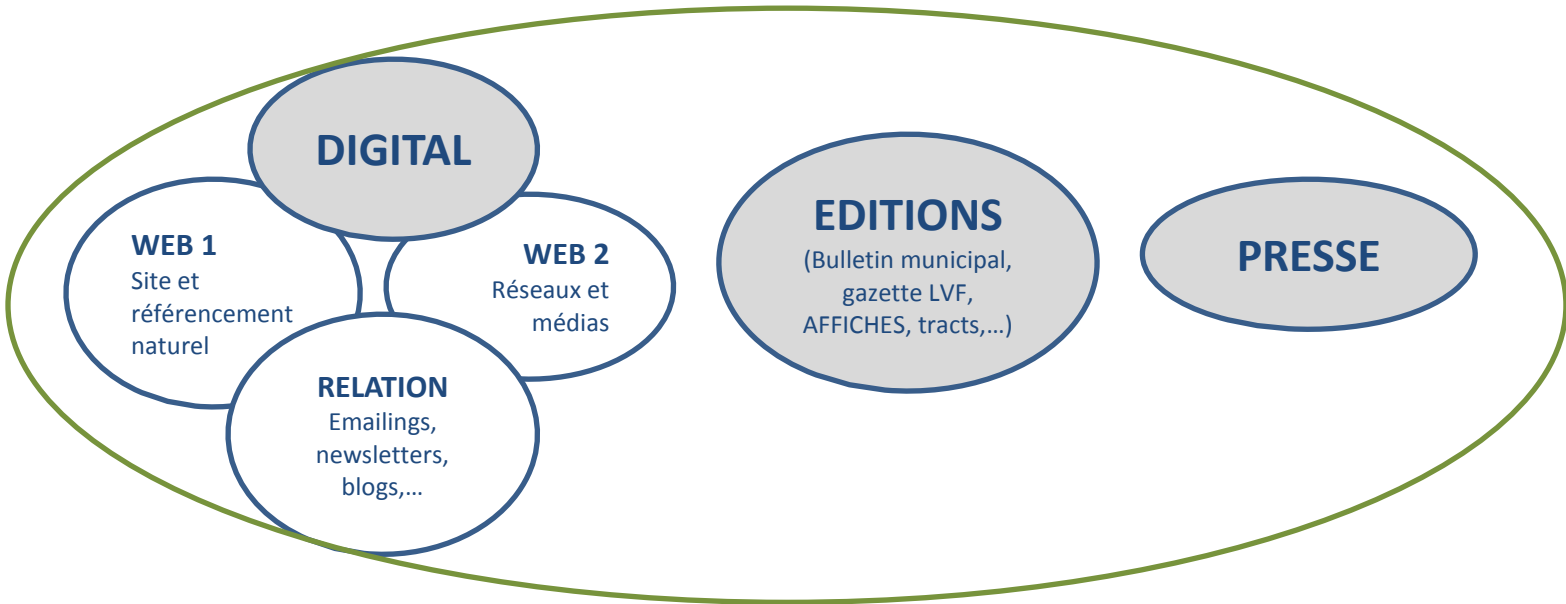
0.2 Promouvoir les savoir-faire locaux		Budget	Priorité
Enjeux Valoriser et affirmer les savoir-faire locaux comme éléments d'identité		€€€	***
L'artisanat d'art		Partenaires	
		- Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan	
   		Outils	
La filière bois		Etudes complémentaires	
Les produits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



0.3	<b>Renforcer l'identité culturelle</b>	<b>Budget</b>	<b>Priorité</b>
	<b>Enjeux</b> Affirmer l'attractivité culturelle luzycoise.	€€€	***
<p><b>68 associations :</b> culturelles, sportives, agricoles, éducatives et sociales</p>  		<b>Partenaires</b> - Mairie, LVF - Communauté de Communes - PNR du Morvan	
<p><b>L'accueil des nouveaux arrivants</b></p> 		<b>Outils</b>	
<p><b>Des manifestations et des festivals toute l'année.</b></p>   		<b>Etudes complémentaires</b>	
		<b>Publics visés</b> - Habitants - Touristes et visiteurs de passage	

0.4	Animer la co-construction citoyenne	Budget	Priorité
	<u>Enjeux</u> Maintenir l'émulation collective impulsée par le lancement du projet. Faire évoluer le village avec et pour ses usagers.	€€€	***
<p><b>Comment faire pour maintenir le citoyen au contact du projet et des chantiers qui vont transformer progressivement son cadre de vie ?</b></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"><li>- 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</li><li>- 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)</li><li>- Travailler sur des thèmes et des sujets concrets, de la vie courante, en veillant continuellement à passer du « moi » au « nous »</li><li>- Fabriquer collectivement des réponses, même si elles ne sont pas parfaites. Tester, évaluer, améliorer.</li><li>- Former des animateurs d'ateliers participatifs et autoriser la mise en pratique de leur nouveau savoir-faire.</li></ul> <p>Quelques exemples concrets en écho à ce qui a émergé au cours des derniers mois :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Créer les « RDV avec Luzy Village du Futur »</b>, 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. <i>Ex. Quelles animations nouvelles peut-on imaginer pour profiter pleinement des bords d'Alène ?</i> <i>Ex. Comment faire pour que les parents puissent eux aussi passer un moment agréable pendant que leurs enfants s'amuse dans le nouveau square ?</i></li><li>- <b>Participer au Laboratoire des Villages du Futur</b> 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. <i>Ex. Comment faciliter la mobilité de proximité en périphérie de Luzy et dans les villages et hameaux proches ?</i></li><li>- <b>Organiser 1 chantier participatif expérimental dès 2017</b> sur un aménagement « simple » et motivant</li><li>- <b>Organiser 1 évènement annuel LVF</b> (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.</li><li>- <b>Concrétiser le concept de « Mairie du Futur »</b> en choisissant et en mettant en œuvre collectivement dès 2017 une idée qui a émergé lors du 1<sup>er</sup> atelier.</li></ul>		<u>Partenaires</u> - Pays Nivernais Morvan et son Laboratoire des Villages du Futur - Région BFC - Communauté de Communes - ACAL	
		<u>Outils</u> - Formation aux techniques d'animation - Accompagnement sur des temps forts	
		<u>Publics visés</u> - Les habitants de Luzy et des villages voisins - Les acteurs économiques et associatifs - Les agents de la collectivité	



0.5	<b>Structurer et piloter la communication de la ville LUZY</b>	<b>Budget</b> €€€	<b>Priorité</b> ***
	<b>Enjeux</b> 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>Sur la base des réflexions stratégiques en matière de communication fournies en fin d'étude par Donativo, <b>le principe est de revoir à 360° l'ensemble des outils de communication utilisés par la ville.</b></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>		<b>Partenaires</b> - Conseil Départemental (marketing territorial) - Région BFC - Communauté de Communes - Pays Nivernais Morvan - ACAL - ADT et OT intercommunal (Tourisme)	<b>Outils</b> - Fonctionnement
		<b>Etudes complémentaires</b> - Conseil en communication et création graphique - Refonte globale d'un dispositif de communication (web et éditions)	

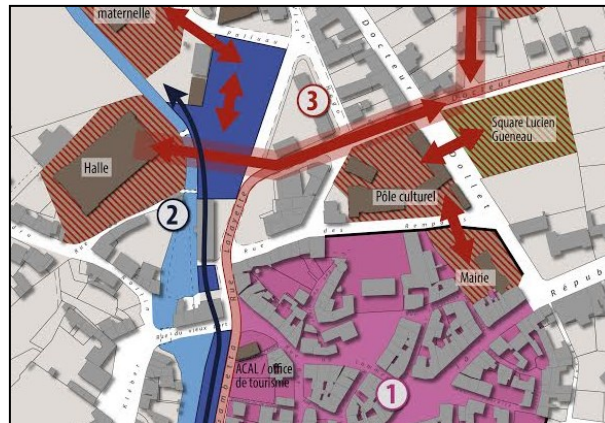
<p>Quels que soit vos choix, nous vous recommandons de <b>mettre en place un « comité de rédaction »</b> (à l'image de ceux de la presse papier) <b>pour alimenter en contenus vos supports de communication, planifier et organiser leur diffusion</b>. A tester en interne dans un 1<sup>er</sup> temps, ce comité peut être élargi selon les événements et besoins à vos partenaires (associations, offices de tourisme,...).</p> <p><b>Sur le DIGITAL :</b> Afin de garantir un maximum de visibilité et de cohérence, l'important sera d'intégrer dès le début de la réflexion <b>l'articulation avec les sites web des partenaires et acteurs du territoire</b>. Le défi de la visibilité ne se gagnera pas seul, il faudra notamment engager une réflexion avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ l'ensemble des acteurs culturels, événementiels et sportifs qui disposent d'un site web ou en ont le projet</li> <li>○ les acteurs institutionnels qui investissent le numérique et notamment la communauté de commune, son office de tourisme intercommunal et le Pays Nivernais Morvan.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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)</li> <li>- 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,</li> <li>- Poursuite de l'animation de la page Facebook Luzy Village du Futur dans une logique de publication à construire</li> <li>- Génération de commentaires ou d'articles sur des espaces web qui parlent de « projets ou d'aménagements publics innovants » (veille à faire)</li> <li>- Peut être envisagée, la création d'une newsletter plus directe sur des sujets prédéfinis et travaillés à l'avance,</li> <li>- Suivi et évaluation de la performance et de la fréquentation de vos espaces web (à minima avec Google Analytics)</li> </ul> <p>NB :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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).</li> <li>- 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.</li> </ul> <p><b>Sur les EDITIONS</b> La même logique d'articulation territoriale peut être envisagée.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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</li> <li>- 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 »</li> <li>- Les campagnes d'affiches (de la Mairie, des associations,...) très souvent utilisées pour différents types de rencontres, manifestations et événements 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,...)</li> </ul> <p><b>Les relations avec la PRESSE</b> En planifiant les événements 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.</p>	<p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les habitants de Luzy et des villages voisins</li> <li>- Les acteurs économiques et associatifs</li> <li>- Les agents de la collectivité</li> <li>- Les partenaires et financeurs de la collectivité</li> </ul> <p><b>Calendrier prévisionnel</b></p> <p>Novembre 2016 : Lancement AO « dispositif de communication Territoire de Luzy »</p> <p>Janvier 2017 : 1<sup>er</sup> comité de rédaction</p> <p>Pour la saison des festivals (printemps 2017) : mise en ligne du nouveau site web <a href="http://www.luz.fr">www.luz.fr</a></p>
---	--

## AXE 1 – Les aménagements du futur

Favoriser la convivialité dans le village



## Orientations générales et déplacements





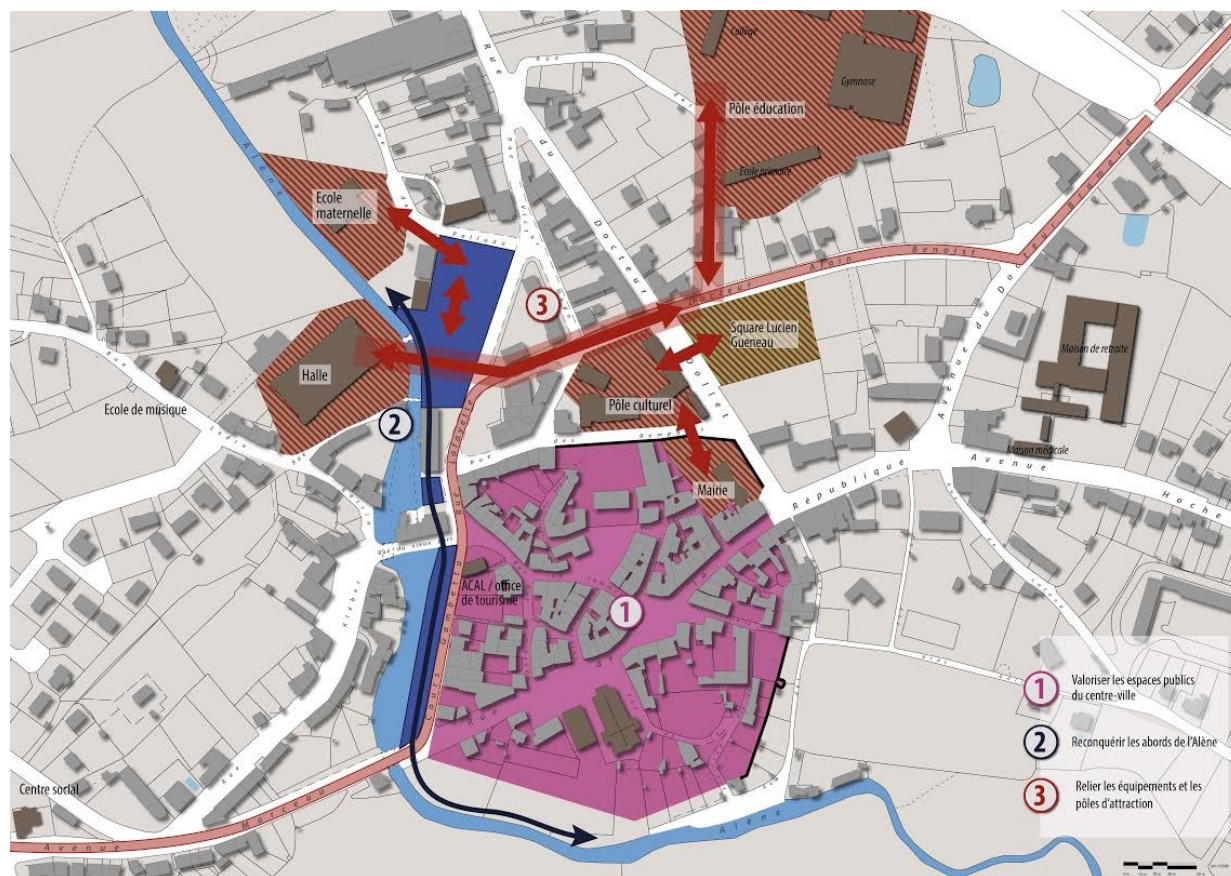
# 1.1

## 3 axes d'aménagement

### Enjeux

Définir une orientation d'aménagement générale

- 1 - Valoriser les espaces publics du cœur de village.
- 2 - Reconquérir les bords de l'Alène.
- 3 - Faciliter et sécuriser les circulations piétonnes et vélos entre les pôles d'attraction et les équipements socio-éducatifs.



### Budget

€€€

### Priorité

\*\*\*

### Partenaires

- Mairie / LVF

### Outils

### Etudes complémentaires

### Publics visés

- Habitants

# 1.2

## Pacifier la cohabitation entre piétons et voitures

### Enjeux

Pacifier le centre bourg : faire ralentir la voiture, favoriser les piétons et les vélos

### Budget

€€€

### Priorité

\*\*\*

Zone partagée (piéton prioritaire) pour la rue de République, la rue du Commerce et le parcours touristique.



### Partenaires

- Mairie, LVF
- Communauté de communes
- ACAL

### Outils

- mise en place d'une Zone 30

### Etudes complémentaires

### Publics visés

- Habitants



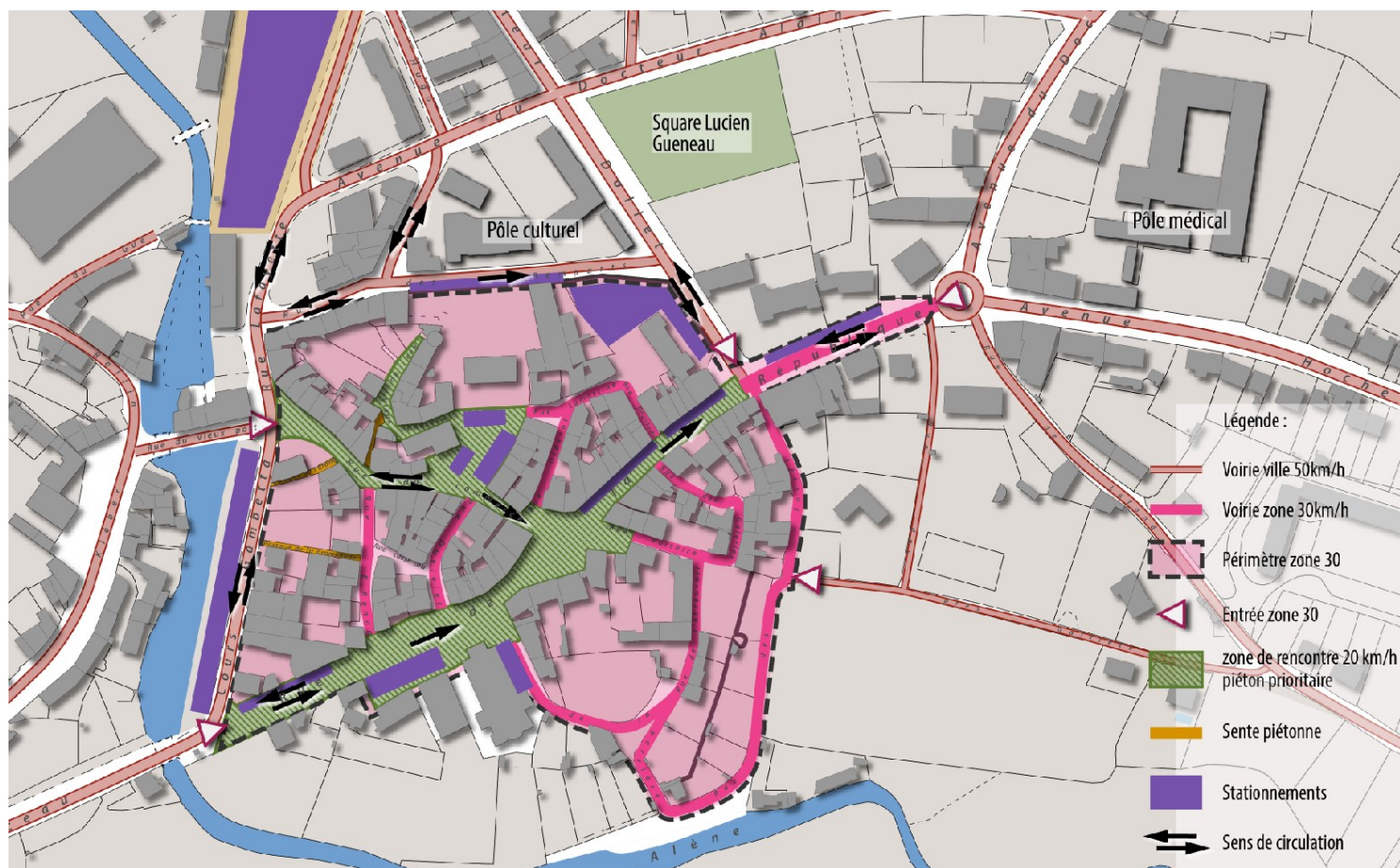
# 1.3

## Les sens de circulation

### Enjeux

Organiser les rues de la République, du Commerce et les places en centre-bourg.

La rue de la République a été préférée 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.



### Budget

€€€

### Priorité

\*\*\*

### Partenaires

- Mairie, LVF
- Communauté de communes
- ACAL

### Outils

- mise en place d'une signalétique réglementaire.

### Etude complémentaire

- comptages / circulation

### Publics visés


- habitants
- commerçants
- passagers en voitures.



## Le centre historique







1.5	La place du 8 mai 1945	Budget	Priorité
	<p><b>Enjeux</b></p> <p>Valoriser en centre-bourg un lieu de partage et de convivialité</p>	€€€	***
<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"> <li>• . Réhabilitation de la place afin de créer : <ul style="list-style-type: none"> <li>- une place de village généreuse autour de la fontaine</li> <li>- des espaces piétonniers qualitatifs et conviviaux, dégagés des voitures</li> <li>- des espaces propices à l'installation de terrasses de café, restaurants...</li> </ul> </li> </ul>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie, LVF</li> <li>- Communauté de communes</li> <li>- ACAL</li> </ul>	
		<b>Outils</b>	
		<p><b>Etudes complémentaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- levé topographique du secteur</li> <li>- étude de sol</li> <li>- mission de maîtrise d'œuvre</li> </ul>	
		<p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- habitants</li> <li>- commerçants</li> <li>- touristes et visiteurs de passage</li> </ul>	

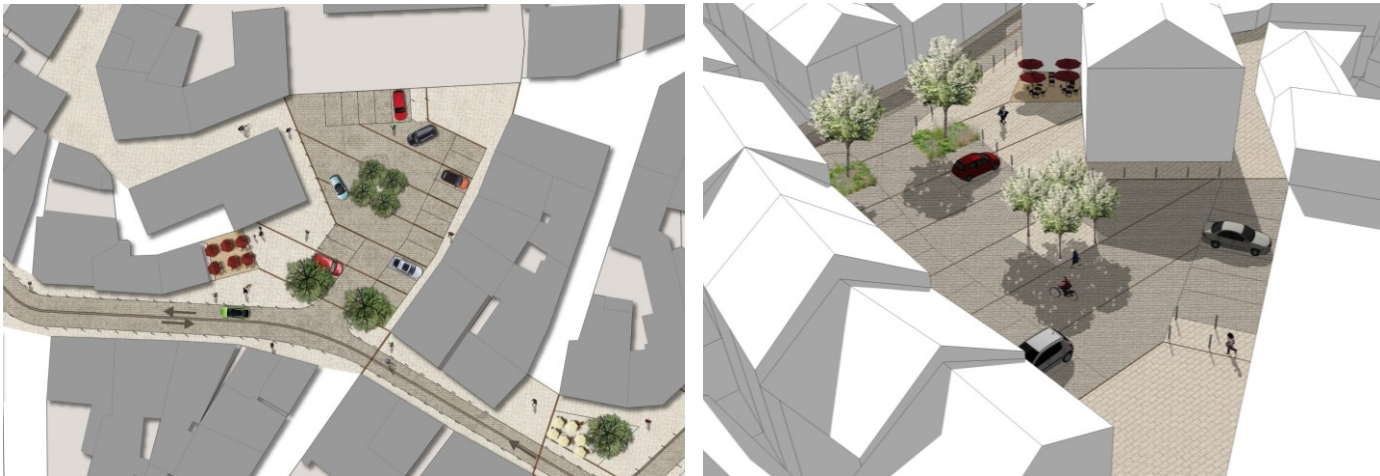





1.7	Le marché couvert	Budget €€€	Priorité ***
<p><b>Enjeux</b> Mettre en réseau les places du village pour offrir des lieux de partage et de convivialité</p>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie, LVF</li> <li>- Communauté de communes</li> <li>- ACAL et commerçants ambulants</li> </ul> <p><b>Outils</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atelier complémentaire pour les deux hypothèses</li> </ul> <p><b>Etudes complémentaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- levé topographique du secteur</li> <li>- étude de sol</li> <li>- mission de maîtrise d'œuvre</li> </ul> <p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- habitants</li> <li>- commerçants</li> <li>- touristes et visiteurs de passage</li> </ul>	
<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> <p>- <b>Hypothèse 1</b> : Le marché couvert est réhabilité et devient un vrai marché couvert alimentaire ou une halle polyvalente.</p> <p>- <b>Hypothèse 2</b> : Le marché couvert est démoli et laisse place à un parking paysager pouvant servir d'extension pour le marché et créer une ouverture vers l'Alène.</p>			
<p><b>Hypothèse 1</b></p> 		<p><b>Hypothèse 2</b></p> 	





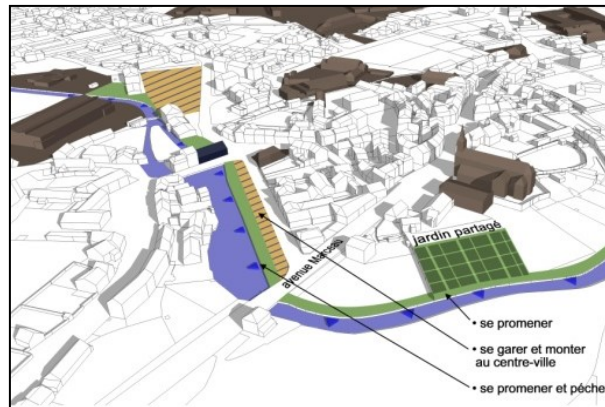
1.9	La place du Maquis Louis	Budget	Priorité
	<u>Enjeux</u> Mettre en réseau les places du village pour offrir des lieux de partage et de convivialité	€€€	***
<p>La place du Maquis Louis est la troisième place historique de centre-bourg de Luzy. Elle constitue aujourd'hui un espace dédié au stationnement des habitants et usagers du centre-ville.</p> <p>Elle nécessite d'être revalorisée pour :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• mettre en valeur le centre historique ancien et l'accès à la tour des Barons et son musée</li><li>• organiser le stationnement autour du monument aux morts et rétablir des pratiques piétonnes sécurisées et clairement identifiables</li><li>• introduire le végétal en centre-bourg</li></ul>		<p><u>Partenaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mairie, LVF</li><li>- Communauté de communes</li><li>- association des commerçants</li></ul>	
		<p><u>Outils</u></p>	
		<p><u>Etudes complémentaires</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- levé topographique du secteur</li><li>- étude de sol</li><li>- mission de maîtrise d'œuvre</li></ul>	
		<p><u>Publics visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- habitants</li><li>- commerçants</li><li>- touristes et visiteurs de passage</li></ul>	

1.10	La place de la Mairie	Budget €€€	Priorité ***
	<p><b>Enjeux</b> Réorganiser le stationnement et favoriser les pratiques autour de l'équipement communal</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><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie, LVF</li> <li>- Communauté de communes</li> </ul>	
		<p><b>Outils</b></p>	
		<p><b>Etudes complémentaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- levé topographique du secteur</li> <li>- étude de sol</li> <li>- mission de maîtrise d'œuvre</li> </ul>	
		<p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- habitants</li> <li>- usagers de la mairie</li> <li>- touristes et visiteurs de passage</li> </ul>	


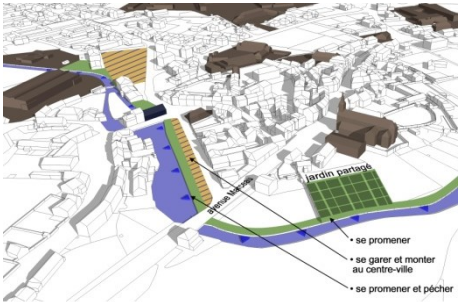

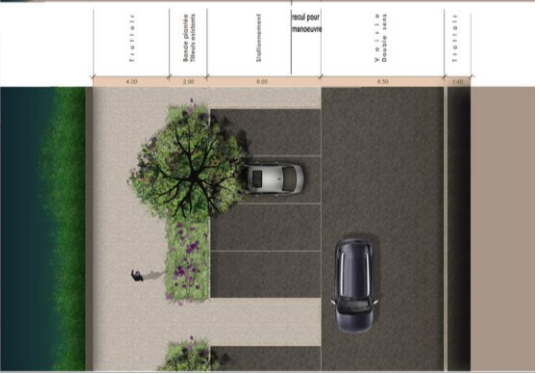




## Les bords de l'Alène




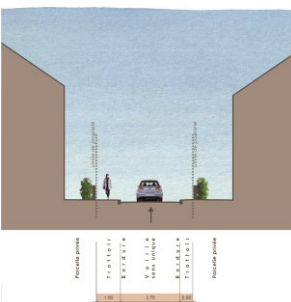
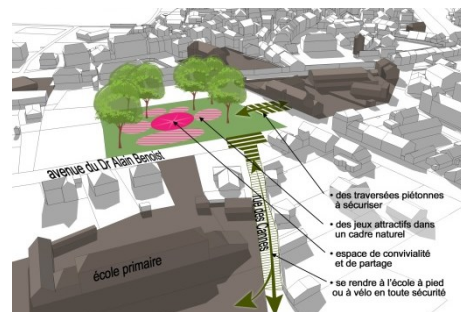
1.12	Le Champ de Foire	Budget €€€	Priorité ***
<p><b>Enjeux :</b> Créer un espace fonctionnel, qualitatif et paysager qui permette de renouer des liens entre le centre-bourg et l'Alène.</p>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie, LVF</li> <li>- Communauté de communes</li> <li>- ACAL</li> <li>- Associations</li> </ul> <p><b>Outils</b></p> <p><b>Etudes complémentaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- levé topographique du secteur</li> <li>- étude de sol</li> <li>- mission de maîtrise d'œuvre</li> </ul> <p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- habitants</li> <li>- commerçants</li> <li>- associations</li> <li>- touristes et visiteurs de passage</li> </ul>	
<p>Le Champ de Foire est aujourd'hui un vaste espace d'enrobé dégradé. Il est proposé d'y créer :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• un espace paysager, accueillant des stationnements non organisés sur une esplanade polyvalente multifonction</li> <li>• une esplanade verte vers l'Alène et un aménagement qualitatif des berges</li> </ul>		      	

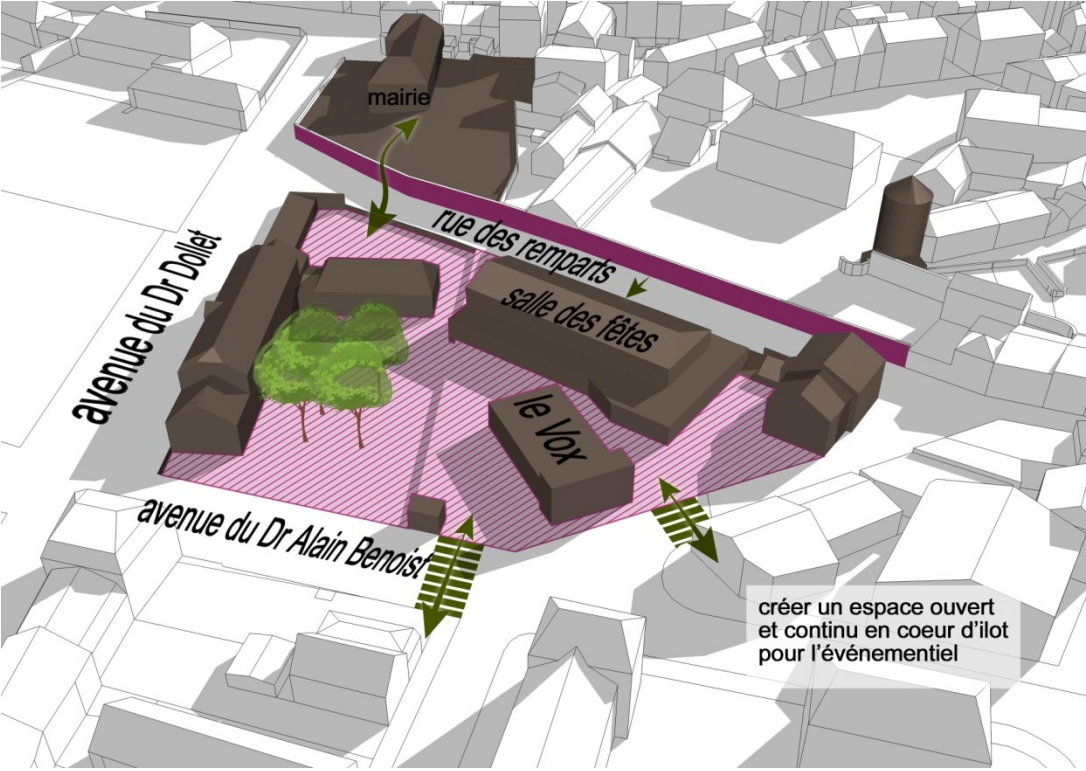

1.13	Le cours Gambetta et le square Lafayette	Budget €€€	Priorité ***
<p><b>Enjeux</b> Création d'une promenade et d'une continuité piétonne le long de l'Alène, permettant la déambulation et la pratique de la pêche</p> <p>Le cours Gambetta et le square Lafayette sont des jalons qui permettent au centre-bourg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





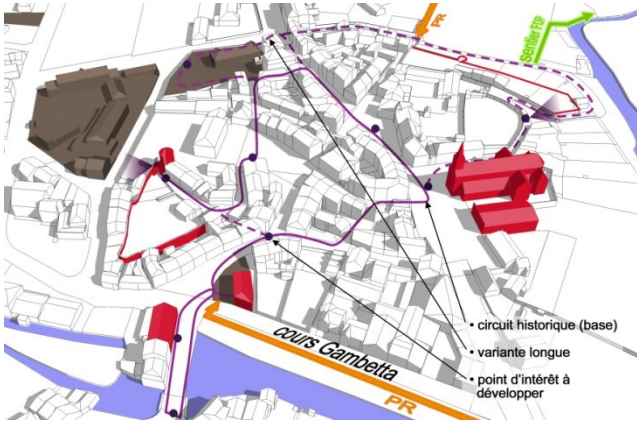
## Les pôles d'animation




1.14 Le square Gueneau et la rue des Canes		Budget	Priorité
<b>Enjeux</b> Rendre le square Gueneau plus convivial et attractif, avec une gamme de jeux revue, dans un environnement plus naturel. Sécuriser la rue des Canes		€€€	***
<p>Les jeux s'organisent autour d'ateliers de tranches d'âges différentes, répartis en espaces distincts :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• une zone dédiée aux plus petits (0--6 ans) comprenant des jeux à ressort, balançoire à bascule, etc.</li><li>• 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.</li><li>• une zone pour les adolescents autour d'un city-stade (en complément du skate-park vers le gymnase)</li><li>• une zone partagée avec une pyramide de cordes et un espace délimité pour la pétanque de loisir.</li></ul>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mairie, LVF</li><li>- Communauté de communes</li><li>- Pays Nivernais Morvan</li><li>- Leader</li></ul>	
		<b>Outils</b>	
<p>Il est également à prévoir de :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- garder un espace central convivial et d'usage libre (fontaine jets d'eau)</li><li>- prévoir des espaces de convivialité type table de pique nique ou salon de jardin</li><li>- gestion différenciée des espaces enherbés pour plus de nature en ville.</li></ul>		<b>Etudes complémentaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- levé topographique du secteur</li><li>- étude de sol</li><li>- mission de maîtrise d'œuvre</li></ul>	
			
<p>Sécuriser la rue des canes entre le square et le pôle éducation : élargissement du trottoir ouest avec sécurisation du virage au droit du boulevard par du mobilier adapté (barrières).</p>		<ul style="list-style-type: none"><li>- habitants</li><li>- enfants et adolescents</li><li>- familles</li><li>- touristes et visiteurs de passage</li></ul>	

1.15	Le pôle culturel	Budget €€€	Priorité ***
<p><b>Enjeux</b> Renforcer le pôle culturel vers un espace ouvert en cœur d'ilot</p>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie / LVF</li> <li>- Nièvre Aménagement</li> <li>- Région BFC</li> <li>- Conseil Départemental</li> <li>- Communauté de communes</li> <li>- Etat</li> </ul> <p><b>Outils</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ateliers avec les associations et usagers</li> </ul> <p><b>Etudes complémentaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- levé topographique du secteur</li> <li>- étude de sol</li> <li>- mission de maîtrise d'oeuvre</li> </ul> <p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- habitants</li> <li>- enfants</li> <li>- artistes, employés, associations</li> <li>- touristes et visiteurs de passage</li> </ul>	
<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>			
			



1.16	Le pôle communication	Budget €€€	Priorité ***
<p><b>Enjeux</b></p> <p>Le bâtiment du pôle réhabilité comme porte d'entrée Ouest du centre-bourg</p>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie / LVF</li> <li>- ACAL, radio FDL, Office de tourisme</li> <li>- Atelier Correia</li> <li>- Région BFC</li> <li>- Etat</li> </ul> <p><b>Outils</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- circuit touristique pédestre à mettre en place avec associations locales d'histoire et de randonnée</li> </ul> <p><b>Etudes complémentaires</b></p> <p>En cours de réalisation</p> <p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habitants</li> <li>- Touristes et visiteurs de passage</li> <li>- Usagers</li> </ul>	
<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>			
			
Bâtiment avant travaux			
			
Bâtiment après travaux			
			
		Proposition de parcours historique pédestre	

1.17	Le pôle éducation	Budget	Priorité
	<u>Enjeux</u> Renforcer le rôle du pôle éducation	€€€	***
<p>Au sein du même ilot 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>		<u>Partenaires</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie / LVF</li> <li>- Nièvre aménagement</li> <li>- Atelier Correia</li> <li>- Région BFC</li> <li>- Etat</li> </ul>	
		<u>Outils</u>	
		<u>Etudes complémentaires</u> En cours d'études	
		<u>Publics visés</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- habitants, familles</li> <li>- écoliers, enseignants</li> <li>- usages, associations</li> </ul>	

## AXE 2 – Mettre en place une stratégie habitat et bâti





## Approche sociale et citoyenne




2.1 Cibler les publics et leurs besoins		Budget	Priorité																
<u>Enjeux</u> Accroître la population, faire venir de nouveaux arrivants, renforcer l'envie de vivre à Luzy		€€€	***																
<b>Comprendre les profils des nouveaux arrivants</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Poursuivre le travail d'analyse des profils de population spontanément attirés par la commune de Luzy :<ul style="list-style-type: none"><li>● Retraités de la région (25%)</li><li>● Célibataires actifs ayant trouvé du travail à Luzy (gros employeurs : maison de retraite, Lithopress, etc.)</li><li>● Citadins avec enfants recherchant un meilleur cadre de vie (50%)</li><li>● Agriculteurs et néerlandais</li></ul></li><li>○ Capitaliser sur ces populations en comprenant leurs besoins et attentes :<ul style="list-style-type: none"><li>● 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.</li><li>● Mettre en place une base de données sur ces thèmes et sa mise à jour régulière.</li></ul></li></ul>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- mairie, LVF</li><li>- Communauté de Communes</li><li>- Pays Nivernais Morvan</li><li>- Région BFC</li><li>- État</li></ul> <b>Outils</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- fichier d'analyse et de synthèse mairie à développer et à structurer</li></ul> <div><p>Tranches d'âge des nouveaux arrivants à LUZY</p><table border="1"><thead><tr><th>Tranche d'âge</th><th>Pourcentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>18-25 ans</td><td>20 %</td></tr><tr><td>26-35 ans</td><td>17 %</td></tr><tr><td>36-45 ans</td><td>12 %</td></tr><tr><td>46-55 ans</td><td>10 %</td></tr><tr><td>56-65 ans</td><td>10 %</td></tr><tr><td>66-75 ans</td><td>6 %</td></tr><tr><td>76-85 ans</td><td>19 %</td></tr></tbody></table></div>		Tranche d'âge	Pourcentage	18-25 ans	20 %	26-35 ans	17 %	36-45 ans	12 %	46-55 ans	10 %	56-65 ans	10 %	66-75 ans	6 %	76-85 ans	19 %
Tranche d'âge	Pourcentage																		
18-25 ans	20 %																		
26-35 ans	17 %																		
36-45 ans	12 %																		
46-55 ans	10 %																		
56-65 ans	10 %																		
66-75 ans	6 %																		
76-85 ans	19 %																		
<b>Comment attirer des profils de population ciblés ?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Évaluer par une grille d'analyse sociologique les profils de population susceptibles d'être attirés par la commune de Luzy.</li><li>○ 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.</li><li>○ Définir les éléments attractifs pour ces populations :<ul style="list-style-type: none"><li>● Typologies de logement : bâtir des profils de demande</li><li>● Equipements</li><li>● Offre de services</li><li>● Offre commerciale</li><li>● Loisirs...</li></ul></li><li>○ Valoriser ces éléments attractifs sur le site internet et travailler l'accueil humain sur place.</li></ul>		<b>Etudes complémentaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- enquête et étude sociologique par un étudiant pour mémoire de fin d'études</li><li>- étude OPAH</li></ul> <b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- habitants</li><li>- nouveaux arrivants</li><li>- futurs habitants potentiels (faire de la prospective).</li></ul>																	
<b>Créer un outil expérimental pour les autres Village du Futur :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Typologie et grille d'analyse</li><li>○ Fichier accueil de la mairie de Luzy : outil type d'analyse et de synthèse à structurer</li></ul>																			





2.3	Créer la maison de l'Habitat	Budget	Priorité
	<u>Enjeux</u> Faciliter et accélérer les démarches pour réaliser ses travaux de maison, la vente ou l'achat d'un bien	€€€	***
<ul style="list-style-type: none"><li>○ 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"><li>• maison à vendre / à louer</li><li>• propriétaires avec projets de travaux, quels types de travaux et quels aides peuvent être mises en action</li><li>• professionnels du bâtiment</li><li>• aides à l'amélioration de l'habitat et partenaires concernés : OPAH, FNAM.</li></ul></li><li>○ Travail de terrain :<ul style="list-style-type: none"><li>• 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")</li><li>• convaincre les propriétaires à vendre leur terrain</li></ul></li><li>○ Mettre en place un collectif de réflexion et de partenariat :<ul style="list-style-type: none"><li>• Nièvre Habitat / Nièvre aménagement / propriétaires / agence immobilière / bailleurs sociaux ?</li><li>• engager une réflexion sur des formes différentes d'habiter : habitat partagé (cf. fiche suivante), habitat et humanisme, etc.</li></ul></li><li>○ Mettre en place le guichet unique qui oriente et conseille avec :<ul style="list-style-type: none"><li>• permanences</li><li>• plaquettes commerces</li><li>• veille foncière : référentiel foncier, échange entre LVF et Communauté de communes.</li></ul></li><li>○ Animer la maison de l'habitat :<ul style="list-style-type: none"><li>• faire des visites de rénovation réussies avec le CAUE et les artisans locaux, pour inciter à réhabiliter le bâti ancien</li><li>• installer la maison de l'habitat à la mairie pour profiter du flux et du partage</li></ul></li><li>○ Projeter sur une maison "exemple" :<ul style="list-style-type: none"><li>• le rôle de la maison de l'habitat dans l'accompagnement</li><li>• les transformations possibles et les aides possibles</li><li>• le réseau d'entreprises et le planning des travaux, etc</li></ul></li></ul>		<u>Partenaires</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Communauté de Communes</li><li>- Pays Nivernais Morvan</li><li>- Conseil Départemental</li><li>- Etat</li><li>- ANAH et CDHU opérateur</li><li>- CAUE</li></ul>	
		<u>Outils</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- étude DREAL</li><li>- FNAM</li><li>- OPAH</li><li>- permanences divers organismes</li></ul>	
		<u>Etudes complémentaires</u>	
		<u>Publics visés</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- habitants</li><li>- nouveaux arrivants</li></ul>	

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

## Rénover les formes urbaines et agir sur le foncier







2.5		Organiser une veille foncière et immobilière	Budget	Priorité
		<b>Enjeux</b> 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	€€€	***
<b>Mettre en place une méthodologie du suivi du bâti vacant et des mouvements immobiliers :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1) Définir le périmètre de la veille et faire un inventaire des logements vacants :<ul style="list-style-type: none"><li>logements connus</li><li>logements identifiés par l'étude DREAL</li><li>diagnostic préalable à l'étude pré-opérationnelle d'OPAH</li><li>entretiens avec les acteurs locaux (notaires, agences immobilières, riverains, élus)</li></ul></li><li>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>données administratives sur l'état des biens (recueil des DIA - Déclaration d'Intention d'Aliéner-, informations cadastrales...)</li><li>repérage des terrains, topographie, localisation : centre-bourg, faubourg, hameaux...</li><li>forme : vente, location, sans projet</li><li>typologie : jardin ou pas, maison de ville mitoyenne ou villas, studio, etc</li></ul></li><li>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><li>4) Mise à jour régulière de la base de données habitat :<ul style="list-style-type: none"><li>Mettre en place des entretiens avec les professionnels de l'immobilier</li><li>Suivre les ventes et achats</li><li>Sensibiliser les notaires, agences immobilières à la démarche, afin que les données soient partagées</li></ul></li></ul>			<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mairie, LVF</li><li>- Etat</li><li>- Communauté de communes</li><li>- notaires</li><li>- agences immobilières.</li></ul>	
			<b>Outils</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- 1 volume horaire d'un temps de travail pour mettre en place un outil dynamique et réaliser l'analyse des données</li><li>- étude OPAH</li></ul>	
			<b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- propriétaires</li><li>- acheteurs</li><li>- nouveaux arrivants</li><li>- habitants</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>5) Analyser et orienter les éléments récoltés : mission d'aide à l'expertise et au conseil</li><li>6) Mettre en place une politique foncière :<ul style="list-style-type: none"><li>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><li>Agir par le commerce et mettre en place des outils juridiques (biens sans maître, etc..)</li></ul></li></ul>			<b>Etudes complémentaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Synthèse des différentes études Habitat (diag préalable OPAH, étude régionale logement vacant, diag/ami...) DDT 2017</li><li>- corrélés avec les locaux commerciaux et l'étude et la veille sur les loyers commerciaux.</li></ul>	


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


2.7	<b>Diversifier les typologies d'habitat et créer des parcours résidentiels</b>	<b>Budget</b>  €€€	<b>Priorité</b>  ***
	<b>Enjeux</b> 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>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"><li>○ en cœur du centre-bourg<ul style="list-style-type: none"><li>• maison de ville sans jardin mais avec terrasse, au cœur du centre-bourg</li><li>• studio, 2 pièces au-dessus des commerces</li><li>• appartement par étage dans maison de ville</li><li>• habitat partagé (maisons de ville regroupées...), etc</li></ul></li><li>○ dans les faubourgs<ul style="list-style-type: none"><li>• pavillon avec jardin</li><li>• maison mitoyenne avec jardin</li><li>• habitat partagé (ferme rénovée..), etc</li></ul></li><li>○ Suivre les tendances du marché des logements vendus et achetés</li><li>○ Augmenter la quantité, la qualité et la diversité de l'offre locative</li><li>○ Réinvestir et redynamiser le cœur de bourg avec une mixité sociale et d'usages : habitat (activité résidentielle) et commerces (activité économique)</li></ul>	<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mairie / LVF</li><li>- État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes</li><li>- notaires, bailleurs sociaux</li><li>- CAUE, écoles d'architecture, architectes, maître d'œuvre.</li></ul>	
		<b>Études complémentaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- étude architecturale (atelier étudiants)</li><li>- mission de maîtrise d'œuvre</li></ul>	<b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- propriétaires</li><li>- acheteurs</li><li>- nouveaux arrivants</li><li>- habitants</li></ul>





Exemple de Maison de santé avec logements à l'étage







2.8	<b>Promouvoir le bâti ancien du centre-bourg</b> <u>Enjeux</u> Renforcer l'attractivité de l'habitat du centre-bourg Renouveler les formes urbaines du bâti ancien	<u>Budget</u> €€€	<u>Priorité</u> ***
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Approche architecturale et urbaine : améliorer et moderniser le bâti ancien :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Intégrer une certaine modernité architecturale y compris dans un secteur historique.</li> <li>• Proposer une réhabilitation permettant d'améliorer les performances énergétiques du bâti ancien</li> <li>• Optimiser le confort d'utilisation et l'intimité des espaces extérieurs, même sur des espaces très restreints</li> </ul> </li> <li>○ <b>Approche foncière : créer des opportunités d'agrandissement</b> 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.</li> <li>○ <b>Approche financière :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Négocier avec le notaire un prix spécial « acquisition centre-bourg »</li> <li>• Activer les leviers et les outils d'aide aux travaux</li> <li>• Mettre en place le conseil et l'aide à l'installation par le biais de la maison de l'Habitat (cf. fiche)</li> <li>• Utiliser si besoin les outils financiers coercitifs</li> </ul> </li> </ul> <div data-bbox="454 970 1442 1315"> <p>Bâtiment avec façade sud sur rue (n° pairs)</p> <p>Création d'une terrasse sud dans le volume existant</p> <p>Etat actuel</p> <p>Etat après travaux</p> <p>Croquis pour une transformation volumétrique d'une maison de ville avec façade Sud sur rue, Atelier du Canal</p> <p>Croquis pour la rénovation d'une maison de ville avec un jardin au Sud, Atelier du Canal</p> </div>		<u>Partenaires</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie / LVF</li> <li>- État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes</li> <li>- notaires</li> <li>- CAUE, écoles d'architecture, architectes, maître d'œuvre</li> </ul> <u>Outils</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- OPAH</li> <li>- La taxe d'aménagement (TA)</li> <li>- La taxe d'habitation sur les logements vacants (THLV)</li> <li>- La taxe forfaitaire sur la cession à titre onéreux de terrains nus devenus constructibles</li> <li>- La surimposition des terrains constructibles</li> <li>- La taxe sur les logements vacants (TLV)</li> </ul> <u>Publics visés</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- propriétaires</li> <li>- acheteurs</li> <li>- nouveaux arrivants</li> <li>- habitants</li> </ul>	

○ **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

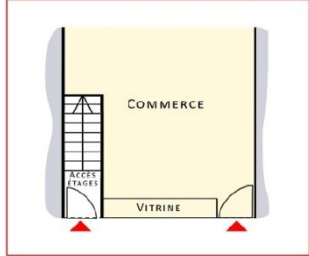
**Etudes complémentaires**


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

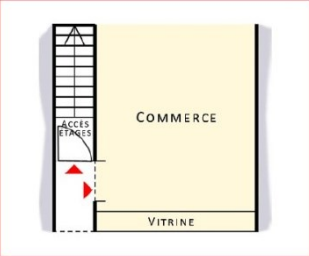


2.9 Réinvestir les étages des commerces		Budget	Priorité
<u>Enjeux</u> Rendre attractif les étages des commerces vacants qui offre un potentiel de logement Satisfaire une demande de logement en centre-bourg		€€€	***
<ul style="list-style-type: none"><li>○ Lever l'obstacle principal de l'<b>accès indépendant</b> au logement :<ul style="list-style-type: none"><li>• convaincre le propriétaire de l'intérêt à rendre accessible les étages inoccupés pour valoriser son bien</li><li>• impliquer le commerçant du rez-de-chaussée, le rendre acteur de la démarche : sa surface commerciale peut être modifiée ou réduite, sa devanture reprise</li><li>• adapter le bail de manière à le limiter aux surfaces nécessaires au commerce</li><li>• 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).</li></ul></li><li>○ <b>Mutualiser les étages</b>, valoriser un projet entre voisins :<ul style="list-style-type: none"><li>• regrouper les servitudes et les accès : utiliser un accès privé pour accéder à un autre logement</li><li>• agrandir un logement en regroupant deux dessus de commerces, à l'occasion d'une opportunité foncière</li><li>• profiter d'un renouvellement de bail, d'un changement d'exploitant ou de travaux</li><li>• créer des économies d'échelle (plus de logements, un seul chantier)</li><li>• formaliser la servitude par un accord écrit, une compensation financière, etc.</li></ul></li><li>○ Adapter la forme juridique (bail unique bloquant) : bail adapté, avenant au bail...</li><li>○ Mobiliser les aides et les partenaires au sein de la maison de l'habitat : en terme juridique, conseil, conception et travaux, etc.</li><li>○ Cibler les publics potentiels : jeunes en location, célibataires, famille mono-parentale, petite famille, locatif...</li></ul>		<u>Partenaires</u> - Mairie / LVF - État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes - notaires - CAUE, écoles d'architecture, architectes, maître d'œuvre	
		<u>Outils</u> - adaptation du bail commercial - OPAH	
		<u>Etudes complémentaires</u> - étude architecturale (atelier étudiants) - mission de maîtrise d'oeuvre	
		<u>Publics visés</u> - propriétaires, - commerçants - nouveaux arrivants - habitants	











2.10	<b>Une opération en cours : l'immeuble 9 rue de la République</b> <b>Enjeux</b> Rendre attractifs les étages des commerces vacants qui offrent un potentiel de logement	<b>Budget</b> €€€	<b>Priorité</b> ***
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Acquérir le bâtiment en centre-ville trop vétuste et le remettre rénové sur le marché immobilier</li> <li>○ 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</li> <li>○ 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</li> <li>○ Augmenter la qualité et la diversité des locaux commerciaux : satisfaire une demande commerciale, accueillir sur Luzy un nouveau commerce</li> <li>○ 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"> <li>• gain énergétique maximal visé, au minimum 30%</li> <li>• inciter des propriétaires privés à faire la même démarche</li> </ul> </li> <li>○ 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"> <li>• redynamisation du centre-bourg par le logement et le commerce</li> <li>• enlever des « verrues » immobilières en centre-bourg</li> <li>• gain d'images et augmentation de la satisfaction</li> <li>• apporter des chantiers aux artisans locaux du bâtiment</li> <li>• encourager l'économie circulaire</li> </ul> </li> <li>○ Date prévisionnelle de commencement : <ul style="list-style-type: none"> <li>• acquisition du bâtiment en octobre 2016</li> <li>• réalisation des travaux sur 2016 et 2017</li> <li>• mise sur le marché du logement et du commerce : 2017</li> </ul> </li> </ul>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie / LVF</li> <li>- État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes</li> <li>- ACAL</li> <li>- CAUE 58</li> <li>- Parc Naturel Régional du Morvan</li> </ul> <b>Outils</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- fonds nationaux (SIPL – Etat) et européens (LEADER et FEADER)</li> <li>- 2 plans de financement : commerce et logement.</li> </ul> <b>Etudes complémentaires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mission de maîtrise d'oeuvre</li> </ul> <b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- propriétaires</li> <li>- commerçants</li> <li>- nouveaux arrivants</li> <li>- habitants</li> </ul>	



<b>2.11</b>	<b>Accueillir le siège administratif du centre social en centre-bourg - Projet Maison Roché</b>	<b>Budget</b> <b>€€€</b>	<b>Priorité</b> <b>***</b>
	<b>Enjeux</b> Structurer et identifier un pôle social éclaté sur 2 sites : en centre-bourg pour le siège et aux Bagelles pour les activités		
<b>Rénover un bâtiment communal pour accueillir le siège administratif du centre social en centre-bourg et la Maison des Services aux Publics.</b>		<b>Partenaires</b> - Mairie / LVF - État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes - architectes, maître d'œuvre.	
<b>Contexte et opportunités</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>Cette nouvelle organisation passe par le déménagement du Centre Social.</li> <li>La commune possède en plein centre-ville un bâtiment idéalement placé mais à rénover entièrement.</li> <li>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).</li> </ul>		<b>Outils</b> - fonds de soutien Région BFC - CAF / MSA	
<b>Objectifs et projet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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).</li> </ul>		<b>Etudes complémentaires</b> - étude architecturale - mission de maîtrise d'œuvre.	
<b>Effets attendus</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Meilleure identification et visibilité du Centre Social</li> <li>Développement des activités et des services aux publics, amélioration de la qualité de service</li> <li>Amélioration des conditions de travail pour les employés du centre social</li> <li>Développement des flux en centre-bourg</li> <li>Favoriser la proximité avec les habitants du territoire et avec les partenaires locaux</li> </ul>		<b>Publics visés</b> - habitants - usagers - employés	

2.12	Requalifier les îlots collectifs	Budget	Priorité
	Enjeux Améliorer l'intégration de ces îlots dans le tissu urbain	€€€	***
<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"> <li>○ <b>Ilot Champ de Foire, réhabilitation</b> par la création d'une enveloppe architecturale qualitative permettant : <ul style="list-style-type: none"> <li>• de redonner des espaces lumineux et qualitatifs aux logements, par la création de logias, balcons couverts, patios, vérandas, etc</li> <li>• d'agrandir les surfaces des logements et de générer des typologies d'appartements plus diversifiés (taille, duplex...)</li> <li>• d'accéder à une performance énergétique (isolation extérieure en cours)</li> <li>• de créer des jardins privatifs en rez-de-chaussée, résidentialiser</li> </ul> </li> <li>○ <b>Ilot Lafond, démolition et reconstruction :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• construire des logements/maisons adaptés à la demande</li> <li>• mettre en place une opération pilote sur la performance énergétique (isolation externe des logements locatifs en cours par Nièvre Habitat)</li> <li>• créer des jardins privatifs ou partagés.</li> </ul> </li> </ul>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nièvre Habitat</li> <li>- Mairie / LVF</li> </ul>	
		<p><b>Outils</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- intégrer les projets d'extension dans le PLU</li> </ul>	
		<p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- propriétaires</li> <li>- acheteurs</li> <li>- nouveaux arrivants</li> <li>- habitants</li> </ul>	
		<p><b>Etudes complémentaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude architecturale</li> <li>- Mission de maîtrise d'œuvre</li> <li>- corréler avec la fiche 2.1</li> </ul>	
 <p>Réhabilitation d'un immeuble collectif Lacaton-Vassal - Saint-Nazaire 44</p>		 <p>Lotissement maisons passives Gaste et Bazantay / Rocher Rouge - Vouneuil-sous-Biard 86</p>	



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

2.14	<b>Encourager la rénovation énergétique des logements</b> <b>Enjeux</b> Lutter contre la précarité énergétique. Remettre sur le marché des logements performants en économie d'énergie. Adapter l'offre de logements à la demande	<b>Budget</b> €€€	<b>Priorité</b> ***
<p>Sur le territoire, la lutte contre la précarité énergétique s'organise et s'appuie aujourd'hui sur différents dispositifs incitatifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>un nouveau PIG (Programme d'Intérêt Général) a été mis en place par le Département de la Nièvre (fin PIG avril 2019)</li> <li>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.</li> <li>un Fonds Nivernais d'Aide à la Maîtrise de l'Energie (FNAME) cumulable avec les subventions de l'ANAH (sous condition également)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>Action de communication à mettre en place sur le centre-ville</li> <li>Mettre en place une exonération de taxe foncière pour une durée de 5 ans pour les immeubles économes en énergie. Les collectivités ont la possibilité d'exonérer de taxe foncière les logements économes 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)</li> </ul>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie / LVF</li> <li>- État, Région BFC, Conseil Départemental, Pays Nivernais Morvan, Communauté de communes</li> <li>- CAUE 58</li> <li>- Parc Naturel Régional du Morvan</li> </ul> <p><b>Outils</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ANAH, 'Habiter mieux'</li> <li>- FNAME</li> <li>- ADEME, permanence divers organismes</li> <li>- exonération de la taxe foncière</li> </ul> <p><b>Etudes complémentaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- corrélér avec fiche 2.3</li> </ul> <p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- propriétaires et locataires</li> <li>- habitants</li> <li>- nouveaux arrivants</li> </ul>	



Images thermiques de logements.

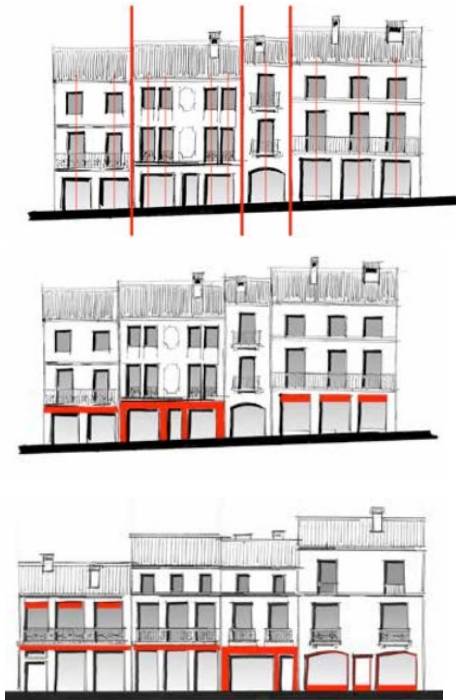





### AXE 3 – Mettre en place une stratégie commerciale



**Améliorer l'image des commerces  
et développer de nouvelles activités**

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



3.1	Mettre en œuvre une charte relative aux façades commerciales	Budget €€€	Priorité ***
<p><b>Enjeux</b></p> <p>Améliorer l'image des commerces et leur attractivité</p> <p>Créer de l'animation dans les rues commerçantes</p>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CCI</li> <li>• Pays Nivernais Morvan</li> <li>• Communauté de communes PSM</li> <li>• État / Région / Conseil Départemental</li> <li>• ACAL</li> </ul> <p><b>Outils</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Étude conception charte vitrine</li> <li>• Traduction charte dans le PLU</li> </ul> <p><b>Etudes complémentaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etude vitrine (architecte / designer) : définition des principes de composition des vitrines, (coloris, typographie, fixation des enseignes, etc.)</li> </ul> <p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Commerce (exploitant locataire)</li> <li>• Propriétaire</li> </ul>	
<p><b>2 - Définir une charte des coloris et des caractères</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifier les couleurs des devantures, pour animer les pieds de façade. Une palette de couleurs peut être définie en accord avec la Charte du PNRM.</li> <li>- Définir l'organisation des écritures dans la devanture.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encourager et sensibiliser à des vitrines propres et mises en valeur par les produits vendus.</li> <li>- Harmonisation des fixations des enseignes (ferroserie sombre par exemple).</li> <li>- Mise en lumière des vitrines (harmonisation sur l'ensemble des rues, harmonisation des horaires, etc.). Scénographie sur la partie historique, focalisation sur les bandeaux.</li> <li>- Harmonisation des fixations des enseignes, de l'encadrement.</li> </ul>	
			
			

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

3.3	<b>Concevoir une signalétique spécifique aux commerçants du centre-bourg</b>	<b>Budget</b> €€€	<b>Priorité</b> ***
	<b>Enjeux</b> Améliorer la visibilité des commerçants du centre-bourg de Luzy		
<p><b>Actions à mener :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Concevoir une signalétique particulière pour les commerces afin d'attirer les consommateurs en centre-bourg et de rendre leurs déplacements plus simples et rapides :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Reprendre la thématique du logo des commerçants de Luzy</li> </ul> </li> </ul> <div data-bbox="600 624 808 807"> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Organisation de phases de concertation avec les commerçants pour valider le projet de signalétique</li> <li>○ Élaborer un schéma d'implantation de la signalétique : repérer les endroits permettant un impact visuel fort</li> <li>○ Prévoir une évolution dans le temps de la signalétique afin de renforcer sa visibilité</li> <li>○ Se servir du logo pour indiquer les parkings permettant d'aller consommer en centre-bourg</li> <li>○ Organisation d'un concours d'idées lors d'événements luzycos pour la création d'un totem</li> </ul>		<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• État (DETR et SIPL)</li> <li>• Région Bourgogne-Franche Comté (fonds d'investissement BTP)</li> <li>• ACAL</li> </ul> <p><b>Outils</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo « Just Luzy »</li> <li>• Concertation</li> <li>• Étude de conception</li> </ul> <p><b>Études complémentaires</b></p> <p>Étude pour la conception et la réalisation d'une signalétique de centre-bourg</p> <p><b>Publics visés</b></p> <p>Commerçants / consommateurs (habitants, touristes...)</p>	



3.4	<b>Création d'un site internet et d'un annuaire des commerçants</b>	<b>Budget</b>  €€€	<b>Priorité</b>  ***
	<u>Enjeux</u> Améliorer la visibilité des acteurs économiques et créer de nouveaux débouchés Rendre le centre-bourg plus attractif		
<b>Objectifs</b> : Favoriser l'adaptation des acteurs économiques de centre-bourg aux nouveaux modes de consommation <b>Actions à mener</b> : <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>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</b> :</li></ul> 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. 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 : 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. 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 : <ul style="list-style-type: none"><li>○ 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)</li><li>○ Développement d'une offre promotionnelle</li><li>○ Développement du lien avec la clientèle/fidélisation</li><li>○ Vente en ligne</li></ul> Il existe aujourd'hui différents prestataires qui assurent : <ul style="list-style-type: none"><li>○ La mise en place de site et la formation des commerçants,</li><li>○ L'animation et l'évolution du site avec les commerçants,</li><li>○ La vente en ligne,</li></ul> Le choix de ce prestataire est une décision collective qui doit impliquer un maximum de commerçants pour avoir une bonne efficacité. <b>Deux prestataires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ La plateforme <a href="http://www.acheteza.com/">http://www.acheteza.com/</a> est une place de marché déployée en France dans 50 territoires d'ici fin 2016 et qui vise 150 territoires d'ici fin 2017.</li><li>○ « 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 : <a href="http://www.jacheteenartois.com/">http://www.jacheteenartois.com/</a></li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Créer un annuaire papier des commerçants</b> :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Distribué 1 fois par an à tous les habitants de Luzy</li><li>○ En libre-service dans les lieux publics (Office de tourisme, Mairie...)</li><li>○ Possibilité d'utiliser les contenus du site internet</li></ul></li></ul>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pays Nivernais Morvan</li><li>• Communauté de communes</li><li>• État / Région / Conseil Départemental</li><li>• ACAL</li></ul>	
		<b>Outils</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• La plateforme « J'achète en Ville »</li><li>• La plateforme <a href="http://www.acheteza.com/">http://www.acheteza.com/</a></li></ul>	
		<b>Études complémentaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- étude / analyse des clientèles locales (comportements, flux, attentes, etc.)</li><li>- définir le périmètre et les offres de produits existantes</li><li>- retours d'expériences (Puy en Velay, Autun)</li></ul>	
		<b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- acteurs économiques</li><li>- consommateurs (habitants, touristes...)</li></ul>	


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

3.6	Redynamiser le marché hebdomadaire	Budget €€€	Priorité ***
	<p><b>Enjeux</b> Rendre le centre-bourg plus attractif</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Objectifs</b> : redynamiser le marché, le rendre plus visible et améliorer les conditions d'accueil des commerçants</li> <li>• <b>Actions à mener</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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.</li> <li>○ Accroître la communication relative aux jours de marché (Radio locale, Journaux locaux, sites internet)</li> <li>○ Densifier l'offre de produits : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mener une enquête auprès des usagers afin d'identifier l'offre manquante</li> <li>▪ 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.</li> <li>▪ Mettre en valeur les produits locaux</li> </ul> </li> <li>○ Améliorer et aménager les vitrines/façades des commerces sédentaires afin que ces derniers puissent capter les flux générer par le marché hebdomadaire</li> <li>○ 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</li> </ul> </li> </ul> <div data-bbox="353 1129 786 1299"> </div> <p>Place du 11 novembre 1918 - hypothèse 1</p> <div data-bbox="1014 1134 1352 1315"> </div> <p>Place du 11 novembre 1918 - hypothèse 2</p>	<p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pays Nivernais Morvan</li> <li>• Communauté de communes PSM</li> <li>• État / Région / Conseil Départemental</li> <li>• Syndicat Départemental des Commerçants sédentaires</li> <li>• CCI de la Nièvre</li> </ul> <p><b>Études complémentaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Étude de Maîtrise d'œuvre si aménagement du marché (Cf. Axe 1)</li> </ul> <p><b>Publics visés</b> Forains, consommateurs</p>	



## Agir sur l'immobilier commercial

3.7	Boutique « prête à l'emploi » et « vitrines éphémères »	Budget	Priorité
	Enjeux Redynamiser l'activité commerciale en centre-bourg	€€€	***
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Objectifs</b> : permettre à la Ville de Luzy de pouvoir accueillir de nouveaux porteurs de projet en centre-bourg</li> <li>• <b>Actions à mener</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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"> <li>▪ Réduction des coûts d'investissement initiaux pour le commerçant (aménagement préliminaire du local)</li> <li>▪ Bail précaire permettant de tester le concept commercial et possibilité de réévaluation du loyer si l'activité commerciale se pérennise</li> <li>▪ Rapidité de mise à disposition</li> </ul> </li> <li>○ 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"> <li>▪ 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</li> <li>▪ Mettre en place un planning afin de gérer les locations</li> <li>▪ 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.)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Région dans le cadre du Contrat de Pays</li> <li>• Leader (plafond 75 000 €)</li> <li>• Etat : DETR et SIPL</li> <li>• Pays Nivernais Morvan</li> <li>• Communauté de communes PSM</li> </ul>	
		<b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porteurs de projets</li> <li>• Artisans d'art</li> <li>• Producteurs locaux</li> </ul>	

3.8	<b>Mobiliser les propriétaires de locaux commerciaux vacants</b>	<b>Budget</b> 	<b>Priorité</b> <b>***</b>
	<u>Enjeux</u> 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		
<b>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 :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mener une étude sur le montant adéquat imputé à la location de locaux commerciaux dans le centre-bourg de Luzy</li> <li>• 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</li> <li>• Mettre en place une taxe sur les locaux commerciaux vacants</li> </ul> <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.</p> <p>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"> <li>• Sur le revenu net servant de base à la taxe foncière sur les propriétés bâties.</li> <li>• Elle est soumise à des taux évolutifs : 10 % la 1e année d'imposition, 15 % la 2e année, 20 % à partir de la 3e année.</li> <li>• L'autorité locale peut décider d'augmenter les taux, mais elle ne peut pas dépasser le double du montant fixé.</li> </ul> <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>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administration fiscale</li> <li>• CCI (étude montant loyer locaux commerciaux)</li> <li>• Pays Nivernais Morvan</li> <li>• Communauté de communes PSM</li> <li>• Chambre d'agriculture (partenariat avec école du bâti)</li> <li>• État / Région / Conseil Départemental</li> </ul>	
		<b>Outils</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Texte : Article 1530 du code général des impôts</li> </ul>	
		<b>Études complémentaires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Préparation délibération municipale / définition des actifs concernés</li> </ul>	
		<b>Publics visés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriétaires de boutiques</li> </ul>	

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



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

3.10	Soutenir les filières révélatrices de l'identité luzycquoise	Budget	Priorité
	Enjeux Développer les activités économiques en centre-bourg	€€€	***
<b>Actions à mener :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Faire réaliser une étude de potentialité sur les filières à renforcer ou à révéler</li><li>○ Identifier un positionnement propre à Luzy et identifier les spécificités pouvant être révélées en partenariat avec d'autres territoires limitrophes</li><li>○ Domaines pressentis :<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Événements culturels</li><li>▪ Artisanat d'art (forges du Morvan, poteries du Bazois...)</li><li>▪ Produit locaux</li><li>▪ Gastronomie</li></ul></li><li>○ Hypothèse d'une labélisation Ville et métiers d'art (association ayant créé un label « ville et métiers d'art » qui regroupe près de 70 villes) 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. Les actions permettant l'obtention du label sont au nombre de 5 :<ul style="list-style-type: none"><li>▪ « 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</li><li>▪ « Organiser des campagnes d'information et de promotion des métiers d'art » Exemples d'actions : expositions, organisation de foire et salons, colloques, etc...</li><li>▪ « Assurer la pérennité des savoir-faire » Exemples d'actions : création d'atelier musée, soutien à l'édition à la réalisation de campagnes photographiques, etc.</li><li>▪ « 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...</li><li>▪ « 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.</li></ul></li></ul>		<b>Partenaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Association Ville et Métiers d'art (<a href="http://www.vma.asso.fr/vma.html">http://www.vma.asso.fr/vma.html</a>)</li></ul>	
		<b>Outils</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Labélisation</li><li>• Partenariat avec des territoires limitrophes</li></ul>	
		<b>Études complémentaires</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Étude de potentialité</li></ul>	
		<b>Publics visés</b> Habitants, touristes Artisans d'art	

3.11	Favoriser l'économie circulaire et solidaire	Budget	Priorité
	Enjeux Développer l'économie sociale et solidaire en centre-bourg	€€€	***
<p><b>Accompagnement et soutien aux démarches collectives</b> type boutique éphémère, magasin d'artisanat d'art, point de vente collectif de produits agricoles locaux</p> <p><b>Création d'une monnaie locale</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Objectifs</u> :<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Dynamiser les échanges locaux et l'économie locale</b> car la validité de la monnaie est limitée à un territoire (petits commerces de proximité, producteurs locaux, etc.)</li><li>○ <b>Maintenir les emplois dans le territoire et en créer de nouveaux</b> car l'accroissement de la consommation locale relance l'économie locale</li><li>○ <b>Favoriser les échanges entre citoyens</b> car la monnaie est un symbole identitaire fort</li><li>○ <b>Créer une économie circulaire</b> bénéfique aux acteurs économiques locaux</li><li>○ <b>Redonner du sens aux achats et un sentiment d'appartenance à une communauté</b></li></ul></li><li>• <u>Étapes de mise en œuvre</u> :<ul style="list-style-type: none"><li>○ 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><li>○ Rédiger une charte relative à l'usage de la monnaie locale</li><li>○ Définir le fonctionnement de la monnaie :<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conditions d'achat, de reconversion en monnaie nationale pour les professionnels</li><li>▪ Adoption ou non du principe de fonte et si oui définition des périodicités et modicités</li><li>▪ Désignation / création de l'organe d'émission et gestion de la monnaie locale</li><li>▪ Choix du nom de la monnaie</li><li>▪ Définition des coupures et de leur illustration</li><li>▪ Fabrication et prévention contre la fraude</li><li>▪ Mise en perspective d'évolution avec le temps</li><li>▪ Modalités du placement du fonds de garanti</li></ul></li><li>○ Préparer la communication : créer une plaquette d'information simple et conviviale</li><li>○ Définir l'action de promotion pour le lancement de l'opération</li></ul></li></ul>		<p><b>Partenaires</b></p> <p>Associations accompagnant les porteurs de projets désirant mettre en place une monnaie locale, notamment l'association Colibri (<a href="https://www.colibris-lemouvement.org">https://www.colibris-lemouvement.org</a>)</p> <p><b>Études complémentaires</b></p> <p>Mener des phases de concertation avec les élus puis l'ensemble de la population (habitants, commerçants...)</p> <p><b>Publics visés</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Acteurs économiques</li><li>• Citoyens consommateurs</li><li>• Associations</li></ul>	

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

a été financée par



avec le concours de



PAYS NIVERNAIS MORVAN

