Février 2009

# GPV
# Bassens – Cenon
# Floirac - Lormont

# Étude d'image externe

TERRITOIRES
MARCHES
OPINIONS

6, rue Gurvand
BP 40709
35007 Rennes Cedex
Tél : 02 99 30 59 96
Fax: 02 99 30 58 87
www.tmoregions.fr

# GPV
## Bassens – Cenon - Floirac - Lormont

# Étude d'image externe

# Phase qualitative

I – ANALYSE DOCUMENTAIRE

II – RETOURS DES TABLES RONDES ET ENTRETIENS

III – SYNTHESE

# Phase qualitative

## I - ANALYSE DOCUMENTAIRE

# COUVERTURE DE PRESSE

## 211 articles dans la presse locale depuis le début 2008

Soit sur 6 mois de revue de presse, une moyenne de 1,15 article par jour

**Importance de la couverture de presse**

## Une prédominance des thèmes de l'urbanisme et de la culture

| | |
|---|---|
| Équipements culturels -culture (évènements,sorties) | 80 articles |
| Urbanisme (démolition, construction, éco construction, travail de mémoire) | 61 articles |
| Vie municipale (élections, conseil municipal) | 18 articles |
| Transports (Tram,.) | 13 articles |
| Emploi – insertion (forums, plan Banlieues,…) | 12 articles |
| Environnement | 10 articles |
| Équipements éducatifs - Education | 10 articles |
| Équipements sportifs et sport | 7 articles |

**Correspondance avec le travail réalisé par le GPV**

Actualité élections

Mais l'institution GPV lui-même ne fait l'objet direct que de trois articles

**Faiblesse de communication sur cet outil**

# COUVERTURE DE PRESSE

## Une prédominance de l'édition Sud Ouest rive droite

| | |
|---|---|
| Sud Ouest édition rive droite | 127 articles |
| Sud Ouest édition agglo/Gironde | 41 articles |
| Sud Ouest toutes éditions | 3 |
| Bordeaux 7 | 11 articles |
| 20 MN | 7 articles |
| Le Courrier de la Gironde | 6 articles |
| L'Écho des Collines | 4 articles |
| Objectif Aquitaine | 2 articles |
| Échos Judiciaires Girondins | 4 articles |
| La vie Économique | 2 articles |
| Bordeaux Actu | 1 article |
| AQUI | 1 article |
| Bordeaux Plus | 1 article |
| Métro | 1 article |

**Faiblesse de la couverture de presse à l'échelle de l'agglo (40% de la couverture)**

# COUVERTURE DE PRESSE

**Une prédominance du thème « Équipements culturels – Culture » dans SO agglo, du thème de l'urbanisme-logement dans les autres médias**

| | Sud Ouest édition rive droite | Sud Ouest édition agglo/Gironde | Sud Ouest toutes éditions | Bordeaux 7 | 20 MN |
|---|---|---|---|---|---|
| Équipements - Culture | 43 | 19 | 1 | 3 | 1 |
| Urbanisme/logement | 28 | 10 | 0 | 5 | 5 |
| Emploi, insertion | 13 | 3 | 1 | 1 | 0 |
| Transports | 5 | 7 | 1 | 2 | 1 |
| Équipements éducatifs | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Équipements sportifs et sport | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Environnement | 8 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Vie municipale | 13 | 1 | 0 | 0 | 0 |

# UN DESEQUILIBRE D'EVOCATION DES COMMUNES

## Floirac est la plus souvent citée

**Opérations d'urbanisme du bas Floirac rappelées à plusieurs reprises**
Site des étangs, quartier de la Libération, centre commercial La Gravette,…

**Nouveaux équipements**
M270
controverse/ARENA

**Vie municipale**
Élections, programmes

**Dynamisation de l'image de la commune**

## Cenon et Lormont sont autant citées

**Dans le cadre de références au thème de la multi culturalité et de l'évènementiel**

**Cenon** : *Une fréquence de toutes les couleurs, Festival des Hauts de Garonne » « musiques du monde »,* Festibrass, Association 7soundz

**Lormont :** *Carnaval des deux rives, melting pot culinaire », Festival jeunes au parc du Château des Iris, Assises de la jeunesse sur le thème religieux, à Cenon, Fanfare Québécoise*

**Dynamisme de la vie sociale et culturelle**

## A l'opposé Bassens est la commune la moins présente

**Davantage traitée sous l'angle des transports ou des infrastructures portuaires**
(notamment/emplois)

*« Sea Invest met la gomme »*

**Maintien d'une image de la commune sous l'angle du développement économique**

# LA TRANSFORMATION DU PAYSAGE URBAIN

## La compréhension d'une intervention physique d'envergure sur le territoire

**Globalement, les articles valorisent les efforts réalisés**

**Énumération des programmes**
(espaces publics, bâtiments, naissance d'équipements,…)

*« Rénovation urbaine, 18 500 logements d'ici à 2013 »*

*« L'interminable lifting de la rive droite »*

*"A la découverte des projets de renouvellement urbain du bas Floirac"*

*« Des projets à foison »*

**Nombreuses photos de chantiers**
(Environ 16% de l'iconographie)

**Perception d'une rupture architecturale avec le passé**

# LA TRANSFORMATION DU PAYSAGE URBAIN

## La perception d'une volonté d'amélioration du cadre de vie

**Deux messages pour démontrer l'impact positif sur le cadre de vie des habitants du GPV**

### La modernité des opérations d'urbanisme

- **Techniques de démolition et construction respectueuses de l'environnement**
- **Bâtiments HQE**
- **Réduction de la taille du bâti**
- **Architecture originale intégrant le métal, les courbes, la transparence (baies vitrées,…), l'ouverture sur l'espace public (multiples expositions, préoccupation des vis à vis …)**
- **Réseaux haut débit**

**Mise en avant des opérations d'éco constructions menées par des architectes de renom**

*« Nouvel le prestigieux sur la Rive droite »*

*« Des HLM signés Jean Nouvel »*

**Association des logements à des symboles urbains mondiaux**

*« Des lofts comme à New York »*

### La prise en compte de l'environnement naturel

- **Insertion volontariste des projets urbanistiques dans l'environnement**
- **Valorisation de la proximité de la nature (vergers, potagers, parcs, étangs, berges de la Garonne, clairières, pinèdes, piscines…)**

*« Un cadre de vie insoupçonné"*

*« L'urbain et l'humain »*

**Sortir de l'image d'un territoire bétonné par l'habitat social**

*« Changer la ville »*

*« Les tours au concasseur »*

**Mais encore de nombreuses photos de tours**
(12% de l'iconographie)

**paradoxal**

# LE DEVELOPPEMENT DE LA MOBILITE

## Le désenclavement du territoire

**La transformation physique du territoire fait également référence à sa nouvelle donne géographique**

- **Accessibilité avec le tram,**
- **Forte croissance des flux rive droite rive gauche**

→ **Aménagements en bordure du tracé**

↓

**Inscription physique du territoire dans l'agglomération**

**Symbole fort du franchissement des rives**

# UNE POLITIQUE CULTURELLE AMBITIEUSE

**La politique culturelle semble constituer le fer de lance du renouveau du territoire dans l'agglomération bordelaise**

**Des équipements emblématiques**

- **La M270**
- **Le Rocher de Palmer**
- **Le projet ARENA**
- **Le pôle culturel du Bois Fleuri**

*"Qu'on se le dise, ça bouge sur la rive droite"*

*« Les promesses du Rocher »*

**Une multiplication d'initiatives dans les différents quartiers**

- **Encouragement des initiatives des habitants**
- **Recherche de perméabilité des équipements /espace urbain de proximité**

**Dynamique de la politique culturelle à l'échelle du GPV**

# UNE POLITIQUE CULTURELLE AUTOCENTREE

**Mais dans ses contenus, l'offre culturelle paraît s'adresser dans les faits aux habitants du territoire plutôt qu'à ceux de l'agglomération**

**Par la programmation des équipements emblématiques**

**Cultures du monde**
**Cultures « urbaines »**

**Par les initiatives culturelles valorisées et leur dimension intégrative**

**Initiatives et iconographies des populations d'origine étrangère**
**Audiovisuel valorisé (« Sexe, Gombo et beurre salé » , « En attendant demain »…),**

**En phase avec le multiculturalisme des habitants**

Ex. : le festival des Hauts de Garonne *« Un temps culturel s'adressant à des personnes aux origines multiples qui vient souligner un peu plus chaque année la transformation du territoire »*

**Affichage d'une réponse culturelle aux problématiques sociales du territoire**

# LIMITES DE L'INTEGRATION DES USAGES ET DES HABITANTS

## Les articles mettent en scène les habitants au travers du travail de mémoire et des interrogations sur le devenir du territoire

**Face aux opérations de démolition**

**La nostalgie des habitants**
**(la vue, le logement, les voisins),**
*"les locataires entre nostalgie et espoir«*

**Des démarches participatives**
**(visites de sites de chantiers, groupes relais porteurs de projets/habitants, ateliers,…)**
*« Promenade de chantiers »*

**Le travail de mémoire**
**(expositions photos, recueils de témoignages et débats, documentaires "nouvelles vues, nouvelles vies », …)**

**Face à la volonté d'accroître la mixité sociale**

**Le désenclavement social du territoire**
↓
**Une tendance à évincer les plus démunis des nouveaux logements**

*« Nouvelle tranche de vie cenonnaise »*

*« L'adieu aux tours : Ces souvenirs qu'on grignote"*

*« Les marcheurs Lormontais ont redécouvert leur passé et découvert l'avenir de la commune"*

## L'accessibilité aux équipements par la population est également traitée

**Visites d'équipements, présentation de démarches, découverte de services**

*«Débat, projections, balades … un week end citadin et citoyen »*

**10% des l'iconographie représentant des habitants visitant/utilisant des équipements culturels, sportifs, éducatifs**

# LIMITES DE L'INTEGRATION DES USAGES ET DES HABITANTS

**Mais le contenu des articles aborde fréquemment l'urbanisme et le logement sous l'angle technique**

**Ils s'adressent dans les faits davantage à des professionnels et institutionnels qu'à la population**

**« maillage urbain »**
**"mixité sociale"**

*"du social pour classe moyenne"*

**Quand ce contenu n'est pas technique, il exprime les propositions des architectes (large place au rêve) plutôt que l'animation et la vie des quartiers**

**Iconographie symptomatique**

**Visions de chantiers,**
**Images d'espaces urbains ou de bâtiments souvent vides d'habitants.**

# LIMITES DE L'INTEGRATION DES USAGES ET DES HABITANTS

## Le traitement de la question environnementale est limité

**La dimension environnementale reste essentiellement abordée sous l'angle de l'éco construction et des outils contractuels (Agenda 21, contrats opérationnels de développement durable)**

**Peu d'articles/photos dédiés aux espaces verts bien qu'ils soient assez fréquemment cités (projet du parc des Coteaux, parc Palmer,...)**

**Le fleuve est peu présent dans les articles (plutôt en creux à travers le terme de « rive »).**

**Rares photos montrant le fleuve (2 photos de la zone portuaire, pont d'Aquitaine,...)**

**Peu de mise en scènes des débats sur le traitement environnemental des programmes d'urbanisme**

(ex. préservation de la faune des coteaux dans le Bas Floirac, préservation de la Garonne /projet de démantèlement de navires de Bassens).

**La question environnementale est davantage traitée en termes de techniques constructives que d'usages du territoire par les populations**

# LIMITES DE L'INTEGRATION DES USAGES ET DES HABITANTS

**Les questions d'emplois et d'activités économiques sont assez peu traitées**

**Souvent sous l'angle de la précarité sociale, du chômage, des minima sociaux,**

**Forum emploi, porte ouverte pépinière, éducation,**

**Maintien de l'image d'un territoire avec de fortes problématiques sociales**

**L'impact socio économique des opérations d'urbanisme sur les dynamiques sociales apparaissent peu**

**Ex : diversification des peuplements, dynamique du marché de l'emploi,…**

# LIMITES DE L'INTEGRATION DES USAGES ET DES HABITANTS

**Globalement, une communication occultant la vie sociale dans les quartiers au profit de sa transformation physique**

**Une image du territoire relativement désincarnée**

**L'histoire du territoire est peu présente malgré quelques références au patrimoine**

**Une seule photo fait référence à l'histoire : quai de Lormont, café-restaurant au début du siècle.**
**Quasiment pas d'articles consacrés au patrimoine**
**Un seul article de fond faisant référence à l'histoire des lieux**

*« Le temps des guinguettes »*

**Sentiment d'absence de mise en récit historique du territoire dans les articles**

**Un traitement urbanistique du social assez paradoxal dans la mesure où la vie sociale apparaît finalement peu dans la presse**

# CONCLUSION

**Deux principaux messages véhiculés par la presse**

**1. Une promotion des réalisations des collectivités et du GPV**

**2. Une politique « sociale » riche au service des habitants du territoire**

**Peu de description du territoire en termes d'usages et d'ouverture vers l'agglomération**

# Phase qualitative

## II - RETOURS DES TABLES RONDES ET ENTRETIENS

# LES PARTICIPANTS AUX TABLES RONDES

**CSP -**

**Sexe**

6 Femmes – 4 Hommes

**Age**

De 30 à 45 ans

**Localisation**

4 Bordeaux centre rive gauche

2 Bordeaux rive droite

2 Bègles

1 Carignan de Bordeaux

1 Latresne

**Situation familiale**

4 couples avec enfants

1 monoparental

2 célibataires

3 couples sans enfants

**CSP +**

**Sexe**

5 Femmes – 5 Hommes

**Age**

De 27 à 45 ans

**Localisations**

5 Bordeaux rive gauche

3 Bordeaux rive droite

1 Bègles

1 Fargues St Hilaire

**Situation familiale**

4 couples avec enfants

1 monoparental

1 célibataire

4 couples sans enfants

**Code couleur utilisé lorsque les participants aux tables rondes ont exprimé un point de vue différent ou complémentaire de celui des interviewés**

# LES INTERVIEWES

## REALISATION DE 15 ENTRETIENS

### ECONOMIE - EMPLOI

Hauts de Garonne Développement

Caisse Sociale de Développement Local

ALE Bordeaux St Jean

Centre d'Information Jeunesse Aquitaine

Maison départementale de la solidarité et de l'insertion

### CULTURE - SPORT

Krakatoa

Ligue de l'enseignement

IDDAC

Comité Départemental Olympique et Sportif

### ELUS

Mairie de Sainte Eulalie

### MEDIAS

Sud Ouest

France 3 Bordeaux Agglomération

IEP (journaliste politique)

### URBANISME - IMMOBILIER

A'URBA

La bourse de l'immobilier

# LA DYNAMIQUE BORDELAISE

## MAINTIEN DE CONTENUS TRADITIONNELS DE L'IMAGE BORDELAISE

### Le terroir

**La gastronomie**
**Le vin**

**La présence d'un lobby viticole du Médoc**

*« C'est incroyable la puissance de ces gens là, ce qu'ils peuvent mobiliser »*

### Une société bourgeoise et commerçante

**Conservatisme**
**Tendance à l'entre soi / protectionnisme**

*« Bordeaux c'est souvent, en ce moment tout va à peu près bien alors pourquoi changer ? ».*

*« C'est une ville un peu trop tournée sur elle-même »*

### Le patrimoine historique

**L'architecture - Le classement Unesco**
**Les monuments - Les quais/port**

*« La pierre est vraiment jolie, il y a de très beaux immeubles à Bordeaux, il faut continuer à forcer les propriétaires à ravaler leurs façades ».*

### L'offre culturelle

**Déficit de rayonnement culturel entraînant un manque d'identification de la ville**

*"Cette agglo qui se transforme manque cruellement d'une manifestation culturelle nationale ou européenne, Bordeaux est un nain culturel"*

### L'environnement naturel

**Lumière et eau**

**La Garonne - Le lac - Proximité maritime**
**La luminosité**
**Proximité de la campagne**
**Le climat**

→ **Attractif mais manque d'espaces verts dans le cœur de ville et d'animation sur les berges de Garonne pour relier urbain/nature**

# LA DYNAMIQUE BORDELAISE

## MAINTIEN DE CONTENUS TRADITIONNELS DE L'IMAGE BORDELAISE

**La mobilité**

**LA COUPURE DU FLEUVE**

**Une distinction entre les deux rives encore présente dans les représentations**

Illustrée par la permanence d'éditions distinctes de Sud Ouest rive gauche/rive droite

*« La séparation entre les deux rives est centrale quand on veut expliquer ce qu'est Bordeaux. Il y a toujours eu difficulté ici à franchir le fleuve"*

**Rémanence de l'histoire du développement de l'aire géographique**

Premier franchissement sous napoléon 1er Première gare à Bastide

- **Les rives et le port traditionnellement réputés peu fréquentables**
- **Installation historique des ouvriers et immigrés rive droite / bourgeoisie du vin et du négoce rive gauche**
- **Dynamique nord-sud des flux économiques le long de la Garonne**

*« C'était une zone de non ville. Et le port de la rive gauche était dans les représentations symboliques de l'autre côté du fleuve. Et quand on était de bonne famille on n'allait pas franchir les grilles, c'était dangereux,on s'encanaillait. »*

# MAINTIEN DE CONTENUS TRADITIONNELS DE L'IMAGE BORDELAISE

**La mobilité**

**DES INFRASTRUCTURES ET SERVICES INSUFFISANTS**

**Le manque de franchissements du fleuve**
**La congestion du trafic sur les grands axes**
**Un maillage insuffisant des transports collectifs**

**Des besoins importants en regard de l'étendue et de la faible densité de l'agglomération**

**La difficulté à réaliser les franchissements perçue comme une rémanence de l'histoire**

*« Ici il y a très peu de franchissements et à chaque fois qu'on en parle, il y a toujours une bonne raison pour que ça ne se fasse pas, quelque chose pour que ce soit retardé : soit trop cher, soit trop haut, soit trop large, soit trop souterrain, toujours trop quelque chose. De mon point de vue le débat esthétique et de soi-disant protection de la croisière de luxe sur Bordeaux c'est réellement n'importe quoi. De là à dire qu'il n'y a pas intérêt à encourager les franchissements et à maintenir une séparation rive droite-rive gauche, il faut voir, mais la bourgeoisie bordelaise c'est une réalité. »*

# MAINTIEN DE CONTENUS TRADITIONNELS DE L'IMAGE BORDELAISE

**Gouvernance intercommunale**

**DES DIFFICULTES REMANENTES DE COOPERATION**

**Un clivage droite – gauche (ville centre à droite / intercommunalité de gauche)**
**Un nombre important de communes**

*« Pour l'union ça va pas être facile, on a des maires de gauche et de droite qui veulent pas travailler ensemble »*

**Un morcellement des initiatives à l'échelle des communes (sport, culture,…)**

*"De toute façon, le gros problème c'est que chaque commune tire dans son coin, la CUB n'a pas la compétence, et en général les barons locaux essaient tous de se donner un image à travers la politique culturelle donc on ne veut pas coopérer. Mais du coup on a un émiettement. La crainte du pot commun c'est qui va tirer la couverture à lui."*

**Frein à la dynamique métropolitaine**

Ex. manque d'infrastructures sportive de qualité pour encourager le haut niveau
Ex. rayonnement culturel

# LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

## « Le renouveau »

*« Pendant des années on avait l'impression d'une ville endormie, ça ne bougeait pas beaucoup. Mais depuis 1996-1997 elle a connue de grandes transformations"*

**Le patrimoine historique**

**EMBELLISSEMENT DE BORDEAUX CENTRE**

**Ravalement des façades**
**Aménagement des espaces publics**

*« C'est inimaginable la transformation à laquelle on a assisté. Avant c'était très sale d'apparence, ça ne donnait pas envie d'habiter »*

**Culture et loisirs**

**CROISSANCE DE LA CULTURE CONTEMPORAINE**

**Musiques actuelles**
**Plasticiens**
**Danse**

*« Il y a beaucoup de choses rive gauche, notamment en musiques actuelles, secteur qui s'est énormément développé depuis quelques années ».*

**DEVELOPPEMENT DE COOPERATIONS INTERCOMMUNALES ENTRE EQUIPEMENTS**

*« Petit à petit ça prend forme, avant c'était plus chacun pour soi. Et maintenant les structures essaient de mener ensemble des projets à leur échelle »*

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

**Réappropriation d'espaces urbains**

### REAPPROPRIATION DU FLEUVE

**Aménagements des quais**
**Aménagement de Bordeaux Bastide**

*« Les investissements mis dans la rénovation des quais sont considérables, avant on tournait le dos au fleuve"*

*« Y compris les bobos et CSP + mettent un point d'honneur a faire leur jogging au bord du fleuve. Tous ceux là sont attirés par le fleuve car tout simplement le fleuve ne représente plus les classe dangereuse »*

### REVITALISATION DE QUARTIERS CENTRAUX

**Le centre-ville**
**(commerces - artisanat)**
**La quartier Saint-Michel**
**(mixité sociale)**
**La quartier Saint-Jean-Belcier**
**(pôle d'affaires)**

*« Il y a une volonté de l'agglo et de la ville de faire revenir les professionnels en centre ville et faire revivre certains quartiers en centre ville de Bordeaux, le centre historique, Saint-Michel avec une volonté de mixité sociale avec de nouveaux logements, et personnes de classes moyennes. En centre villes ce sont des pépinières, des petits artisans, pour les faire revenir les commerçants »*

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

**La mobilité**

**DES EFFORTS IMPORTANTS DE DESENCLAVEMENT**

**Tram**
**Déplacements doux**
**Projets de deux nouveaux franchissements**

**Associés à l'image d'une ville dynamique, tournée vers l'avenir**

**Symbole du rapprochement des deux rives**

*« Bordeaux est en train de se réconcilier avec deux rives. »*

**Croissance des flux d'une rive à l'autre**

*« Depuis quelques années et notamment grâce à l'arrivée du TRAM, les mouvements de population sont facilités d'une rive à l'autre, cela se voit dans la fréquentation des spectacles par exemple"*

**Au bénéfice des commerces**

*« Il y a un moment les commerces du centre ville mourraient car les gens allaient dans les centres commerciaux, avec le TRAM ça redynamise le centre ».*

**Plus forte mixité sociale et générationnelle dans le centre ville**

*« Il n'y a qu'à voir la rue Ste Catherine avec l'arrivée de populations nouvelles. Il y a 15 ans on disait Bordeaux c'est une ville de vieux dans le centre, ça a fondamentalement été transformé par tram »*

# LA DYNAMIQUE BORDELAISE

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

### Développement économique

**REMISE EN CAUSE DE L'INDUSTRIE TRADITIONNELLE**

**Impact de la mondialisation**
**Tertiarisation de l'économie**

*« Ce qui est certain c'est qu'il n'y a plus d'activités portuaires, une remise en cause des activités industrielles traditionnelles, de productions de biens comme des voitures, etc.. Mais c'est aussi le secteur aéronautique face à la rétraction de la commande publique qui est fragile. »*

**Inquiétudes sur l'avenir économique**

**Recherche d'activités nouvelles à forte valeur ajoutée**

### Gouvernance intercommunale

**PERCEPTION D'UNE VOLONTE NOUVELLE DE COOPERATION**

**Volonté d'innovation / Bordeaux 2013**
**Développement durable**
**Politique culturelle d'agglomération**
**…**

*"Si les politiques arrivent à dépasser leurs clivages on arrive à faire des choses. Bordeaux 2013 est un exemple de ça, ils étaient tous réunis à travers un projet. Ils ont failli réussir, c'était un grand moment."*

*« Il y a un accord relatif. On va tenter la carte des activités nouvelles, des hématiques dans l'air du temps. Par exemple les énergies renouvelables et le développement durable en général. La partie innovation culturelle, une sorte de renforcement de ce qui va être l'action publique symbolique ».*

# LA DYNAMIQUE BORDELAISE

## LES ATTENTES

### Mobilité

**FACILITER LES DEPLACEMENTS**

**Transports collectifs**
**Franchissements**
**Rocade**

**Poursuivre la réappropriation spatiale de Bordeaux**

### L'offre culturelle

**UNE MISE A NIVEAU DE L'OFFRE VIS-À-VIS D'AUTRES METROPOLES FRANCAISES**

*"Nantes est clairement identifiée par la Folle Journée, c'est un symbole, Lyon c'est la biennale de la danse, même si ils font plein d'autres choses. Mais Bordeaux qu'est ce que c'est ?"*

### Gouvernance intercommunale

**RENFORCER LA COOPERATION INTERCOMMUNALE**

**Urbanisme**
**Équipements**
**Culture**

*« Ce qu'il faudrait c'est repositionner les politiques communales pour en faire une véritable politique d'agglo ».*

*« Le secteur culturel est totalement mis de côté par la CUB, et je trouve cela aberrant. La compétence culturelle devrait relever de la communauté urbaine à l'avenir ».*

**Contribuer au rayonnement Métropolitain de l'agglomération**

# BASTIDE : PORTE DE LA RIVE DROITE

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

### Urbanisme

**AMENAGEMENTS ET EQUIPEMENTS SIGNANT L'APPARTENANCE A BORDEAUX**

**Quais aménagés,**
**Jardin Botanique,**
**Méga Rama**
**Modernité architecturale**
**,..**

**Récupération de sites industriels historiques**

**Association à des sites européens (Berlin, Londres)**

### Mobilité

**DESENCLAVEMENT PAR LE TRAM**

*« Il y avait beaucoup de méconnaissance avant, aujourd'hui les gens de Bordeaux vont se balader le dimanche là bas, ils découvrent ».*

**Redécouverte d'un patrimoine**
**(les échoppes, les quais…)**
**Redécouverte de la rive gauche**
**Attraction de la verdure, des jardins, du fleuve**

**REAPPROPRIATION PHYSIQUE DE LA RIVE DROITE**

# BASTIDE : PORTE DE LA RIVE DROITE

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

### Mutation sociale

**ARRIVEE DE LA CLASSE MOYENNE**

*« On voit un afflux des populations nouvelles, avec des prix qui ont bien monté »*

**Attractivité de l'immobilier pour les classes moyennes**

*"Les prix ayant fortement augmentés rive gauche, ils ont également accrus rive droite mais restent toujours plus abordables et attirent donc une classe moyenne vers le territoire."*

**Perception d'une homogénéisation sociale Bordeaux Bastide/ rive gauche**

*« Quand on a des T2 à 240 000 euros sur la rive droite vers Bastide, c'est pas n'importe qui qui peut se le payer donc ça sélectionne déjà un peu, ça amène une nouvelle population ».*

**REAPPROPRIATION BORDELAISE DE LA BASTIDE**

### Offre universitaire

**UN LEVIER DE DYNAMISATION**

- **Brassage des populations**
- **Animation**
- **Commerce de proximité**

*« Il y a un petit pôle universitaire de gestion qui s'est implanté, on peut espérer plus d'effervescence dans le quartier »*

### Dynamique culturelle

**UN LIEU DE MODERNITE ARTISTIQUE**

- **Présence d'artistes contemporains**
- **Attractivité des prix et espaces**

*Petit à petit les gens branchés passent de saint-Michel à Bordeaux Bastide, donc il y a une dynamique artistique et culturelle du fait de ces habitants qui sont sensibles à ces aspects. Aujourd'hui le coeur moderne artistique, jeune dynamique vit beaucoup là-bas. »*

# BASTIDE : PORTE DE LA RIVE DROITE

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

**Association spontanée de la rive droite à Bordeaux Bastide**

### Patrimoine

**Redécouverte d'un patrimoine**

Les échoppes, les quais

*« dès qu'il fait beau, il y a énormément de monde, de plus en plus, il y a quelques années, il n'y avait pas beaucoup de monde, il y avait des bateaux partout « les quais, côté Bastide, c'est agréable maintenant de se balader »*

**Continuité architecturale/rive gauche**

*« Le côté de Bordeaux, côté du pont de pierre, on a toute une zone qui est dans la continuité avec la même architecture quasiment »*

**Redécouverte de la rive gauche**

*« la façade des quais de Bordeaux rive gauche est autrement plus belle que rive droite donc il vaut mieux être rive droite pour voir ce qui se passe, c'est la plus belle vue*

### Cadre de vie

**Verdure, Garonne, jardins, espace**

*« ça fait un petit coin de campagne, il y a plus de végétation, l'autre est minéral »« ils ont mis de grands arbres et de la super pelouse » « de l'autre côté il n' y a que les Quinconces et devant Saint Michel, la nouvelle promenade va être agréable »*

### Développement économique

**Développement du tertiaire**
**Disparition des petits commerces indépendants de proximité**

*"les entreprises arrivent ça change, des sièges d'entreprises s'installent à Bordeaux Bastide comme Sud ouest, la Banque populaire"*

**Sentiment d'un changement de paradigme économique**

**Rupture avec la rive gauche et attractivité résidentielle nouvelle dans un contexte de pression foncière et immobilière rive gauche**

# BASTIDE : PORTE DE LA RIVE DROITE

## DISTINCTION BASTIDE - COMMUNES DU GPV

**RECONNAISSANCE D'UNE DYNAMIQUE D'ENSEMBLE DE LA RIVE DROITE**

*« C'est le même mouvement, c'est parti du méga rama à Bordeaux Bastide, et on commençait a réserver le foncier pour faire des choses derrière, c'était les prémices, mais je pense que la dynamique est sur l'ensemble de la rive droite »*

« C'est là où il y a du dynamisme à Bordeaux, où les choses sont en effervescence, où ça bouge. Et ça va crescendo, ça commence à Bordeaux Bastide et quand on monte c'est pareil, la mise en valeur de la ville est réelle »

**MAIS PLUS FORTE ATTRACTIVITE RESIDENTIELLE ET DE LOISIRS DE BASTIDE**

*"Sur la rive droite, c'est plutôt à Bastide que les bordelais souhaitent habiter. Et pour les promenades, par exemple le dimanche, c'est aussi le long des quais du quartier"*

*« Même la Bastide c'est en train de devenir bourgeois »*

**Rupture de représentations liée à la persistance de l'image de grands ensembles et logements sociaux**

*« C'était les quartiers un peu chauds ; Cenon, Floirac et suite aux travaux j'ai vu la Bastide, beaucoup plus résidentielle, j'ai des amis qui habitent à la Bastide sinon je suis de l'autre côté »*
*La grosse délimitation c'est que la Bastide, on peut la garder dans Bordeaux mais après, Floirac, Lormont, Cenon, c'est populaire »*
*« Les autres, c'est 70% de population HLM dans ces trois communes »*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## REMANENCE DES CONTENUS TRADITIONNELS D'IMAGE

### La précarité sociale

**MAINTIEN DE L'IMAGE DE PRECARITE ET DELINQUANCE**

*« C'est vu comme un coin avec des populations difficiles, toute la rive droite est considérée comme ça. Avec une population très soutenue »*

**Inquiétude de certains avec le tram**

*« on entend encore des gens dire, attention le TRAM va nous apporter les voyous de la rive droite,* les préjugés ont la peau dure ».

### L'immigration

**PERSISTANCE DES INQUIETUDES / IMMIGRES**

*« Les gens ont l'impression qu'il y a une population un peu plus ouvrière, pauvre, euh…arabe…black, etc. ».*

### Urbanisme

**MAINTIEN D'UNE IMAGE DE GRANDS ENSEMBLES**

**Logements sociaux**
**Banlieue dortoir**
**Concentration de populations**

*« Ça reste quand même un habitat concentré, un peu banlieusard, on n'est pas dans une vieille pierre. Il reste des tas de barres qui en plus sont des copropriétés avec tous les problèmes de rénovation qui vont avec »*

**Contraste avec l'image bourgeoise et l'architecture de Bordeaux**
**Contraste avec l'image pavillonnaire de l'agglomération**

*« Mais vous savez, Bordeaux est une ville très bourgeoise, et cette image est bien présente, ça ne se change pas comme ça »*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## REMANENCE DES CONTENUS TRADITIONNELS D'IMAGE

### La mobilité

**ELOIGNEMENT DU CŒUR DE BORDEAUX DANS LES REPRESENTATIONS D'HABITANTS DE LA RIVE GAUCHE**

*« Il me dit, bon il reste deux choix, Saint Médard ou Lormont, mais Lormont c'est très loin, je lui ai dit que non, il a regardé une carte et effectivement s'en est rendu compte. Voilà l'image de la rive, les gens ont l'impression que c'est loin ».*

**Accentué par les difficultés de franchissement**

*« Un utilisateur de bureaux voulait s'installer à Bastide. On part pour la rive droite, on était sur le pont, bloqué. Il a regardé sa montre, 10mn alors que l'on n'était pas en heure de pointe, il a dit non, on ne va pas s'installer là bas ».*

### Économie

**UNE INDUSTRIE TRADITIONNELLE ET SALE DES BORDS DE GARONNE**

*« C'est la zone portuaire, la chimie,… »*

**UN DESEQUILIBRE DU DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL AU PROFIT DE LA RIVE GAUCHE**

*« Mon ressenti, c'est qu'il y a un fort dynamisme industriel rive gauche et au contraire une industrie de plus en plus vieillissante rive droite ».*

**UNE MECONNAISSANCE DES POSSIBILITES DE LA RIVE DROITE**

*« Il n'y a pas forcément d'image négative, mais ils ne pensent pas forcément à la rive droite dans le cadre de leur projet, ils recherchent un local, ou un marché. Quand on en parle ils disent pourquoi pas et après il n'y a pas de freins »*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## REMANENCE DES CONTENUS TRADITIONNELS D'IMAGE

### Offre culturelle

**UNE OFFRE ASSOCIEE AUX POPULATIONS IMMIGREES**

*"L'offre est rattachée à la diversité des populations. Et i y a plein de micro évènements et micro animations qui sont destinées en priorité à une audience ciblée, de sympathisants,…"*

**Un rayonnement interculturel d'agglomération**

*"Les sénégalais qui font une fête africaine au printemps, là effectivement eux parviennent à faire venir les gens de la rive gauche voire de toute la rive gauche".*

**Un renforcement de l'image traditionnelle**

*« Pour casser la vieille image de la rive droite il faut varier les offres pour apporter de la mixité sociale. C'est trop souvent du RAP ou du Raï par exemple, il faut pas en faire une exclusivité mais s'appuyer sur cela comme d'une richesse ».*

### La dynamique associative

**OFFRE ASSOCIATIVE LIEE A L'IMAGE DES QUARTIERS SOCIAUX MULTI CULTURELS**

**Insertion, intégration, sport, culture, travail social,…**

*« Sur le GPV ils ont bien associés, sport, jeunesse, intégration, maison de quartier et encadrements humains. La pratique sportive comme moyen d'intégration et d'éducation »*

**Poursuite des réponses sociales de proximité**

*« Ils sont restés trop longtemps avec leurs problèmes, repliés sur eux –mêmes, ils sont en train de s'ouvrir sur certains sujets mais pas sur tous encore. Et ça aussi c'est lié au tissu associatif, ça se construit dans le temps, ils ont l'habitude de travailler sur ce territoire dans le même sens (social) , et c'est ça qui fait le rayonnement de la commune aussi. »*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## REMANENCE DES CONTENUS TRADITIONNELS D'IMAGE

### Offre culturelle

**UNE OFFRE PEU VISIBLE**

*« il faut y aller avec des gens qui connaissent »*

**UNE INADEQUATION DE L'OFFRE CULTURELLE / LEURS ASPIRATIONS**

*« le bas Cenon fait la fête de la morue, c'est tout, le bas Lormont fait la fête au niveau du port, c'est tout »*

*« les gens qui vivent à Floirac, ils se plaignent du manque de dynamisme en fait, ils viennent sur la rive gauche, c'est des gens qui vivent depuis des années là-bas, c'est au niveau des sorties*

### La dynamique associative

**UN DEFICIT D'ANIMATION DE PROXIMITE**

*"Des cités dortoirs » « il y a des jolis lotissements avec des maisons individuelles, ça reste des dortoirs, ils vivent à côté les uns des autres mais pas ensemble, sans vie de quartier »*

**Un lieu sans vie**

*« il n'y a pas de **cœur de vie, pas de lieu de vie**, nous, ils nous attire pas mais il y en a »*

**Perception d'une volonté d'attraction de flux économiques extérieurs mais pas de flux résidentiels**

*« Ils essaient d'attirer les entreprises mais attirer le monde, les gens, je ne sais pas ? économiquement oui mais culturellement non »*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## CLIVAGE D'IMAGE ENTRE LE HAUT ET LE BAS DES COMMUNES

**Coteaux et vallées**

**Bas des communes**

**UNE DIMENSION PATRIMONIALE**

les vieilles demeures, les échoppes, les châteaux
Le vieux Lormont, le vieux Cenon

*« Pas mal de gens se sont installés sur la bas des coteaux, il y a des échoppes, c'est plus ancien »*

**UN CADRE NATUREL A PROXIMITE DU CENTRE DE BORDEAUX**

Les coteaux
La vue sur Bordeaux

*« J'ai fait la descente sur Cenon l'autre fois en venant d'Artigues, c'est pas du tout le quartier cliché, il y a des maisons qui en valent bien rive gauche, au pied de la plaine de Garonne, avec de la verdure, la vue sur Bordeaux, c'est très bien. »*

**Inscription dans le patrimoine bordelais**

≠

**Plaine de Garonne et premiers coteaux**

**Haut des communes**

**MAINTIEN D'UNE IMAGE DE GRANDS ENSEMBLES ET LOGEMENTS SOCIAUX**

*« En bas c'est plus les vieilles villes, c'est calme et plus on monte c'est plus la ville en difficultés, l'habitat social,… »*

**Absence d'attractivité**

**Plus forte méconnaissance du territoire**

*« On ne connaît pas, on n'en parle dans les médias que quand il y a des problèmes »*

**REGAIN D'ATTRACTIVITE EN DEUXIEME COURONNE**

**Rurale et aisée**

**Stéréotypes de la banlieue**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## DISTINCTIONS D'IMAGE ENTRE LES COMMUNES

### Cenon

**Changements d'urbanisme les plus spectaculaires**

*« Il y a eu un travail énorme sur Cenon, avec le grignotage des tours, il y a eu un véritable remodelage de la ville »*

### Floirac

- **Équipements culturels importants**
- **Futur franchissement**
- **Plus résidentiel et moins concentré**
- **Moindre distinction entre haut et bas Floirac**

*« Floirac c'est moins marqué négativement, moins marqué publics en difficultés »*
*« il y a plein de petits hameaux, des trucs méga résidentiels » « c'est plus petit, plus joli, ils ont refait les routes »*

### Lormont

**Enclavement du quartier Carriet**
**Forte hétérogénéité du territoire haut/bas**

*"A Carriet on pourra faire tout ce qu'on veut, c'est au bord de l'autoroute, à Carriet je me sens retourner dans la zone, on a beau transformer, casser, c'est une enclave au bord de l'autoroute".*

*En bas c'est le petit village à flan de colline face à la Garonne et en haut c'est le HLM, social, mal fréquenté ».*

### Bassens

**La moins citée en spontané - la plus méconnue**

- **La commune la plus éloignée**
- **La zone portuaire- l'industrie**
- **La campagne – les jardins**

*« Une ville industrielle, il y a Michelin, il y a des odeurs, c'est des vieilles maisons aussi, c'est presque la campagne».*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## DISTINCTIONS D'IMAGE ENTRE LES COMMUNES

### Cenon

-

- Cités / insécurité / drogue
- Enclavement du bas Cenon

+

- Accessibilité maximale/tram
- Situation centrale/GPV
- Environnement végétal plus présent

**Le cœur de GPV**

**Une perception plus clivée de ces communes de la part des participants**

### Lormont

-

- Image fortement ancrée des cités Lormont et Carriet « Lormont a mauvaise réputation, c'est la racaille »
- Éloignement – enclavement du bas Lormont
- Rupture géographique / ligne TGV

+

- Patrimoine du vieux Lormont et veilles demeures

*« En bas de Lormont, c'est la partie ancienne de la ville mais pour se déplacer on est obligé de prendre tous les quais en voiture, il y avait une navette fluviale qui a été supprimée, le tram est loin »*

- Espaces naturels (berges de la Garonne parc, lac artificiel, collines, forêts)

**Un territoire hétérogène – un potentiel à réaliser**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

**Urbanisme**

**Association hauteur Et pb sociaux**

*« Avant tous les changements c'était le 93 pour moi »*

**Banalisation du territoire**

**UNE TRANSFORMATION VISUELLE DU PAYSAGE URBAIN : EMBELLISSEMENT ET MODERNITE**

**Construction de petits collectifs « modernes », plus design - Éco construction**
**Démolition de tours**
**Aménagements des espaces publics (agrandissements des rues, végétation,…)**

*« On est moins dans l'accumulation, c'est plus ouvert, plus vert plus dispersé »*

*« Des bâtiments ont été construits, et de l'architecture moderne avec du végétal et du métal »*

*"C'est esthétique, des arbres, des bancs, ça a ouvert les quartiers, les rues, et on traverse des quartiers qu'on ne voyait pas du tout comme ça, donc on a un autre regard sur la ville"*

**LE GAGE DE QUALITE D'ARCHITECTES DE RENOM**

*« Dans les programmes de construction il y a des signatures d'architectes connus. Par exemple Jean Nouvel a trois sites pour un seul à Bordeaux. On voit bien qu'on a voulu donner à la rive droite cette image de modernité, Tschumi c'est pareil »*

**UNE VISION POSITIVE DE L'AMENAGEMENT URBAIN MALGRE DES INTERROGATIONS SUR LA QUALITE INTRINSEQUE DU BATI ET DE CONCEPTION DES ESPACES INTERIEURS**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

**La mobilité**

**LE TRAM, MOTEUR DU CHANGEMENT D'IMAGE**
**CAR FACILITE LES FLUX**

**PRATIQUE DU TERRITOIRE**

**Par le passé,**
**l'aventure de la rive droite**

**Pb d'accessibilité** **Images négatives**

*« Il y a 25 ans, j'avais des copains d'origine étrangère et des amis sur la rive droite, mais aller à Cenon ou Lormont à l'époque, c'était une vraie aventure , physique, déjà car il n'y avait pas de moyen de locomotion. Et il y avait les ouïs dires sur le gens là-bas »*

**Aujourd'hui,**
**une bonne accessibilité**

**Tram - Rocade**
**Projets de franchissement**

*« Le désenclavement grâce au TRAM à contribué à dynamiser la rive ».*

*« Il y a la proximité de la rocade et de l'axe Nord-Sud, la fluidité des transports sur cette rive et l'accessibilité via le TRAM. »*

**Ré appropriation mentale et physique de l'espace d'agglomération**

*« le tram, c'est la première étape, ça apporte la vie »*

*« Dans l'esprit des bordelais, il y a de plus en plus une réflexion en termes d'agglo, car le tram joue cette fonction permanente de cordon ombilical entre quartiers et entre les rives. il y a une dimension agglomérée qui se constitue. »*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

**Politique sociale ambitieuse**

**Éducation** | **Insertion**

**Pôles éducatifs, recherche d'emploi**

*« Le renouvellement urbain c'est aussi tout un accompagnement social, des pôles éducatifs, des services publics, des accompagnements pour retrouver du travail, etc..."*

**Intégration**

*« Sur le GPV ils ont bien associés, sport, jeunesse, intégration, maison de quartier et encadrements humains. La pratique sportive comme moyen d'intégration et d'éducation »*

**SENTIMENT D'UNE REDUCTION DES DIFFICULTES SOCIALES**

*« Avant on entendait parler que des mes collègues dans les centres de la rive droite, les problèmes avaient l'air d'être tous concentrés là bas, aujourd'hui ce n'est plus le cas ».*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

### Dynamique culturelle

**EMERGENCE D'EQUIPEMENTS IDENTIFIES**

**ARENA, Rocher de palmer**
**M270 Le Bois Fleuri**

*« il y a une bonne prise en compte des équipements, de l'offre artistique, de l'inter culturalité, des choses très intéressantes se font, des équipes se sont mises en place, avec la M270 c'est une belle chose, sur Cenon c'est le Rocher c'est important, Lormont aussi, on sent que ça se structure, lié avec la création contemporaine, par exemple au Bois Fleuri en musique. »*

**PERCEPTION D'UNE PROGRAMMATION INTER CULTURELLE**

**Tournée vers les habitants d'origine étrangère**

*"C'est en priorité pour les habitants, je ne sens pas un pôle fort qui est attractif, mais moi c'est très rare que je me dise je vais aller à Lormont voir ça. "*

**GRANDS EVENEMENTS RECONNUS**

**Festival de BD - Festival des Hauts de Garonne**
**Carnaval des deux rives**

**DYNAMISME DE LA CREATION**

**Musique de Nuit – Théâtre - Danse contemporaine**
**Audiovisuel (ex. En attendant Demain)**
**…**

*« Avec Musiques de nuit je m'étais aperçu d'une scène nouvelle de rappeurs sur Lormont, après la vidéo « en attendant demain » était intéressante, donc une émergence de créations nouvelles »*
*« Il y a pas mal de compagnies de danse urbaines et contemporaines à Floirac, des activités audiovisuelles, du théâtre en plein air à Cenon. »*

**TENTATIVES D'OUVERTURE / AGGLO**

*« Des velléités existent, avec Bordeaux 2013. Ou lors de l'ouverture de la M270 à Floirac, il y avait une aspiration à faire des choses mais ce n'est pas facile de constituer une sorte de pratique d'échange entre le GPV et les autres parties de l'agglo comme le campus universitaire, car ça reste dans les représentations un peu éloignées »*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

**Population**

**PERCEPTION D'UNE PLUS GRANDE MIXITE SOCIALE**

**IMPACT DE L'URBANISME ET DU TRAM**

*"et il y a le tram, donc les gens même sans bagnoles sans fichent, le tram est partout sur la rive droite."*

### Primo accédants à la propriété

**Classes moyennes**

*"Il y a des professions moyennes , souvent des primo accédants, qui vont sur la rive droite, donc ça fonctionne vraiment"*

**Jeunes actifs avec enfants**

*Typiquement des trentenaires, deux enfants, jeunes actifs avec enfants car il y a l'attractivité du prix.*

### Rapprochement du lieu de travail

**Recherche d'un confort d'habiter**

*"Il y a aussi des gens qui bossent sur rive droite, et veulent se rapprocher, et veulent plus d'espace"*

**Résidentialisation d'acteurs économiques**

*« Il y a tout un tissu de chefs d'entreprises qui sont venus s'installer sur le territoire, ça change la population, ça dynamise ».*

### Renouvellement des locataires sociaux

**Recherche de critères sociaux**

*« Sur 40 logements, ou 30, sur ceux là on en prend 15 des anciens locataires, car il y a un turn over du coup, et l'autre moitié on va aller les chercher avec des critères : familles, papi mamie, famille avec un conjoint qui bosse, critères de revenus, car s'agit pas de remettre les mêmes contenus dans les mêmes contenants. »*

**Davantage de diversité sociale dans le parc social**

**Attractivité du prix de l'immobilier pour les classes moyennes voire moyennes-hautes**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

**Population**

### APPARENCE D'UN CONFORT DE VIE

*« Il y a une plus grande **fluidité**, un **habitat plus aéré**, **du pavillon**, **le prix aussi**, mais **moins de stress**, un confort de vie. Que l'on n'a plus forcément dans Bordeaux même. Et **l'accessibilité plus rapide à la rocade, à d'autres zones de la région**, dans Bordeaux il faut traverser toute la ville pour arriver au pont St Jean, au pont de Pierre. »*

**Prédominance de Cenon et Floirac /velléités d'habitat**

### PERCEPTION D'UNE QUALITE RESIDENTIELLE ET D'UNE DYNAMIQUE FORTE

*« Aujourd'hui c'est pas rare que des gens disent je veux habiter à Cenon, il y a 10 ans c'était impensable »*
*« On voit même des retraités qui vont vivre leur retraites là bas maintenant, ils vont chercher la verdure et la vue sur Bordeaux qui est magnifique ».*

**Malgré la méconnaissance pratique du territoire**

*"Ils y viennent parce qu'une nouvelle dynamique fait rayonner, le message est passé, avant il s'interdisaient d'y regarder, maintenant ça change, ils se disent pourquoi pas. Mais ils franchissent le pas car ça y est la barrière a commencé à tomber, car ça bouge, car il y a le tram, car il se passe des choses rive droite, car le paysage urbain a changé."*

**Meilleure image résidentielle chez les CSP + (plus distants / territoire) que les CSP – (s'identifiant plus facilement aux résidents du territoire)**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

### Population

**UNE ATTRACTIVITE SE TRADUISANT DANS LES PRIX IMMOBILIERS**

*"Les prix de l'immobilier ont nettement augmenté ces dernières années. En 1998 sur le haut Cenon, les biens immobiliers se vendaient à 50% de la valeur moyenne de l'agglomération, en 2005 on est à 70% de la valeur moyenne. L'augmentation est donc significative. Ça montre bien une amélioration de l'image de la rive, même les investisseurs qui avaient délaissé ce territoire y reviennent aujourd'hui en se disant qu'il y a de jolis coins ».*

**LE RISQUE DE REPOUSSER CERTAINES POPULATIONS HORS DU TERRITOIRE**

*"La croissance des prix pourrait représenter un frein pour les jeunes entrepreneurs et leurs salariés à venir habiter sur le territoire, ils risqueraient de sortir de celui-ci pour trouver des logements moins chers."*

*"Les populations les plus précaires se sont déjà déplacées vers les campagnes."*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

### Le développement économique

**IMPACT POSITIF DES ZONES FRANCHES**

**Sur l'emploi**

*« A partir de 2003, le chômage c'est résorbé de manière spectaculaire en raison des zones franches rive droite et le tram a accéléré les choses »*

**Sur l'attractivité économique**

*"Mais le fait d'avoir mis ces zones franches, il y a plein d'entreprises qui s'installent et les bordelais commencent à s'y intéresser ».*

**Développement de la tertiarisation, et d'activités nouvelles à forte valeur ajoutée autour de TPE/PME (bâtiments, nouvelles technologies, chimie)**

**UNE DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE LIEE A LA JEUNESSE DE LA POPULATION**

*« Il y a une population jeune importante, dynamique et qui a envie de s'en sortir, de changer les choses, il y a beaucoup d'initiatives de créations d'entreprises».*

**UNE MULTIPLICATION DES CLUBS D'ENTREPRISE**

*« Au début il y avait un club ou deux, aujourd'hui on en compte 6 ou 7. Si ces clubs existent c'est un révélateur de la dynamique économique. De plus il y a une bonne coordination et une bonne entente à l'intérieur de ces clubs ».*

**UN EFFET D'ENTRAINEMENT / CHEFS D'ENTREPRISE DE L'AGGLO**

**Investissements-Nombreuses structures d'accompagnement à la création d'entreprises,…**

*« Quand on voit des jeunes qui, malgré leurs difficultés, montent des boîtes et s'investissent à fond ça donne envie de s'investir là bas. Avant il y avait une seule structure d'accompagnement à la création d'entreprises de l'autre côté, maintenant on en compte un paquet ».*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

### Le développement économique

### UNE BANALISATION DU TERRITOIRE

**En matière de sécurité**

*« Avant c'était systématique d'entendre les chefs d'entreprises dirent –oui mais avec tous les problèmes comment on va sécuriser les entrepôts etc- - nos portes d'entreprises sont forcées etc- aujourd'hui je ne l'entends plus ».*

**En termes de dynamique économique**

**Clubs, dynamisme,…**

*"Aujourd'hui les entrepreneurs ont des perceptions franchement positives de la rive, que ça bouge, qu'il y a des marchés ». Ca devient aussi prisé en termes d'implantation d'entreprises que rive gauche*

**Croissance du sentiment d'appartenance au même espace économique**

*3Maintenant on appartient au même territoire, même espace de travail, nous au niveau stat on ne différencie plus Bordeaux et les autres communes, ça a de moins en moins d'importance, c'est plus homogène »*

### UNE FORTE ATTRACTIVITE ECONOMIQUE

**Zones franches, prix immobilier et foncier, réserves foncières, accessibilité / tram – rocade – axe nord/ouest**

*«Les chefs d'entreprise sont souvent agréablement surpris par les possibilités et les infrastructures de la rive droite, ils veulent s'implanter sur le long terme"*

*" à bordeaux la circulation c'est impossible, se garer c'est galère, donc un confort de vie qui favorise la vie des entreprises."*

**Un fort potentiel de développement économique**

*« La rive droite et son développement économique représentent un enjeu majeur pour toute l'agglo»*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT

**Gouvernance intercommunale**

**FORTE RECONNAISSANCE DE LA DYNAMIQUE DU GPV**

### Cohérence des principes d'actions

*"Le GPV c'est bien, car ça permet de relier, d'avoir cohérence d'ensemble entre les communes, et c'est la force du GPV. Car chacun a ses projets mais d'avoir une cohérence c'est ca qui est fabuleux, car nos administrés regardent une vue d'ensemble car c'est leur lieu de vie, ils ne regardent pas les limites de leur commune, c'est une logique de bassin de vie".*

### Visibilité d'une dynamique de territoire

*"C'est une spécificité de la rive droite d'avoir bougé autant, et on le ressent car ce n'est pas qu'une commune, c'est un ensemble de communes, donc une dynamique de groupe qui a fait aussi la différence."*

### Coopération professionnelle et institutionnelle

*"Déjà les liens entre professionnels du territoire, entre élus ça fonctionne bien, c'est super important, c'est une fondation solide".*

**LA COHESION DU GPV : UNE ASSURANCE POUR LA PERENNITE DE LA TRANSFORMATION DU TERRITOIRE**

**Contraste avec les difficultés de coopération de la CUB**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LA COMMUNICATION DU GPV

### La communication externe

**FORTE MECONNAISSANCE DU TERRITOIRE**

**Rares déplacements des bordelais**

*« Moi j'habite en haut de Lormont, et quand des amis bordelais viennent ils me disent oh comme c'est joli ici, ils ne sont jamais venus avant, ils parlent de la rive droite sans la connaître ».*

**Pas de mise en pratique du territoire, image encore à distance**

**UN MANQUE DE VISIBILITE / OFFRE (culture, promenades,…)**

*« On ne sait pas forcément comment naviguer sur ce territoire, on sait qu'il y a une coulée verte, un pôle culturel à Cenon,. On voit les choses qui ont changé physiquement, mais après… »*

*« pourquoi pas faire des conférences de presse sur la rive gauche. Ou la présentation d'un saison culturelle d'une ville de la rive droite, vous invitez une troupe de théâtre de rue, vous faites ça devant la mairie de Bordeaux. ».*

**UNE COMMUNICATION INSUFFISANTE SUR LA RIVE GAUCHE**

**Une communication plutôt institutionnelle**

*"C'est surtout les professionnels et institutionnels et encore moins les personnes de la rive gauche. Là où j'habite je la perçois pas vraiment ».*

*« La communication a pas été hyper dynamique (affiches, dépliants, calendriers, ), ça n'a pas tellement donné envie d'y aller ».*

**Ou orientée vers les habitants du territoire**

*« J'ai plus l'impression que la communication parle à ses propres populations qu'a tout le monde. Ils parlent à leurs électeurs, mais ça paraît normal ».*

**Porter davantage l'effort de communication sur la rive gauche**

*« Il faudrait que la communication rayonne sur toute la CUB »*

**Certains proposent une présence lors d'inaugurations, de lancement de saisons culturelles,…**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LA COMMUNICATION DU GPV

**L'institution**

**MECONNAISSANCE DE L'APPELLATION GPV**

**Les habitants** **certains interviewés**

*"Je pense que le mot GPV, c'est encore chez les initiés, ou alors ils ont une vague idée d'une entité géographique, quelque chose d'identitaire, mais GPV ils ne connaissent pas."*

*"GPV c'était la première que j'en entendais parler."*

**Des interrogations sur la valeur communicante du sigle**

*"Ça fait penser à plein de choses mais pas à ça, à GPL, à PV.."*

**Mais**

**Une dénomination porteuse de promesse**

*"Le terme Grand Projet est ambitieux, ça fait dynamique."*
*"Ca veut dire que les communes se fédèrent"*

**Un manque d'identification du territoire**

**Trouver une appellation en résonance avec les composantes d'image attrayantes**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LA COMMUNICATION DU GPV

**Le logo**

**Stylisation positive des communes**

- Identification - appartenance géographique/rives
- Code couleur « vert » véhiculant la dimension « nature » et valorisant le territoire

**Perception négative de la typographie GPV**

Un design et une typographie du nom GPV assez peu attractifs et peu impactant, en décalage avec la force de la promesse

*« C'est un peu infantile »*
*« Je ne comprends pas le creux »*
*« C'est un peu basique comme design, on dirait du « Word art » »*

**Slogan attractif positionnant le territoire**

Typographie jouant sur l'ambiguïté « rive / vie » → Un territoire / une qualité de vie grandeur nature

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LA COMMUNICATION DU GPV

### La campagne publicitaire

**QUALITE DU MESSAGE**

**Polysémie**

**« Prenez de l'altitude »**

*"Sur le sens, je trouve une double lecture prenez de l'altitude c'est pas mal car quand on regarde les hauts de Garonne on a ce **sentiment de hauteur**, et c'est verdoyant, on voit pas forcément la ville, donc bon appel. Après ça fait **on vous tire vers le haut**…"*

**« Ouvrez vos horizons »**

*"Plusieurs niveaux, au regard des **déplacement** des gens, sur **l'accès à la propriété**, **un endroit agréable à vivre**, c'est aussi plus **vers l'intérieur rural** mais c'est la **porte vers l'Europe**, ça peut nous amener loin, **les horizons sont vastes**".*

**MAIS**

**TROP PONCTUEL**

*« Je n'ai pas souvenir de cette campagne*

*"Le pb c'est que par le martelage qu'on peut y arriver, c'est la répétition, la pub il en faudrait tous les jours, sur les sucettes, etc.. c'est trop ponctuel. Mais c'est une bonne idée le message qui était véhiculé".*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## LA COMMUNICATION DU GPV

**Campagne publicitaire**

### UN SLOGAN PROMETTEUR

- L'ouverture d'esprit
- La pensée positive
- Une attitude nécessaire à la connaissance du territoire méconnu, à la diversité urbaine

*« Soyez positif car en fait il y a des trucs à voir »*
*« Ça veut dire enlever vos préjugés »*

### UNE ICONOGRAPHIE INCITATIVE ALLIANT BIEN ETRE ET NATURE

**Association aux campagnes publicitaires de produits de consommation ou touristiques**

- La nature civilisée
- La détente

*« on dirait une pub EDF, une pub Valvert, dans les Pyrénées »*
*« la verdure, grimpez, montez, l'air pur, respirez »*
*« ça doit amener à aller en haut de la butte »*
*« une nature belle, nette, cadrée,on se croirait sur un golf »« les cités sont cachées »*

**Une incitation à s'informer de l'offre « rive droite »**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## PROPOSITIONS DE POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE

**Accentuer la transformation de l'habitat**

**POURSUIVRE LA DIVERSIFICATION DE L'HABITAT**

**Attirer les classes moyennes – supérieures et supérieures**

*« Aujourd'hui c'est attractif pour une catégorie de la population, les gens ayant accès au logement social par exemple, après les cadres moyens ou sup. qui traditionnellement n'allaient pas sur rive droite ne vont pas dans le cœur du GPV, ils restent sur les communes plus périphériques type st Eulalie, Carbon Blanc,…des communes plus rurales. La vraie mixité sociale ce n'est pas dans les HLM, il faut qu'il y en ait pour tout le monde."*

**Certains proposent de développer l'habitat pavillonnaire**

*Ce qu'il faut c'est du pavillonnaire, on a une idée trop stéréotypée des grandes barres et immeubles, il faut jouer sur les pavillons, les,jardins, prolonger cette idée de coteaux avec ça. car en plus il y a des parcs, des jardins.*

*"C'est l'habitat qu'ils cherchent avant tout quand ils viennent rive droite, donc c'est l'habitat pavillonnaire, pour avoir vraie mixité sociale et aussi attirer des populations aisées"*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## PROPOSITIONS DE POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE

**Accentuer la transformation de l'habitat**

**SOUHAIT DE POURSUITE DE LA REDUCTION DES TOURS**

**Assimilation à problématique sociale**

**Notamment à proximité des espaces de circulation (pont d'Aquitaine, rocade, tram)**

**SOUHAIT DE PERSONNALISATION DE L'HABITAT**

**Formes d'habitat originales et esthétiques**

**Préservation de l'intimité et accès privé extérieur (balcon,jardinet,…)**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## PROPOSITIONS DE POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE

### S'appuyer sur le cadre naturel

### VALORISER LES ESPACES NATURELS

**Les berges de la Garonne**
**Les cheminements « verts » - parcours santé**
**La vue sur le site de Bordeaux**

*« Il y a un axe rive droite important c'est l'environnement naturel, avec beaucoup de verdure, le projet du parc des coteaux, et à Lormont en marchant 10 m à partir d'une station on arrive au parc de l'Hermitage avec une vue extraordinaire sur Bordeaux. Les gens ne savent pas, en vantant un peu le parc, j'ai des collègues qui y sont allés et me remercient. »*

*« Bordeaux manque de parc, c'est trop minéral »*

**Le symbole de la ville verte**

*"Avec ce grand jardin qui descend pratiquement jusqu'en bas, c'est aussi une ville verte à faire valoir. Pou rompre cette image de grands ensembles, de barres et de ghettos qui a été l'image jusqu'ici. "*

**L'oxygénation et l'espace/Bordeaux**

*« Il me semble possible de travailler avec l'idée des espaces verts, une qualité de l'air meilleure peut être qu'au milieu des bâtiments de bordeaux, pollués, les gens enfermés entre des murs. »*

### DEVELOPPER UNE ECONOMIE VERTE (ex. liée à l'éco construction)

*« Si on avait un rêve, ce serait que la rive droite soit un territoire vivant par **l'éco construction**, grâce au port, où des matériaux pourraient être acheminés »*

*« l'aménagement de la future « coulée verte » sera un atout important pour le territoire. Elle pourra être le moteur d'une nouvelle attractivité et d'un développement économique basée sur des **activités liées aux problématiques environnementales** ».*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## PROPOSITIONS DE POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE

**Faire rayonner la culture et les loisirs**

### PROMOUVOIR DES EQUIPEMENTS STRUCTURANTS

**ARENA, Rocher de Palmer, La M270, le Bois Fleuri**

*"Le gros projet Arena sur rive droite, plus de 10 000 places, avec des commerces, ça c'est grand public, équipement d'agglo, ça c'est bien, deuxième équipement le rocher de palmer, pôle culturel ouvert sur les cultures du monde, en prenant cette thématique ils auront forcément un écho sur la rive gauche, et c'est aussi un levier, et quand les gens iront voir Johnny à l'Arena et reviendront chez eux ils verront qu'ils ne se sont pas fait coupés la gorge, idem au rocher de palmer, avec la signature de Tschumi comme architecte ça calme."*

*"La M270 je trouve que c'est une super idée mais elle mériterait d'être plus connue, développée."*

### VALORISER LE PATRIMOINE ANCIEN

**Bourgs anciens, châteaux,…**

*« Sur la journée du patrimoine à Lormont, ils font la **nuit du patrimoine**, cette année c'était la seule ville a faire ça. Et là des gens rive gauche sont venus et ont découvert et se sont régalés, au pied des cités »*

*« Il y a une véritable méconnaissance et pourtant un véritable patrimoine et une richesse à découvrir et à mettre en valeur ici ».*

*« Il y a les **châteaux sur les coteaux**, pleins de chose qu'on ne connaît pas en fait,… »*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## PROPOSITIONS DE POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE

**Faire rayonner la culture et les loisirs**

**RECYCLER LES FRICHES**

**Notamment proches des quais**

**Lieux d'expositions - ateliers arts plastiques et audiovisuels - résidences d'artistes**
**Restauration – Bars - Clubs**

*« Les plasticiens et arts graphiques en général sont en galère sur l'agglo, car ils ont du mal à trouver des lieux de résidence pour héberger ces artistes. Ça peut être une des pistes à explorer pour la rive droite. Et ça peut générer l'arrivée de commerces comme des bars, restaurants, lieux d'exposition etc… ».*

**Certains évoquent l'exemple de grands villes européennes**

*« C'est un peu la même chose que les quais du Tage à Lisbonne dans la partie autour de la tour de Belém, et comme les quais de Londres. Je pense que cette ré appropriation de l'ancien avec des destinations différentes ça peut être fascinant »*

**Attirer une population variée et insuffler une vitalité**

*« L'arrivée des artistes a Berlin Est à généré une mixité sociale très intéressante et à changé l'image de ce territoire ».*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## PROPOSITIONS DE POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE

**Faire rayonner la culture et les loisirs**

### ELARGIR LA PROGRAMMATION DES EQUIPEMENTS

**Ne pas proposer qu'une programmation multiculturelle**

*"Il ne faut pas faire que du multiculturel car on reste là sur les populations qui sont déjà sur le territoire en termes de com. Ce que je dis depuis tout à l'heure c'est un peu la mixité sociale à l'envers, c'est ça aussi la réussite, conjuguer les choses, les classes, les cultures."*

**S'appuyer sur les formes émergentes**

*"A travers les musiques du monde, le jazz, mais aussi toutes les créa contemporaines , tout ce qui est slam., musiques émergeantes,ça pourrait être un pôle important d'entrée sur rive droite."*

**Proposer une programmation attractive**

*« Pour faire revenir les gens de la rive gauche il faut une affiche qui tienne la route. Donc hors GPV il y a Artigues qui est centre national de danse contemporaine. Donc là dans un public très ciblé danse contemporaine, superbe salle qui fait le plein »*

*"Aujourd'hui globalement la programmation est plutôt sur la rive gauche, c'est Bordeaux, Mérignac et Le Pin Galant, Eysines arrive aussi à proposer des choses,. Mais si on réfléchit rive droite culturellement qu'est ce qu'il y a, bon voila…."*

**Proposer une programmation pour tous**

### ACCENTUER LES COLLABORATION ENTRE ACTEURS CULTURELS RIVE GAUCHE / RIVE DROITE

**Organisations de manifestations conjointes, programmation concertée,…**

*"Au niveau de la com, après il peut y avoir des ponts virtuels qui peuvent s'établir **entre écoles de musique** de la rive gauche, **entre des programmations**, de la circulation de public. Mais aussi avec **des tremplins**, des studios d'enregistrement, des résidences artistiques."*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## PROPOSITIONS DE POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE

**Faire rayonner la culture et les loisirs**

**ORGANISER DES VISITES/MANIFESTATIONS REGULIERES SUR LE THEME DE LA NATURE ET DU PATRIMOINE**

*« Moi là ou je crois en une vraie communication, c'est à partir du jour où on organise des choses pour faire voir. La meilleure des communications c'est la découverte sur le terrain ».*

*« Les affichages et les publicités doivent venir accompagnés des actions de découvertes concrètes ».*

*Il faut faire venir les gens de rive gauche vers rive droite, ça peut être la culture, des évènements, mais le fat qu'ils viennent, qu'ils prennent conscience que ça a changé, par exemples des visites du parc des coteaux avec vue sur Bordeaux.*

**SUSCITER DES COLLABORATIONS ENTRE EQUIPEMENTS ET ACTEURS EDUCATIFS RIVE GAUCHE / BASTIDE / GPV**

**Valoriser les richesses de la rive droite**

*"par exemple une école qui fait un **projet éducatif sur la thématique sciences ou botanique**, c'est intéressant qu'une classe de Bordeaux cœur de ville dans de belles pierres puisse aller voir un gamin qui travaille sur les fleurs rive droite. "*

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## PROPOSITIONS DE POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE

**Renforcer l'attractivité résidentielle**

**Un potentiel de développement du commerce de proximité liée aux nouveaux arrivants**

**Attentes sociétales**

*« jouer le commerce de proximité, car les gens sont demandeurs de ça »,*

**Population en hausse**

*« Il y a une pop en forte hausse, beaucoup de gens qui sont allés habiter, donc il y a un potentiel de marché de services et commerces car les communes dont on parlait avec des jeunes couples, les nouveaux arrivants, tout ça c'est un pouvoir d'achat potentiel et une vrai mixité sociale et culturelle, donc un marché important. »*

**Les opportunités d'un commerce interculturel et coopératif**

**Déficit de restaurations et boutiques traditionnelles des populations d'origine étrangère**
**Possibilités d'accompagnement d'habitants des quartiers**

*« Quand je vois le territoire de la rive droite et cette diversité culturelle et il n'y a pas d'épicerie africaine, il y a des femmes africaines mais n'ont pas le sou, elles pourraient être aidées pour faire venir des produits de leur pays, des petites boutiques, des restaus, il n'y a pas ça, mais à St Michel oui, plus. On pourrait imaginer plus de commerces. Avec leurs spécificité. Donnez de bons ingrédients. Faites de l'authentique. Faites les choses comme chez vous»*

**Expliciter le rendu global des transformations réalisées**

**Évacuer la composante prégnante du territoire « la présence des HLM", par des actions médiatiques et des données objectives démontrant la qualité résidentielle (espace, coût de l'immobilier, sécurité,...)**

→ **Enjeu d'une communication dans la durée et offrant des repères objectifs**

# LE GPV : A LA CROISEE DES IMAGES

## PROPOSITIONS DE POSITIONNEMENT DU TERRITOIRE

**La plaine de Garonne porte du GPV**

**DEVELOPPER LA PARTIE BASSE DU GPV SOUS L'ANGLE RESIDENTIEL ET CULTUREL**

*« Il faudrait encourager le développement de la partie basse en amont du site GPV, c'est un vrai potentiel qui pourrait être justifié, ça réifierait la jonction entre le GPV et la rive gauche, ce serait une porte d'entrée affichée. Pour le coup ce n'est plus un non lieu, ça devient un lieu, un trait d'union essentiel »*

**Matérialiser la jonction GPV – rive gauche dans le prolongement de Bordeaux Bastide**

**Une piste évoquée par un interviewé : s'appuyer sur le développement du pôle universitaire**

*« Je mise beaucoup sur une mixité sociale avec ré appropriation de l'espace par les étudiants, car à Pessac il n'y a pas de vie sur le campus. Dans une perspective de rayonnement universitaire, il faudrait faire quelque chose sur la rive droite, et que les étudiants se mettent rive droite pour créer une effervescence, et là vous allez avoir du mélange social avec une population qui va considérer que ce n'est pas inatteignable de faire des études supérieur, car c'est en proximité. Ca ça commence à se faire »*

**S'APPUYER SUR L'IMAGE DE RENOUVEAU DE BORDEAUX BASTIDE EN COMMUNIQUANT SUR LA PLAINE DE GARONNE DU GPV**

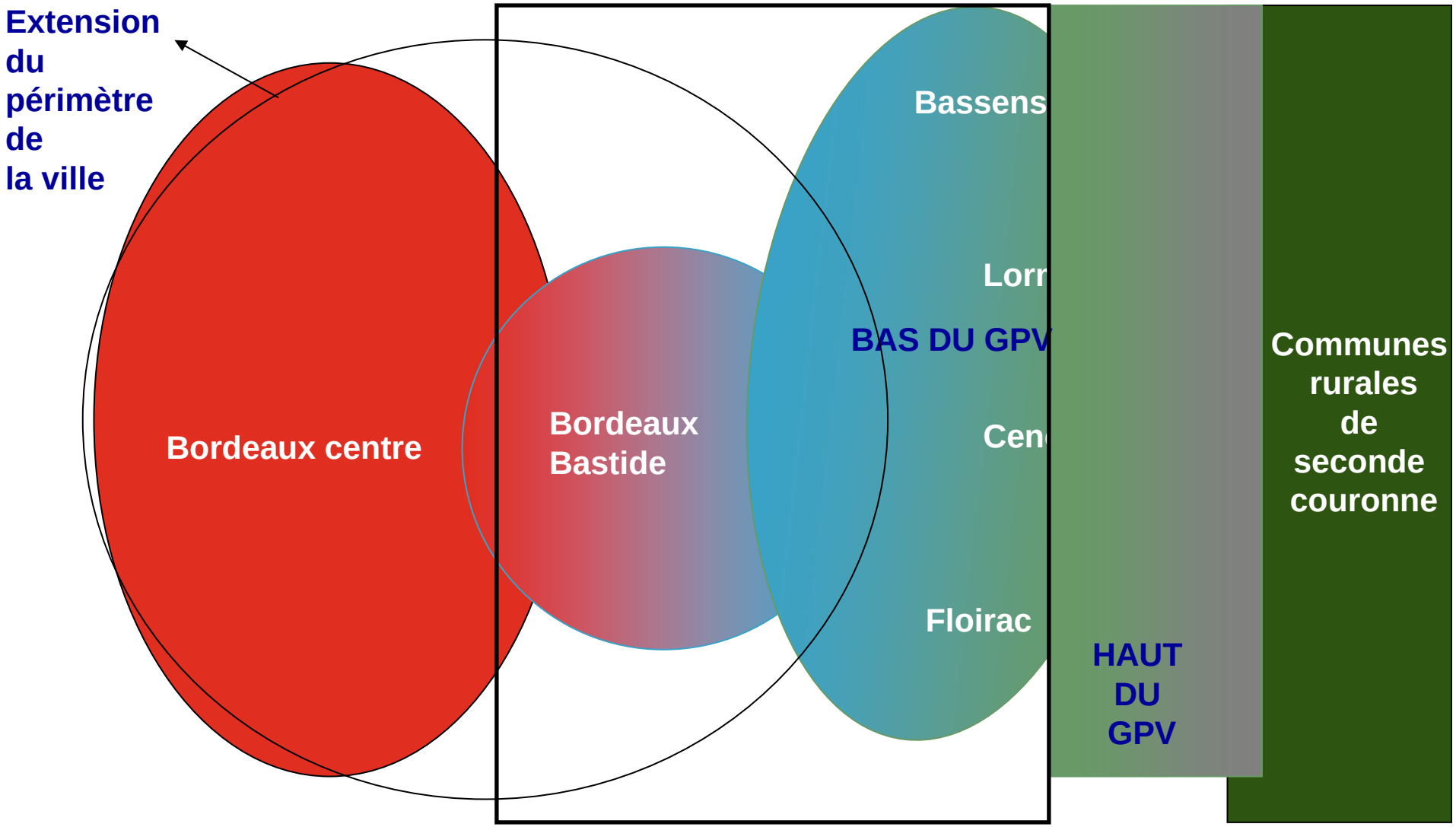
*« Alors sur la com, je pense que le GPV doit utiliser la plate-forme porteuse que peut être la Plaine de Garonne pour se repositionner à l'égard de la rive gauche. Donc raisonner pas forcément en termes de GPV, faut descendre des Hauts de Garonne et **raisonner en termes de rive droite pour mieux être en osmose avec la rive gauche**. »*

*« Peut être imaginer un **lien entre le jardin botanique et la coulée verte du GPV** »*

# Phase qualitative

## III – SYNTHESE DE LA PHASE QUALITATIVE

# SYNTHESE




**Plaine de Garonne : territoire d'interface**

**GLISSEMENT D'IMAGE**

# SYNTHESE

**1. La couverture presse est importante mais essentiellement localisée sur la rive droite. L'offre d'information se concentre sur les dimensions urbanistiques et culturelles du GPV. Cette dernière est la plus présente parmi les articles de Sud Ouest, média référent en matière de vie locale d'agglomération.**

**2. Le traitement de l'urbanisme dans la presse se veut le témoin d'une transformation physique majeure du territoire résultant d'une forte volonté des élus locaux.**

**3. L'urbanisme s'apparente au traitement de problématiques sociales. La description des interventions sur les logements et les équipements prime sur celle des mutations sociales des quartiers.**

**4. Les problématiques sociales restent la composante principale de l'image des quartiers. Les politiques culturelles, sportives présentées comme des politiques sociales, entretiennent la prégnance des caractéristiques sociales du quartier.**

**5. Le GPV est un concept abstrait. La notion de projet ne définit ni un contenu, ni un locuteur ni un territoire. Mais l'action du GPV est perçue comme une collaboration active des élus des communes.**

# SYNTHESE

**6. Le territoire du GPV n'est pas identifié comme un ensemble mais renvoie à une perception communale et topographique du site avec une partie haute et une partie basse, associée à la plaine de Garonne.**

**7.La notion de rive droite est associée à une histoire sociale et urbaine de coupure et de relégation. Cette image rémanente n'inclut plus La Bastide, aujourd'hui réintégrée à Bordeaux.**

**8. La communication externe du GPV s'avère efficace auprès des professionnels et institutions rencontrées et faible auprès du grand public.**

**9. Les messages véhiculés par la campagne identifient une promesse de qualité résidentielle liée aux caractéristiques topographiques du territoire et rentrent en résonance avec les valeurs actuelles associées au développement durable et à la qualité urbaine. Cependant la communication immobilière ne porte pas en elle-même cette offre résidentielle nouvelle.**

**10. Les propositions émanant des personnes rencontrées se résument à quatre axes : la poursuite de la banalisation du territoire au travers des opérations d'urbanisme, le développement de ses composantes « vertes », son rayonnement à l'échelle de l'agglomération et l'intensification de la communication vers la rive gauche.**

# GPV
## Bassens – Cenon - Floirac - Lormont

# Étude d'image externe

# Phase quantitative

I – RESULTATS DU SONDAGE

II – SYNTHESE DU SONDAGE

# Phase quantitative

## I – LE SONDAGE

# 1- LE SONDAGE

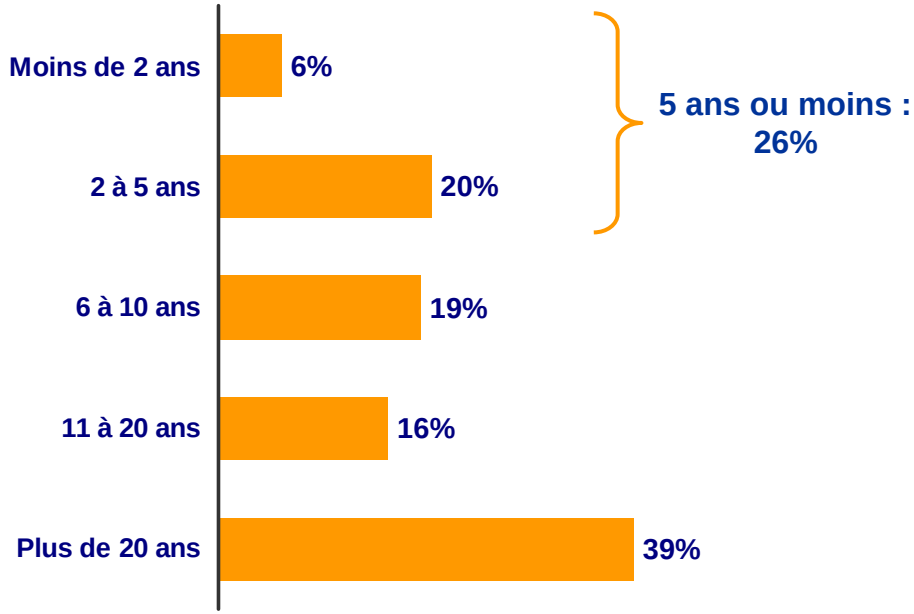
## Méthodologie

- **Enquête téléphonique réalisée entre auprès d'un échantillon de 501 personnes âgées de 18 ans et plus habitant l'agglomération de Bordeaux.**
- **Cet échantillon a été stratifié par zone d'habitation. Ont ainsi été interrogées :**
  - **151 personnes résidant HORS BORDEAUX RIVE DROITE (Ambarès-et-Lagrave, Ambès, Artigues-près-Bordeaux, Bouliac, Carbon-Blanc, Carignan-de-Bordeaux, Saint-Louis-de-Montferrand, Saint-Vincent-de-Paul, Sainte-Eulalie, Tresses, Yvrac)**
  - **74 personnes résidant HORS BORDEAUX RIVE GAUCHE : BEGLES**
  - **103 personnes résidant à BORDEAUX BASTIDE**
  - **63 personnes résidant à BORDEAUX CENTRE-VILLE**
  - **60 personnes résidant à BORDEAUX SAINT-JEAN**
  - **50personnes résidant à BORDEAUX BACALAN**
- **Afin de retrouver la structure exacte de la population, les résultats d'enquête présentés ci-après ont été redressés (pondération *a posteriori*) selon le SEXE, l'ÂGE et la CSP des personnes enquêtées et le poids démographique réel de chaque zone d'habitation délimitée.**

## Ancienneté de résidence au sein de la commune

*« Depuis combien de temps habitez-vous votre commune actuelle ? »*

*Base : Ensemble de l'échantillon*




➢ ***Lecture sociodémographique***

**-** *5 ans ou moins* **+**

| | |
|---|---|
| •Propriétaires : -<br>•50 ans et plus : - - | •Locataires privés : +<br>•PI : +<br>•18 à 24 ans (étudiants) : +<br>•25 à 34 ans (jeunes actifs : ++ |

**Mobilité liée à la dynamique d'insertion socio professionnelle**

➢ ***Lecture territoriale***

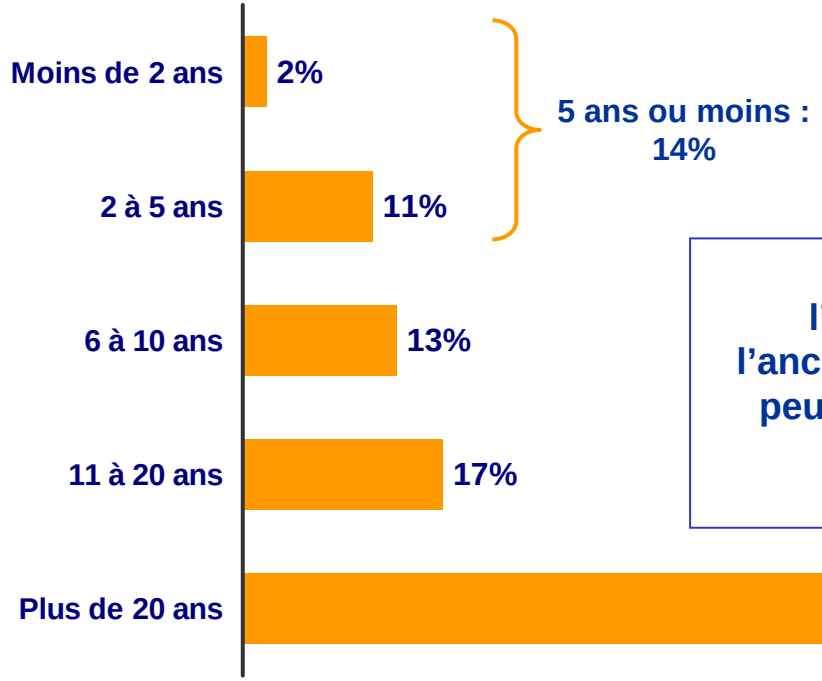
**-** *Plus de 20 ans* **+**

| | |
|---|---|
| Bordeaux centre-ville : -<br>Bègles : - | Bordeaux Bastide : +<br>Bordeaux Bacalan : ++ |

**Plus forte stabilité dans les quartiers populaires**

## Ancienneté de résidence au sein de l'agglomération

*« Depuis combien de temps habitez-vous dans l'agglomération de Bordeaux ? »*




*Base : Ensemble de l'échantillon*

**Une ancienneté dans l'agglomération plus forte que l'ancienneté dans la commune qui peut s'expliquer par une mobilité résidentielle au sein de la métropole bordelaise**

➢ ***Lecture sociodémographique***

**-** *5 ans ou moins* **+**

| | |
|---|---|
| •Propriétaires : -<br>•50 ans et plus : - - | •Locataires privés : +<br>•PI : +<br>•18 à 24 ans (étudiants) : +<br>•25 à 34 ans (jeunes actifs : ++ |

➢ ***Lecture territoriale***

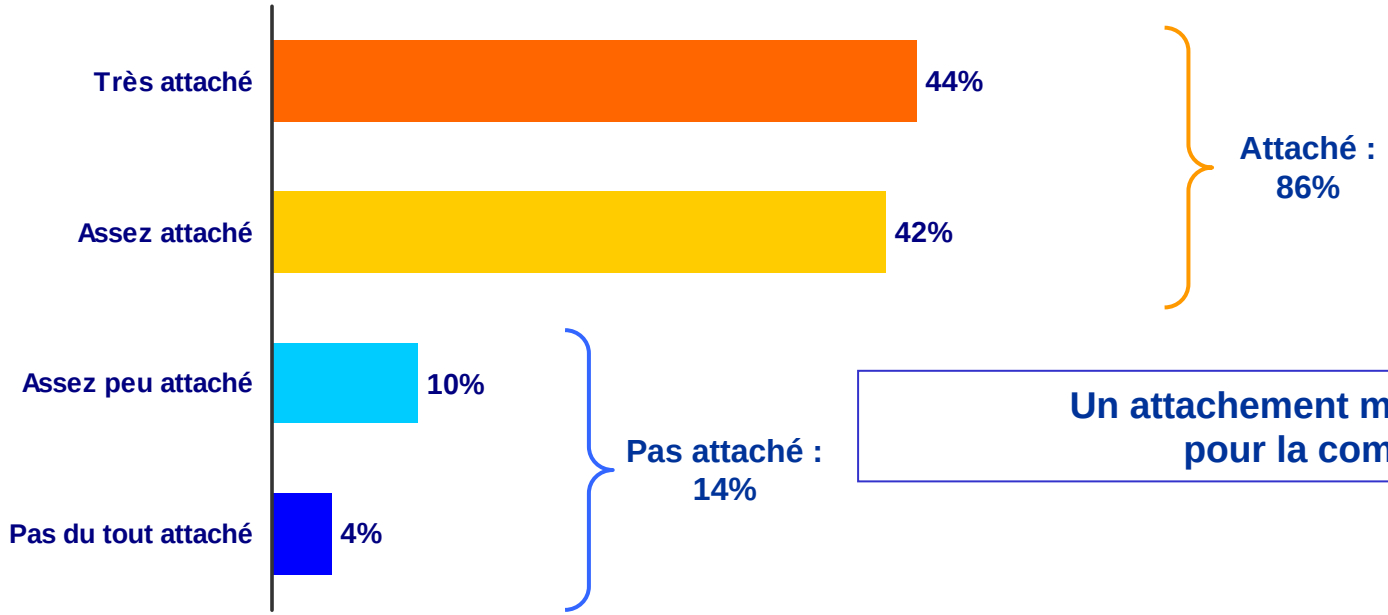
**-** *Plus de 20 ans* **+**

| | |
|---|---|
| Bordeaux Saint-Jean : 45%<br>Bordeaux centre-ville : 37% | Bordeaux Bacalan : 82% |

## Attachement à la commune de résidence

***« Êtes-vous très attaché, assez attaché, assez peu attaché ou pas du tout attaché à votre commune ? »***

*Base : Ensemble de l'échantillon*




**Un attachement marqué pour la commune**

➢ ***Lecture sociodémographique***

- ***Très attaché*** +

| | |
|---|---|
| **Locataire privé et social : -**<br>**Ouvriers : -**<br>**25 à 34 ans : -**<br>**18-24 ans : -**<br>**Nouveaux arrivants : -** | **Propriétaires : +**<br>**Retraités : ++**<br>**65 ans et plus : ++**<br>**50 à 64 ans : +**<br>**Ancienneté de résidence : +** |

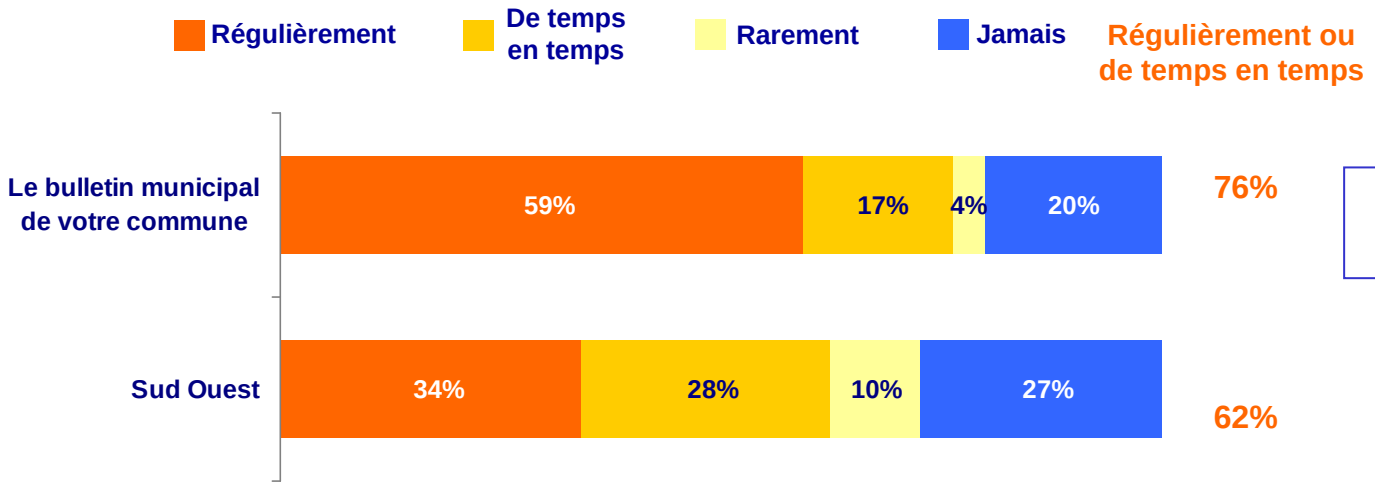
➢ ***Lecture territoriale***

***Très attaché*** +

**Bordeaux Bacalan : +**

## Habitudes de lecture

*« Concernant vos habitudes de lecture de la presse locale, lisez-vous régulièrement, de temps en temps, rarement ou jamais… »*




*Base : Ensemble de l'échantillon*

**L'attachement se traduit dans le lecture du BM**

➢ ***Lecture sociodémographique***

**-** ***Régulièrement*** **+**

**Employé : -**
**Locataires privés : -**
**Nouveaux arrivants : -**

**Propriétaires : +**
**Retraités : +**
**CSP + : +%**
**Enfants : +**
**Ancienneté de résidence : +**

➢ ***Lecture territoriale***

**-** ***Régulièrement*** **+**

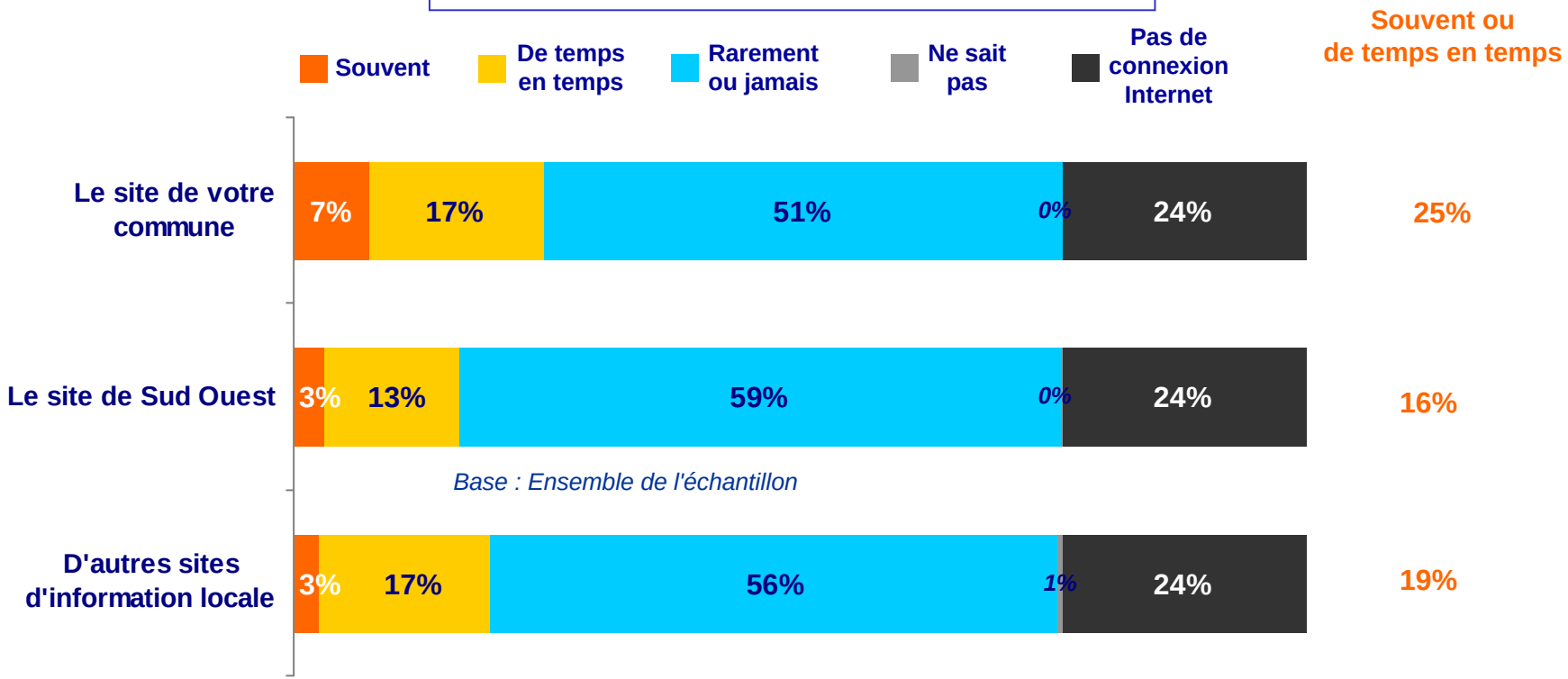
**Bordeaux Saint Jean : -**
**Bordeaux centre-ville : -**

**Bordeaux Bacalan : 67%**

## Connexion à Internet

*« Vous connectez-vous souvent, de temps en temps, rarement ou jamais aux sites suivants ? »*

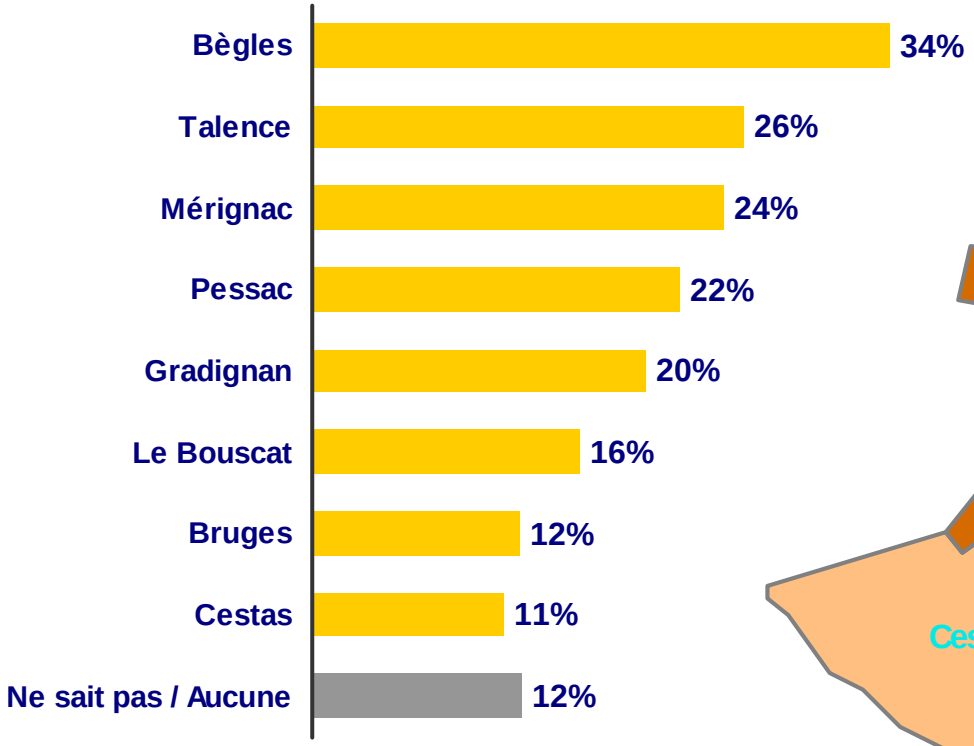
**Hiérarchisation similaire à la presse papier**

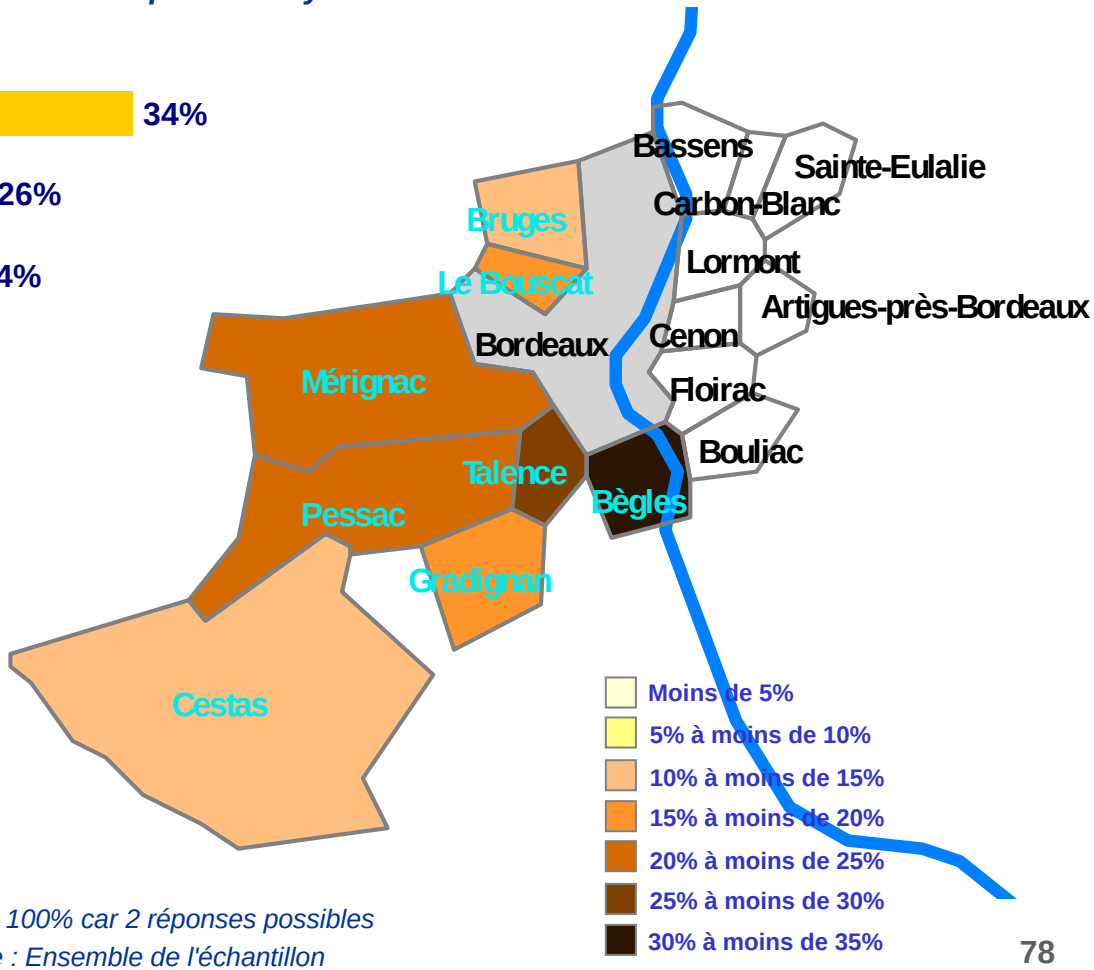



**De façon générale, les plus jeunes et les plus âgés se connectent le moins aux sites d'information locale, tandis que les familles avec enfants le font davantage**

## Les communes de la RIVE GAUCHE les PLUS attirantes

***« Parmi les communes suivantes de la RIVE GAUCHE, quelles sont les deux qui selon vous sont les PLUS attirantes pour aller y habiter ? »***




**La première couronne SUD de Bordeaux est la plus attirante**

*Total > à 100% car 2 réponses possibles*
*Base : Ensemble de l'échantillon*

# 1- LE SONDAGE

## Les communes de la RIVE GAUCHE les PLUS attirantes

*« Parmi les communes suivantes de la RIVE GAUCHE, quelles sont les deux qui selon vous sont les PLUS attirantes pour aller y habiter ? »*

➢ ***Lecture territoriale***

Bordeaux Bacalan : +

➢ ***Lecture territoriale***

Bordeaux centre-ville : +
Bègles : +

➢ ***Lecture sociodémographique***

18 à 24 ans (étudiants) : +

➢ ***Lecture territoriale***

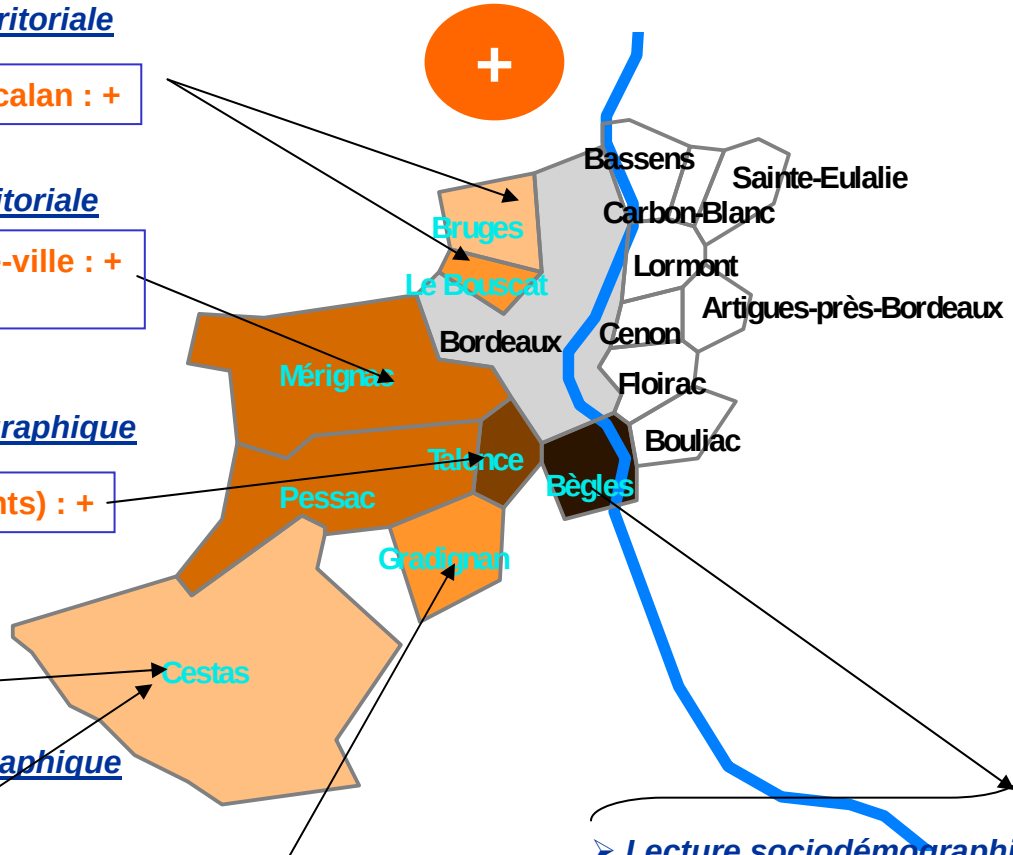
Bègles : +

➢ ***Lecture sociodémographique***

CSP + : +

➢ ***Lecture sociodémographique***

CSP + : +




Les communes de proximité sont les plus attractives.
Les CSP + préfèrent la deuxième couronne.
Les communes les plus attractives sont aussi celles les plus attractives pour les jeunes (étudiants ou jeunes actifs).

➢ ***Lecture sociodémographique***

Locataires privés et sociaux : +
25 à 34 ans (jeunes actifs): +

➢ ***Lecture territoriale***

Bordeaux Saint-Jean : +
Bègles : ++

## Les communes de la RIVE GAUCHE les PLUS attirantes

***« Parmi les communes suivantes de la RIVE GAUCHE, quelles sont les deux qui selon vous sont les PLUS attirantes pour aller y habiter ? »***

➢ ***Lecture territoriale***

**Bègles : - -**

➢ ***Lecture sociodémographique***

**Locataires sociaux : -**

➢ ***Lecture territoriale***

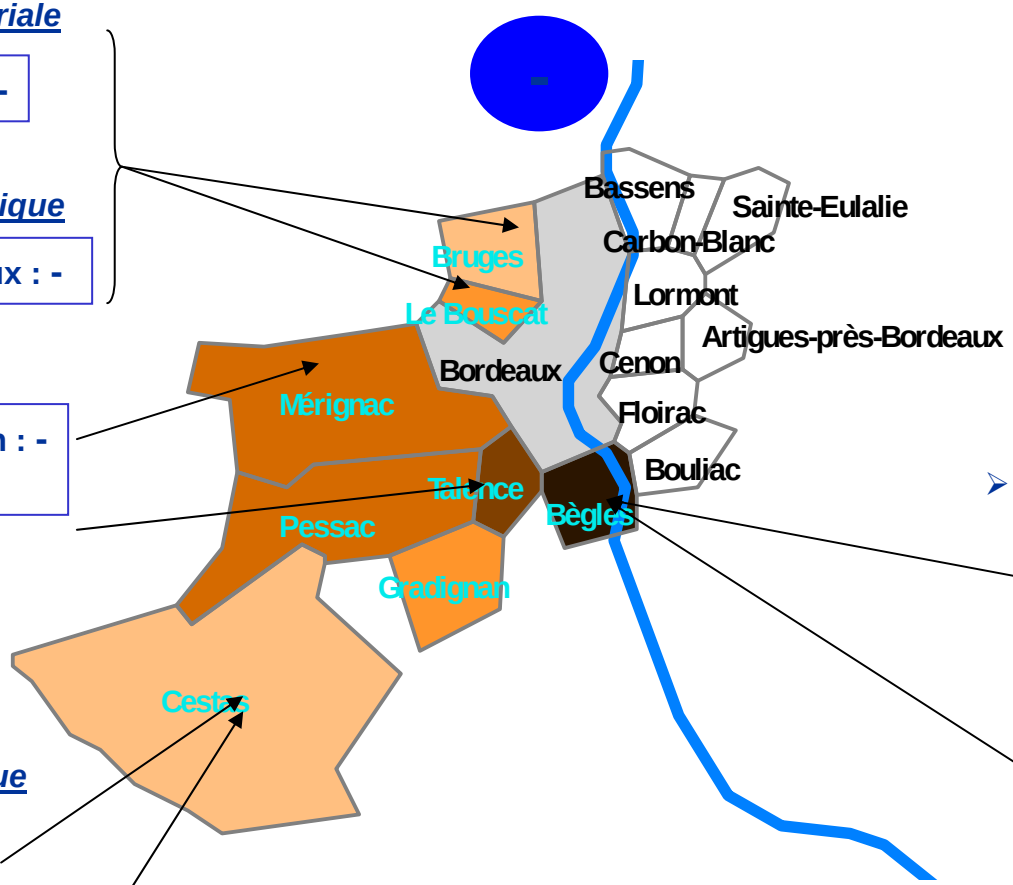
**Bordeaux Saint-Jean : -**
**Bègles : -**

➢ ***Lecture sociodémographique***

**18 à 24 ans : -**

➢ ***Lecture territoriale***

**Bordeaux Bacalan : -**




➢ ***Lecture sociodémographique***

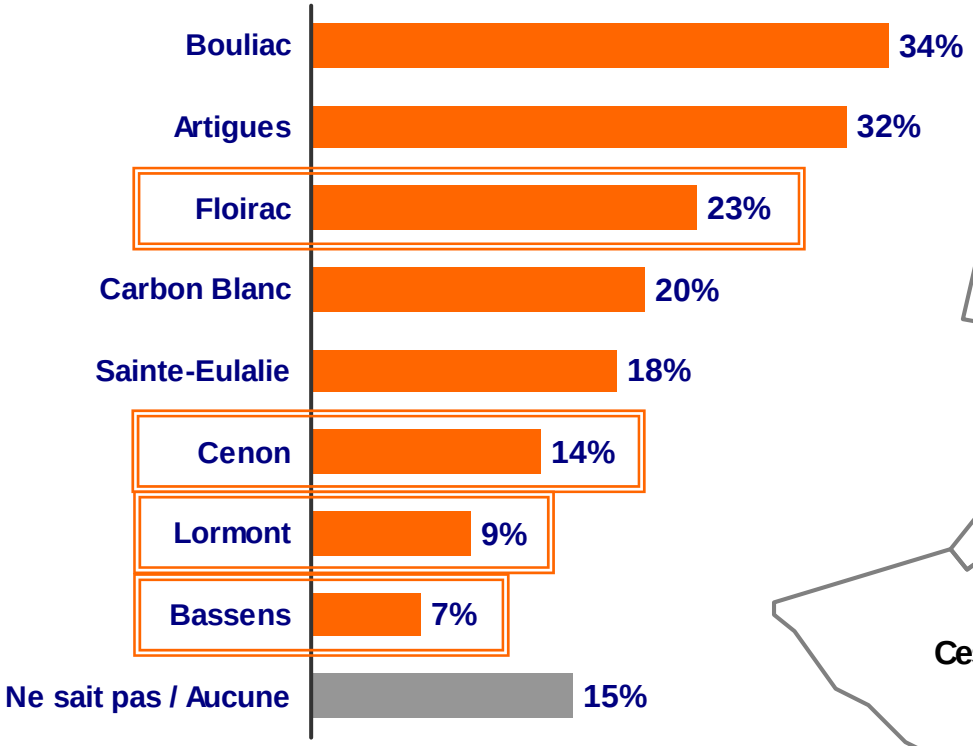
**65 ans et plus : -**
**50 à 64 ans : -**

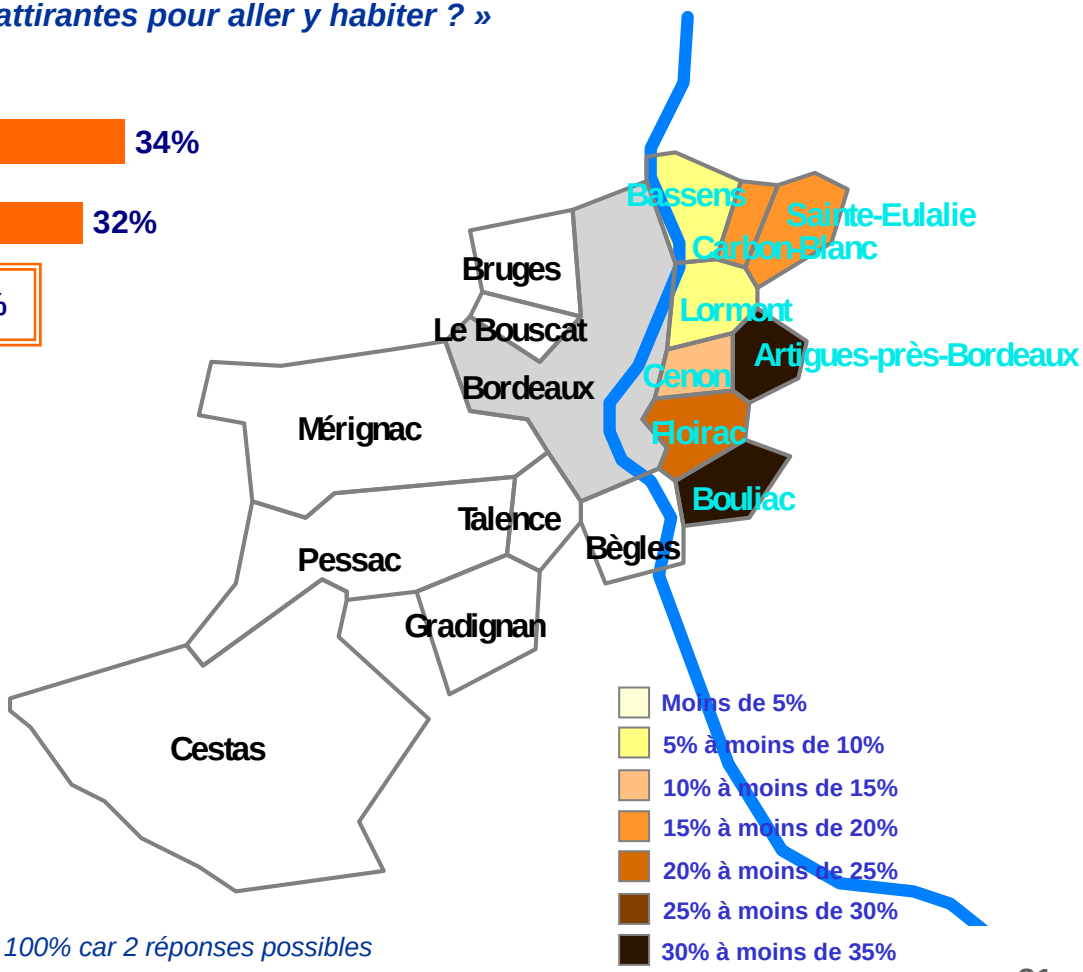
➢ ***Lecture territoriale***

**Bordeaux Bacalan : --**
**Hors Bordeaux rive droite : -**

## Les communes de la RIVE DROITE les PLUS attirantes

*« Parmi les communes suivantes de la RIVE DROITE, quelles sont les deux qui selon vous sont les PLUS attirantes pour aller y habiter ? »*




*Total > à 100% car 2 réponses possibles*
*Base : Ensemble de l'échantillon*

## Les communes de la RIVE DROITE les PLUS attirantes

*« Parmi les communes suivantes de la RIVE DROITE, quelles sont les deux qui selon vous sont les PLUS attirantes pour aller y habiter ? »*

➢ ***Lecture sociodémographique***

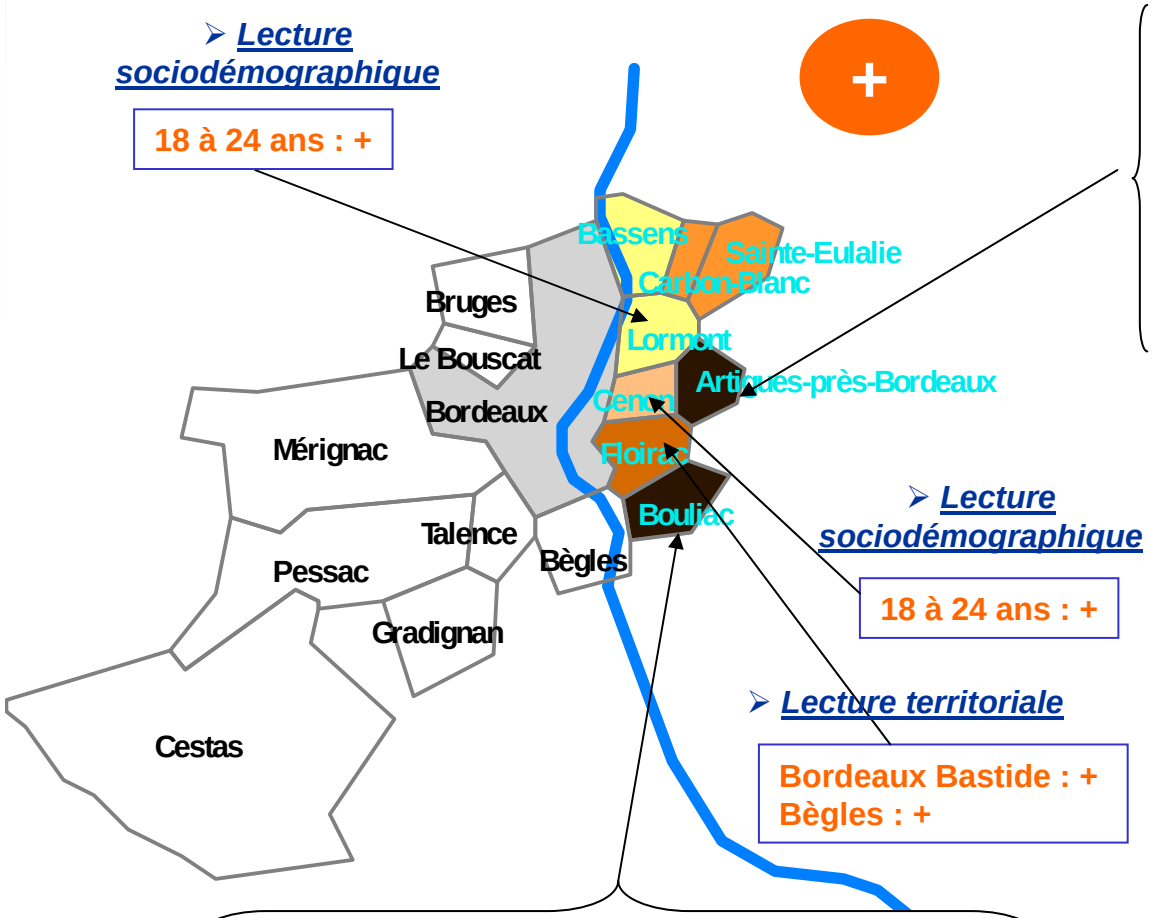
18 à 24 ans : +

➢ ***Lecture territoriale***

Bordeaux Bastide : +
Hors Bordeaux rive droite : +

➢ ***Lecture sociodémographique***

CSP + : +
PI : +




➢ ***Lecture sociodémographique***

18 à 24 ans : +

➢ ***Lecture territoriale***

Bordeaux Bastide : +
Bègles : +

➢ ***Lecture territoriale***

Bègles : +

➢ ***Lecture sociodémographique***

CSP + : +

**Les communes de proximité sont les plus attractives.**
**Les CSP plus hautes préfèrent la deuxième couronne.**
**Cenon et Lormont sont comparativement plus attractives pour les jeunes (étudiants).**
**Le niveau de fréquentation des communes du GPV n'affecte pas les réponses (alors qu'il affectera l'image du territoire).**

## Les communes de la RIVE DROITE les PLUS attirantes

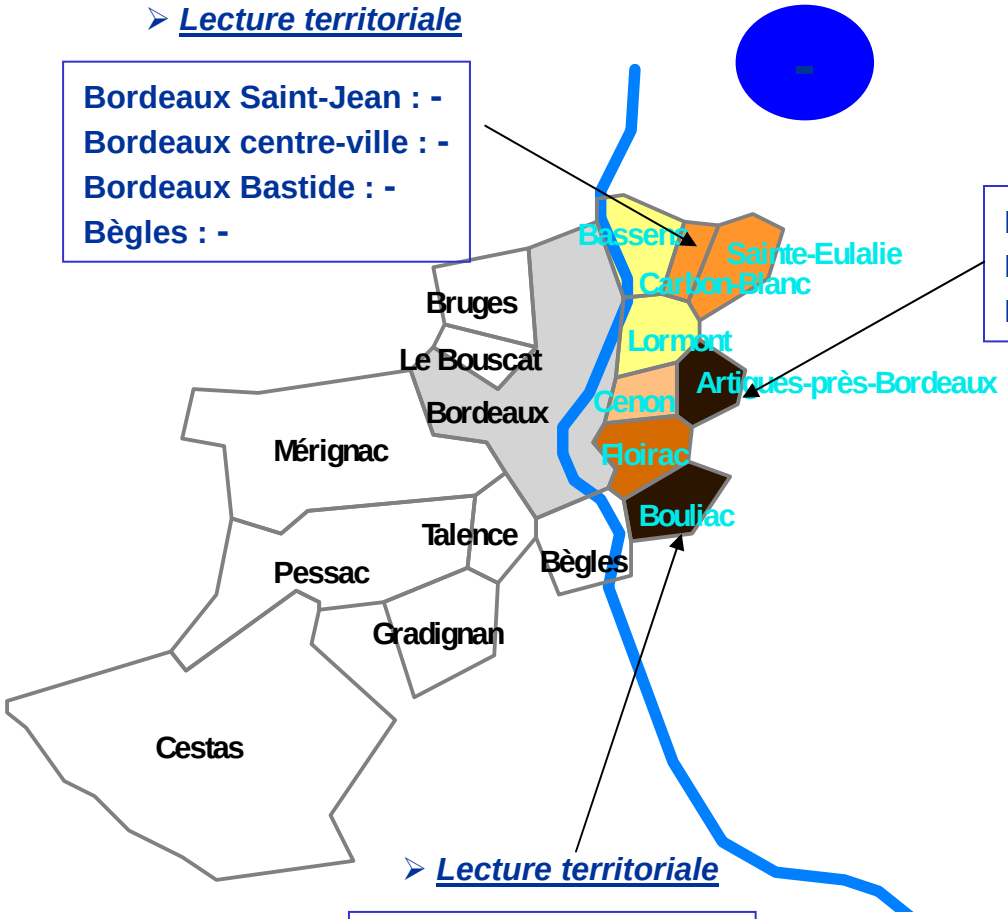
***« Parmi les communes suivantes de la RIVE DROITE, quelles sont les deux qui selon vous sont les PLUS attirantes pour aller y habiter ? »***

➢ ***Lecture territoriale***

**Bordeaux Saint-Jean : -**
**Bordeaux centre-ville : -**
**Bordeaux Bastide : -**
**Bègles : -**

➢ ***Lecture territoriale***

**Bordeaux Saint-Jean et Bacalan : -**
**Bordeaux centre-ville : --**
**Bègles : -**




➢ ***Lecture territoriale***

**Bordeaux Saint-Jean : -**
**Bordeaux centre-ville : -**

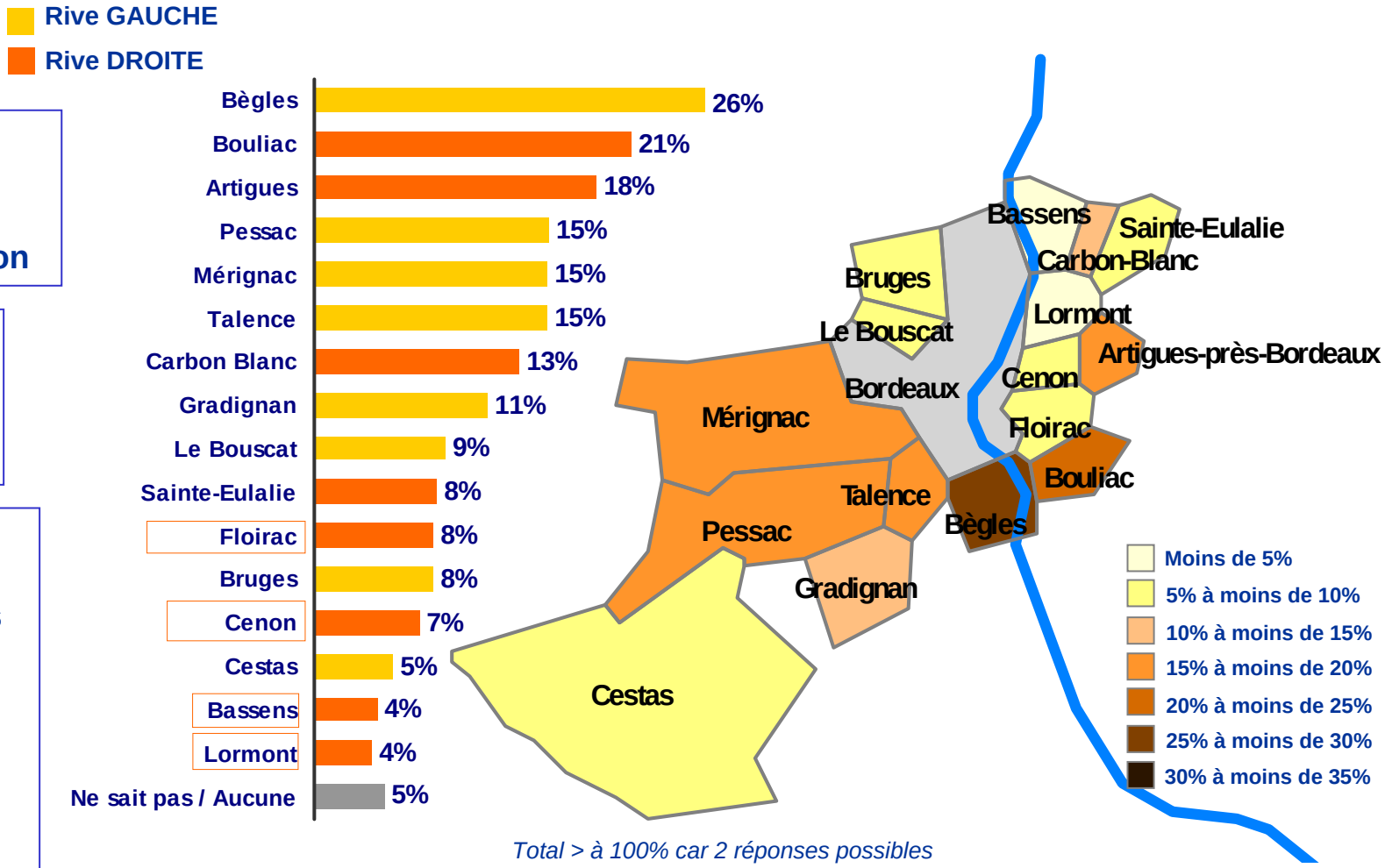
## Les communes les PLUS attirantes TOUTES RIVES CONFONDUES

*« Parmi les 2 communes de la rive gauche que vous avez citées comme les plus attirantes et les 2 communes de la rive droite que vous avez citées comme les plus attirantes, quelle sont au final les 2 plus attirantes ? »*

Une préférence pour la première couronne au sud de l'agglomération

Bassens et Lormont sont les moins attirantes

Les croisements socio démographiques et territoriaux appellent les mêmes remarques que précédemment (RD et RG




*Total > à 100% car 2 réponses possibles*

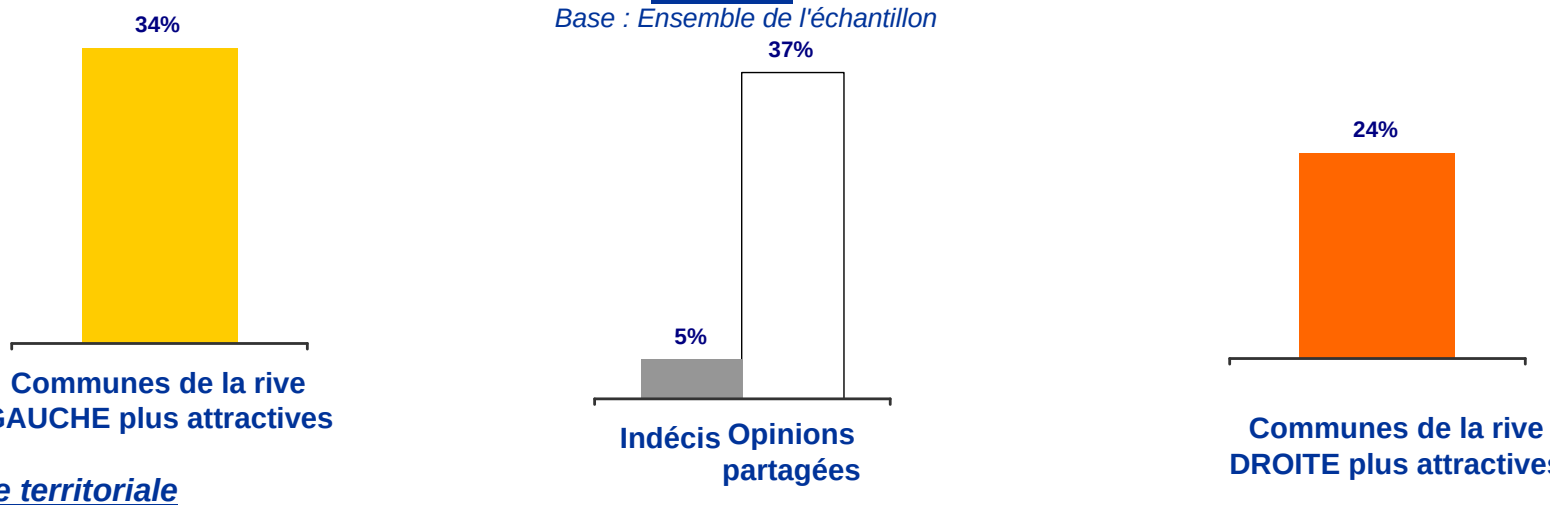
*Base : Ensemble de l'échantillon*

## Les communes les PLUS attirantes TOUTES RIVES CONFONDUES

***« Parmi les 2 communes de la rive gauche que vous avez citées comme les plus attirantes et les 2 communes de la rive droite que vous avez citées comme les plus attirantes, quelle sont au final les 2 plus attirantes ? »***

***- Synthèse -***

*Base : Ensemble de l'échantillon*




➢ ***Lecture territoriale***

**Bordeaux Saint-Jean : ++**
**Bordeaux centre-ville : ++**
**Bègles : ++**

**Bordeaux Bastide : --**
**Hors Bordeaux rive droite : --**

➢ ***Lecture sociodémographique***

**Locataires sociaux et privés : +**
**Moins de 6 ans dans l'agglo : +**
**De 6 à 10 ans dans l'agglo : ++**

**Les répondants de la rive droite préfèrent en général des communes de la rive droite, ceux de la rive gauche la rive gauche. Les répondants potentiellement mobiles ainsi que les nouveaux arrivants manifestent une préférence pour la rive gauche (recherche de promotion et rassurance sociale par le territoire)**

➢ ***Lecture territoriale***

**Bordeaux Bastide : +**
**Hors Bordeaux rive droite : ++**

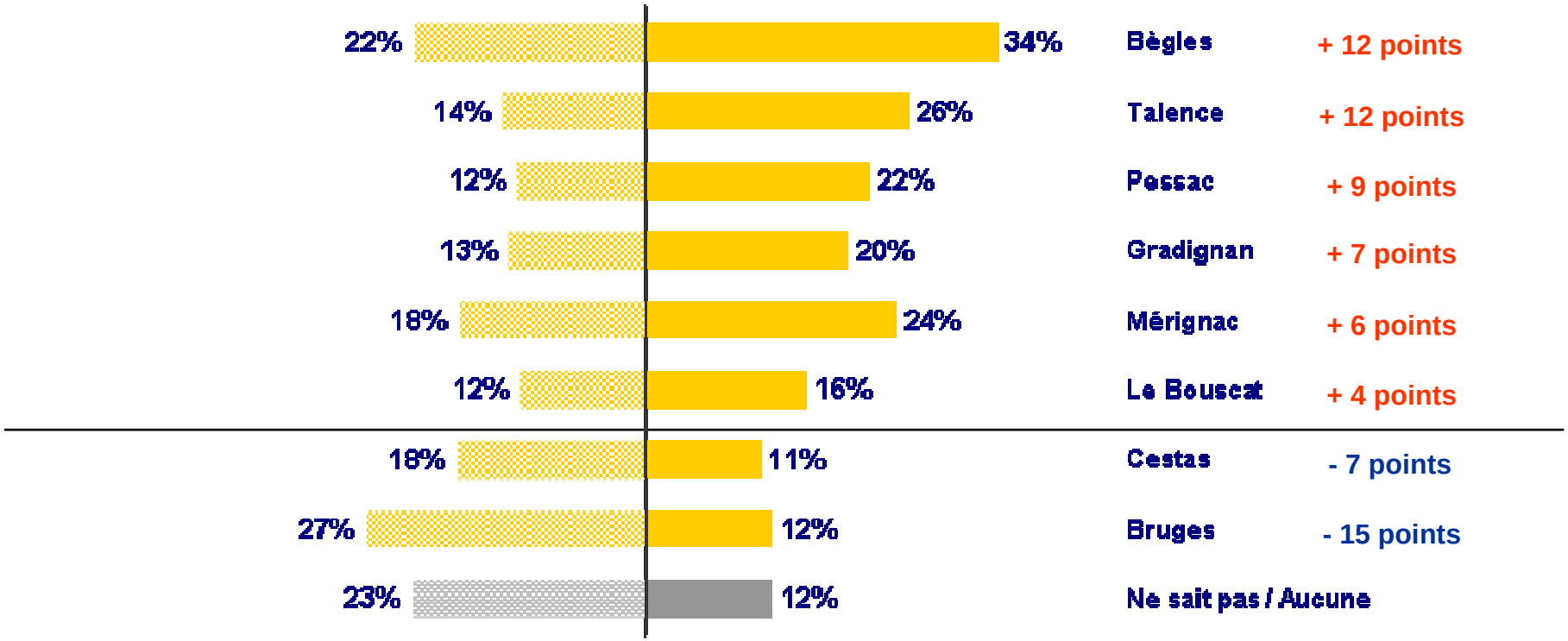
**Bordeaux Bacalan : --**
**Bordeaux Saint-Jean : --**
**Bordeaux centre-ville : --**
**Bègles : --**

➢ ***Lecture sociodémographique***

**Locataires sociaux et privés : -**

## Les communes de la RIVE GAUCHE : « solde » d'attractivité

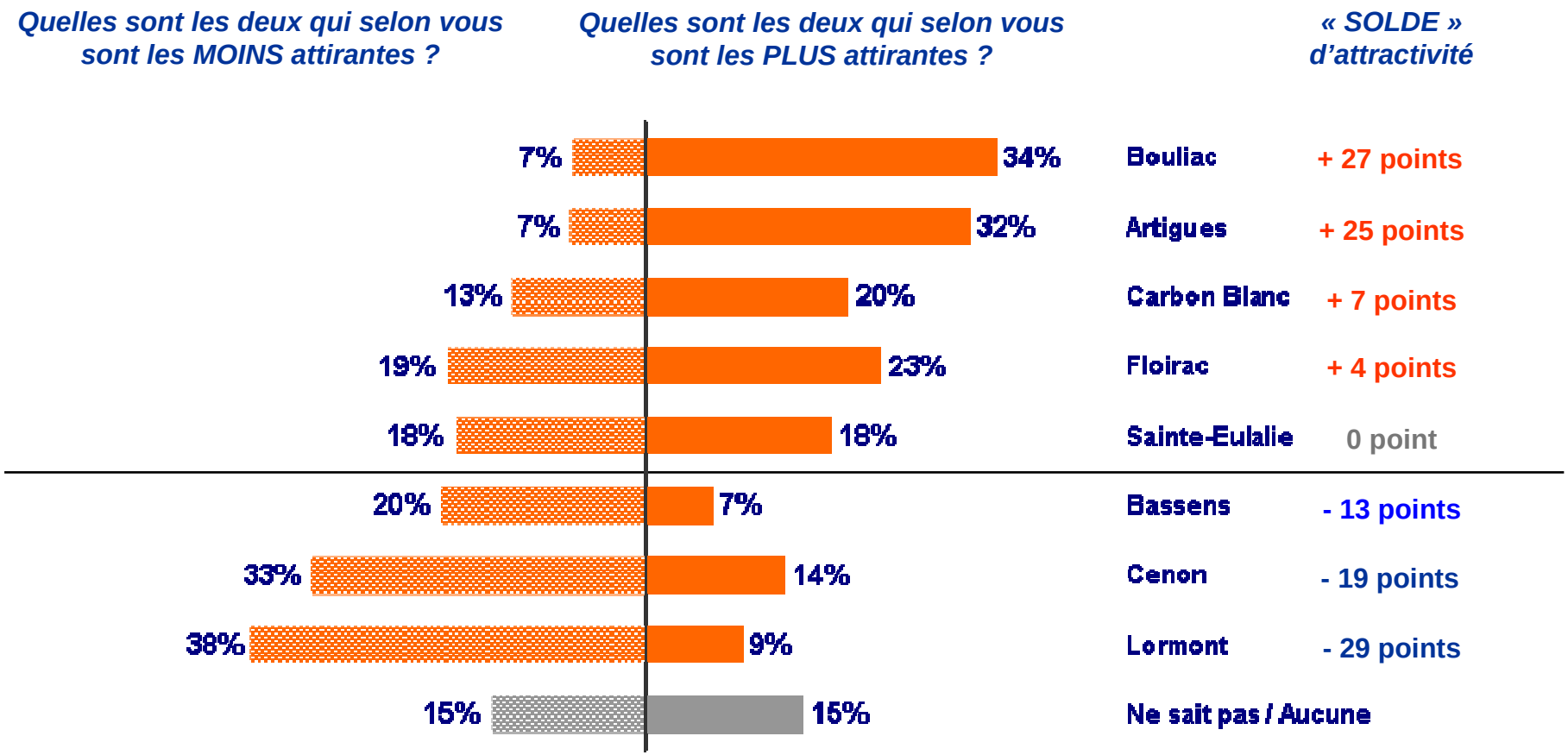
*Parmi les communes suivantes de la RIVE GAUCHE…*




*Total > à 100% car 2 réponses possibles*
*Base : Ensemble de l'échantillon*

## Les communes de la RIVE DROITE : « solde » d'attractivité

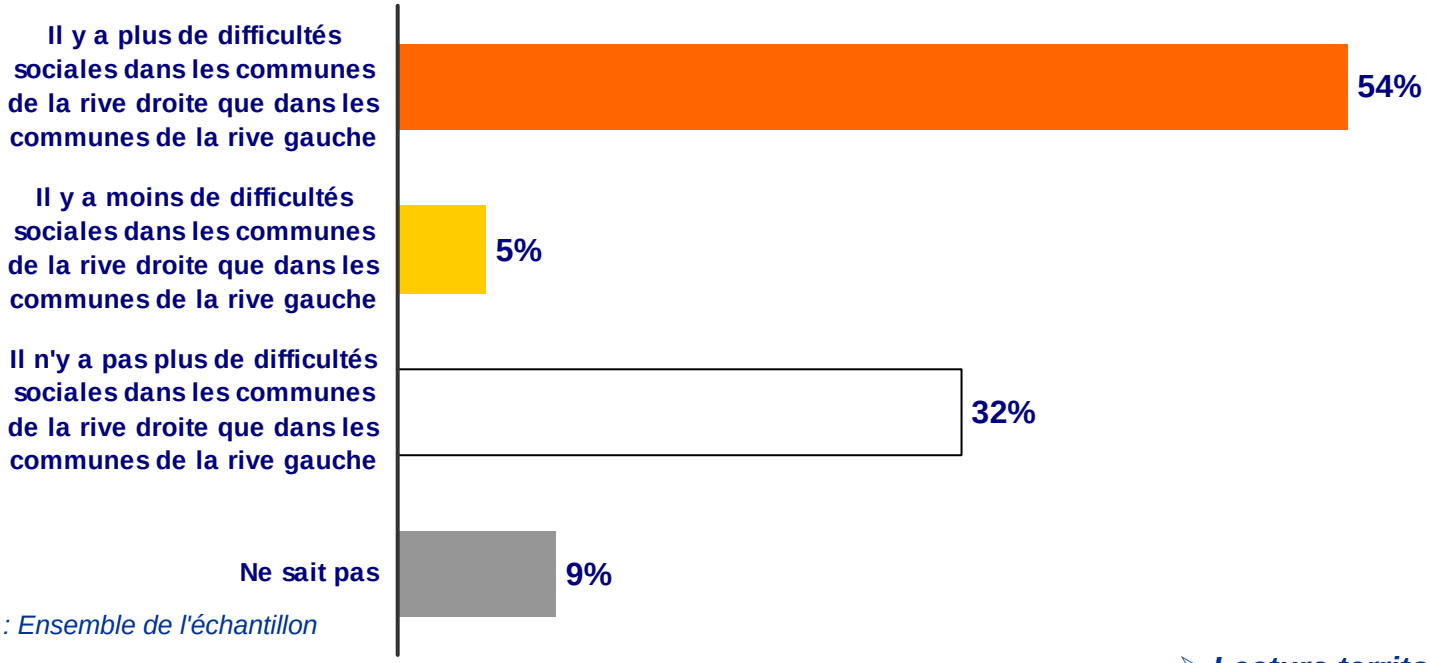
*Parmi les communes suivantes de la RIVE DROITE…*




*Total > à 100% car 2 réponses possibles*
*Base : Ensemble de l'échantillon*

## Image comparée entre rive droite et rive gauche du point de vue des difficultés sociales

***« On compare souvent la rive droite et la rive gauche.***
***Avec laquelle de ces trois opinions êtes-vous d'accord ? »***




*Base : Ensemble de l'échantillon*

➢ ***Lecture territoriale***

**La rive droite reste stigmatisée par son image sociale**

***Plus de difficultés sociales sur la rive droite***

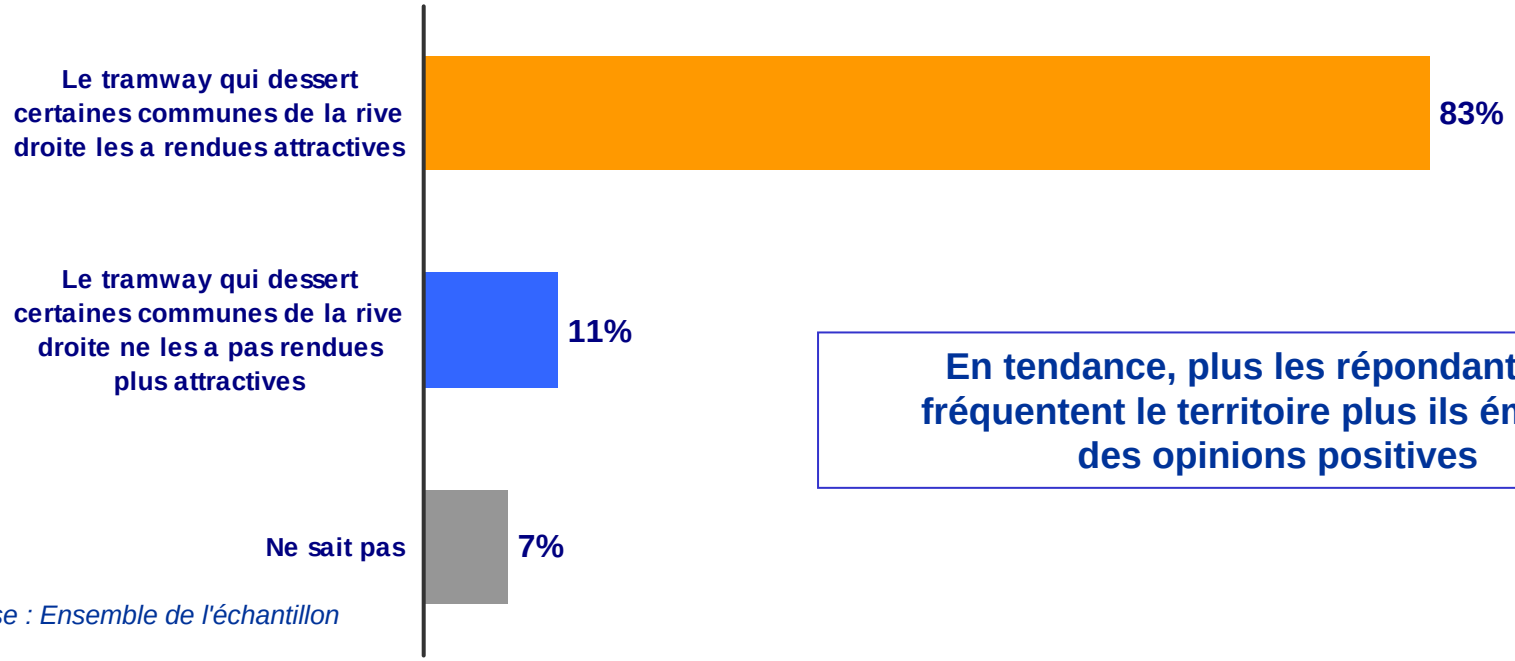
**+**

**Bordeaux centre-ville : +**

**Contraste centre-ville/rive droite**

## Impact du tramway sur l'attractivité des communes de la rive droite

*« Entre ces deux opinions contradictoires à propos de la rive droite, avec laquelle êtes-vous d'accord ? »*




*Base : Ensemble de l'échantillon*

**En tendance, plus les répondants fréquentent le territoire plus ils émettent des opinions positives**

➢ ***Lecture territoriale***

*Le tramway les a rendues attractives*

| - | + |
|---|---|
| Bordeaux Saint-Jean : -<br>Bordeaux centre-ville : - | Bordeaux Bastide : + |

## Image générale des 4 communes du GPV

*« Concernant chacune des communes suivantes, en avez-vous une image très positive, assez positive, assez négative, très négative ? »*

➢ ***Lecture territoriale***

Bordeaux Bastide : +
Bordeaux Bacalan : +

➢ ***Lecture sociodémographique***

Retraités : +
65 ans et plus : +

➢ ***Lecture territoriale***

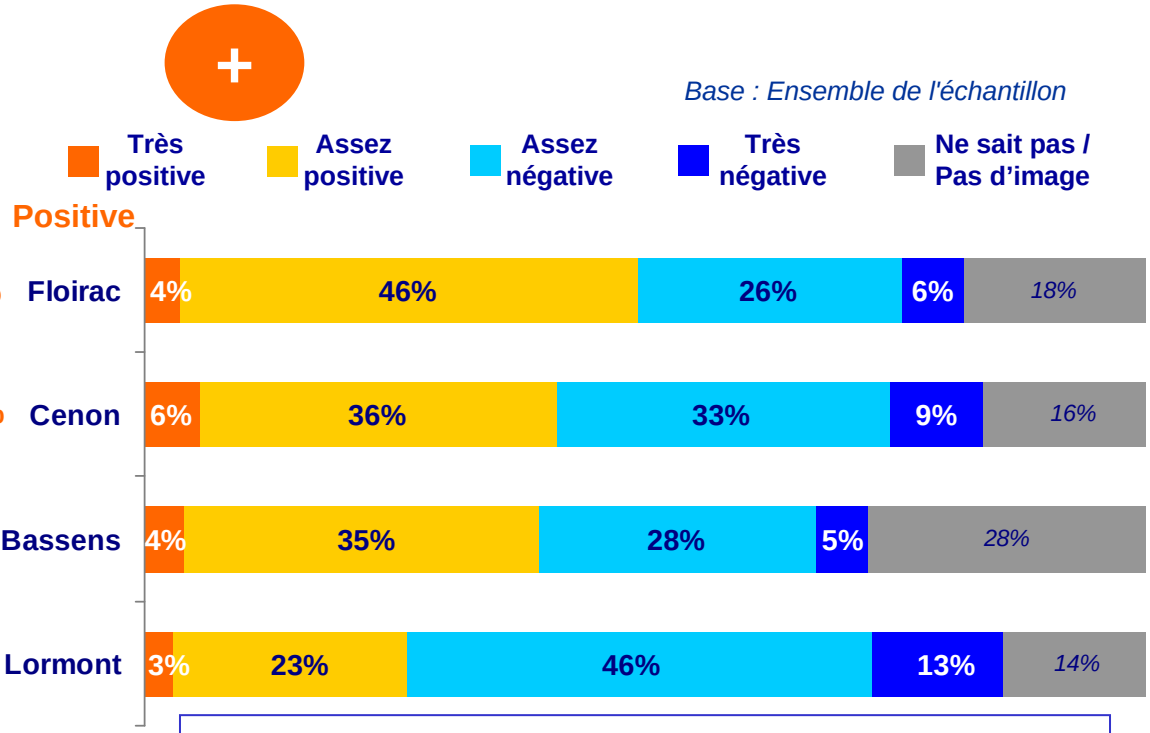
Hors Bordeaux rive droite : +
Bordeaux Bacalan : ++

➢ ***Lecture territoriale***

Bordeaux Bastide : +
Bordeaux Bacalan : ++

➢ ***Lecture sociodémographique***

Retraités : +
18 à 24 ans : +
65 ans et plus : +




**Les répondants de Bordeaux Bacalan et Bastide sont en général les plus positifs vis à-vis des communes du GPV.**
**En tendance, plus les répondants fréquentent le territoire plus ils émettent des opinions positives sur les communes du GPV.**
**Les plus âgés ont une meilleure image de Cenon et Lormont (ainsi que les plus jeunes ici)**

## Image générale des 4 communes du GPV

*« Concernant chacune des communes suivantes, en avez-vous une image très positive, assez positive, assez négative, très négative ? »*

➢ ***Lecture territoriale***

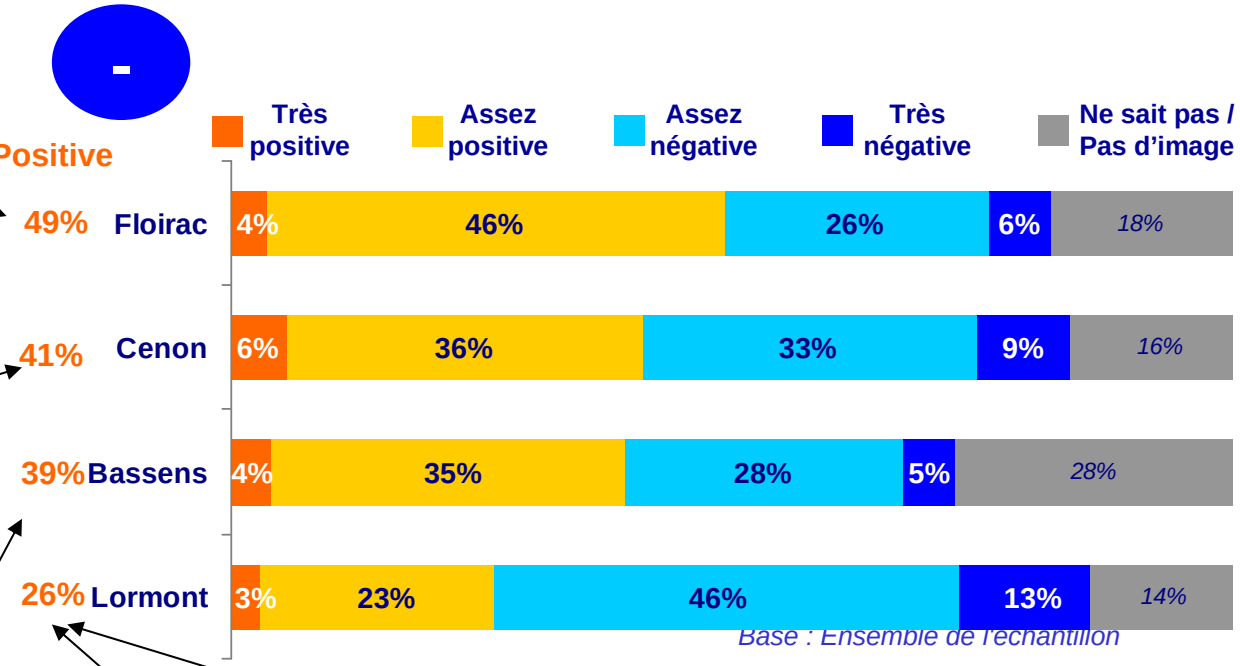
•Locataires sociaux : -

➢ ***Lecture sociodémographique***

•Bordeaux centre-ville : -
•Bègles : -

➢ ***Lecture territoriale***

•Bordeaux centre-ville : -
•Bordeaux Saint-Jean : -




➢ ***Lecture territoriale***

•Bègles : -

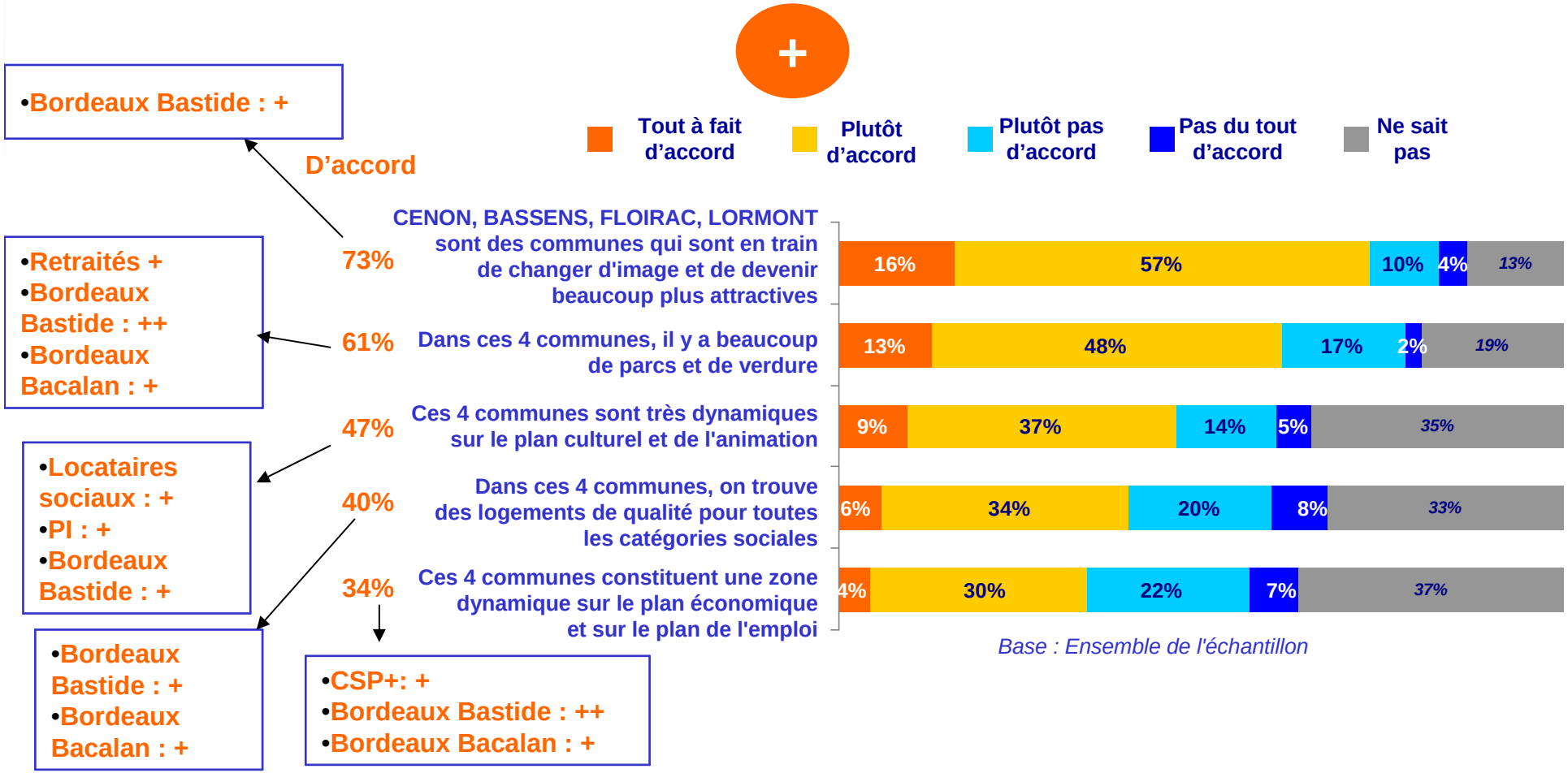
➢ ***Lecture sociodémographique***

•Locataires sociaux : -

**Les locataires sociaux ont tendance à avoir une moins bonne image des communes ainsi que les répondants de la rive gauche**

## Image détaillée des 4 communes du GPV

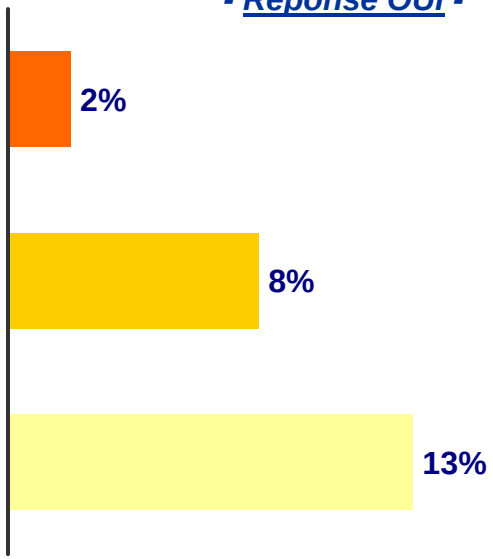
*« Nous avons entendu un certain nombre d'opinions sur des communes de la rive droite. Êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout avec les opinions suivantes ? »*




**En tendance, plus les répondants fréquentent le territoire plus ils émettent des opinions positives**
**Les répondants de Bordeaux Bastide et Bacalan sont également les plus positifs.**

## Notoriété du GPV

*- Réponse OUI -*




*« Avez-vous entendu parler du GPV ? »*

*« GPV veut dire Grand Projet des Villes. En avez-vous entendu parler ? »*

*« Le Grand Projet des Villes est une collaboration des 4 municipalités de CENON, BASSENS, FLOIRAC et LORMONT pour rénover leur ville et renforcer leur qualité de vie. Est-ce que cela vous dit quelque chose ? »*

➢ ***Lecture territoriale***

+

**Bordeaux centre-ville : +**

*Base : Ensemble de l'échantillon*

**Réponses OUI**

***50%***

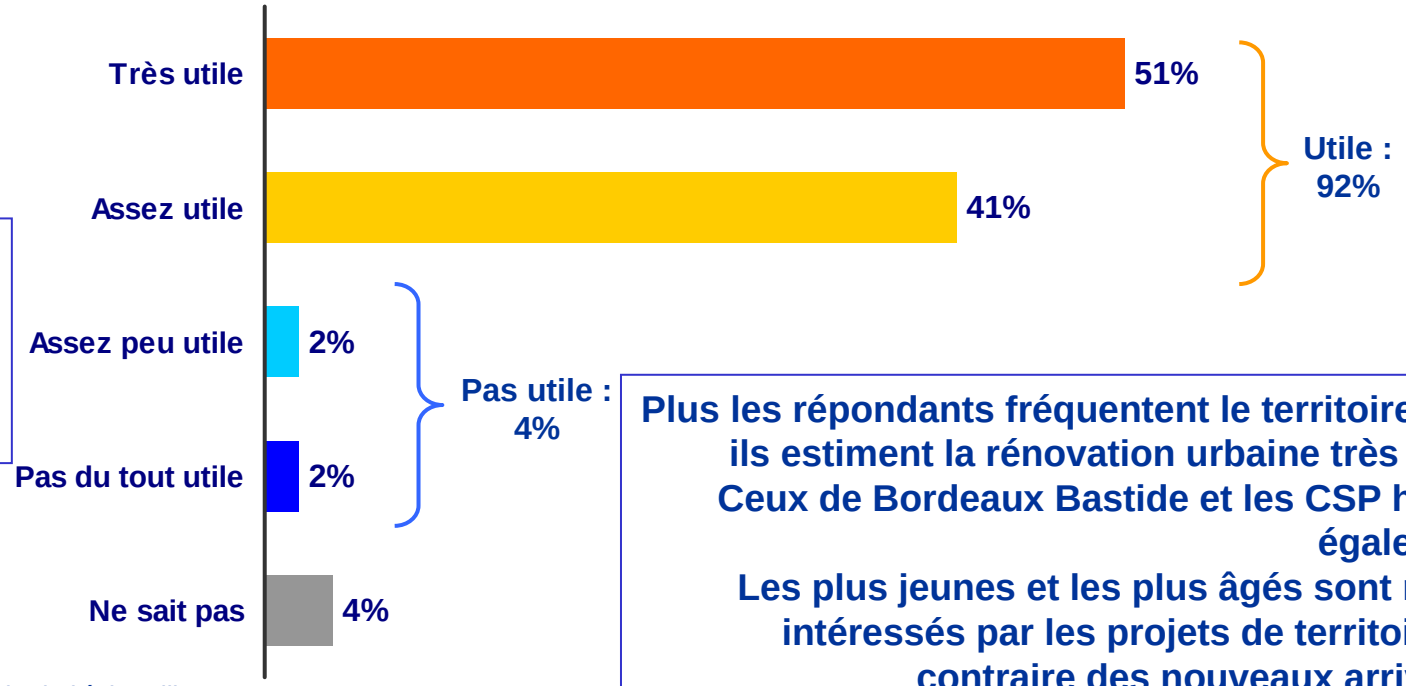
***80%***

**En tendance, ceux qui fréquentent le moins le territoire connaissent le moins le GPV**

*Base : Ensemble de l'échantillon*

## Perception de l'utilité de la rénovation urbaine

*« Concernant la rénovation urbaine de ces quatre communes, quelle est votre opinion ? Vous pensez que c'est... »*




**Une forte adhésion à la rénovation urbaine**

*Base : Ensemble de l'échantillon*

**Plus les répondants fréquentent le territoire, plus ils estiment la rénovation urbaine très utile. Ceux de Bordeaux Bastide et les CSP hautes également.**
**Les plus jeunes et les plus âgés sont moins intéressés par les projets de territoire, au contraire des nouveaux arrivants.**

➢ ***Lecture sociodémographique***

*Très utile*

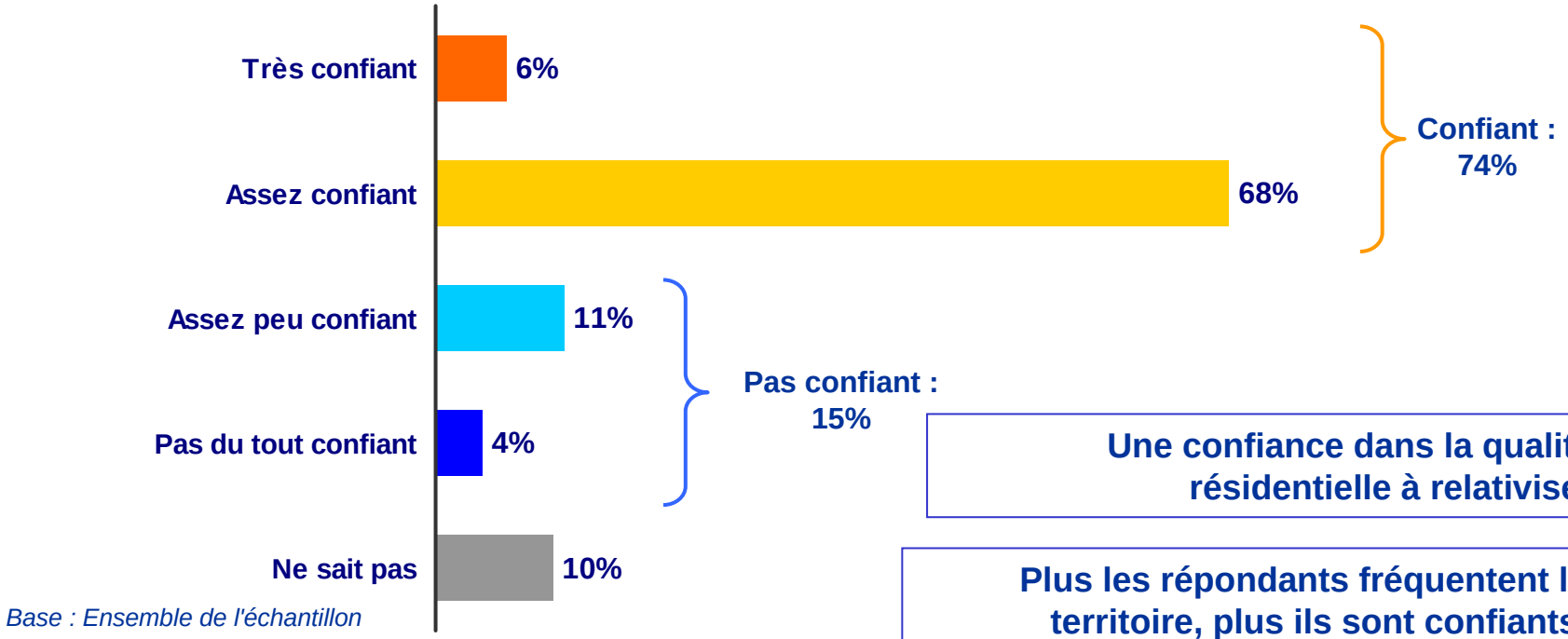
| - | + |
|---|---|
| 65 ans et plus : -<br>18 à 24 ans : -- | •CSP + : +<br>•Professions Inter. : +<br>•Peu d'ancienneté : + |

➢ ***Lecture territoriale***

| - | + |
|---|---|
| Bordeaux Bacalan : -<br>Bègles : - | Bordeaux Bastide : ++ |

## Perception de la qualité de vie future

*« Concernant la qualité de vie de ces quatre communes dans les prochaines années, vous êtes... »*




*Base : Ensemble de l'échantillon*

**Une confiance dans la qualité résidentielle à relativiser**

**Plus les répondants fréquentent le territoire, plus ils sont confiants.**

➢ ***Lecture sociodémographique***

➢ ***Lecture territoriale***

***Confiant***

•CSP + : +

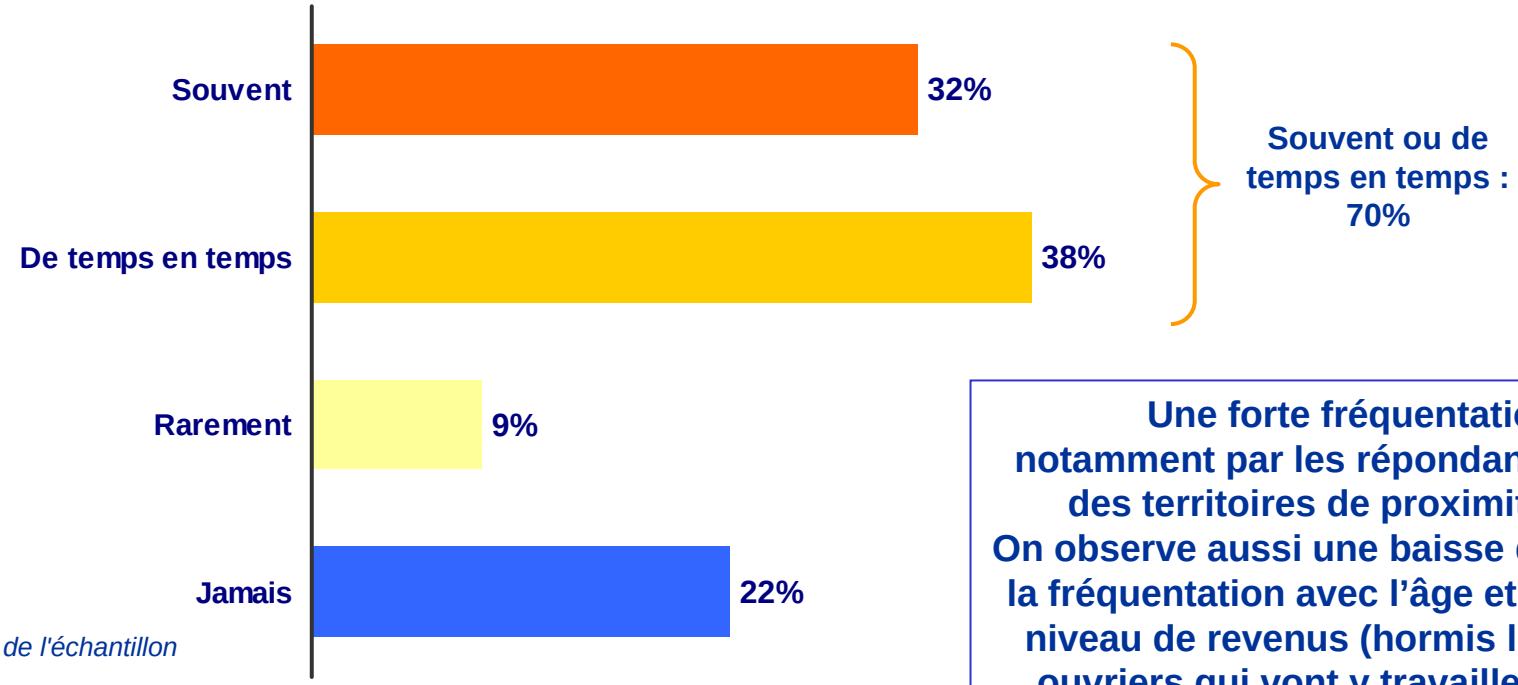
Bordeaux centre-ville : -

Bordeaux Bastide : +
Bordeaux Bacalan : +

## Fréquentation des 4 communes du GPV

*« Vous arrive-t-il d'aller dans une de ces quatre communes, CENON, BASSENS, FLOIRAC, LORMONT ? »*

*- Synthèse -*




*Base : Ensemble de l'échantillon*

**Une forte fréquentation notamment par les répondants des territoires de proximité. On observe aussi une baisse de la fréquentation avec l'âge et le niveau de revenus (hormis les ouvriers qui vont y travailler).**

➢ ***Lecture sociodémographique***

*Souvent ou de temps en temps*

| - | + |
|---|---|
| •Locataires sociaux : -<br>•Employés : -<br>•Retraités : - | •PI : +<br>•Ouvriers : + |

➢ ***Lecture territoriale***

| - | + |
|---|---|
| Bègles : -<br>Bordeaux Centre-ville : --<br>Bordeaux Saint-Jean : -- | Hors Bordeaux rive droite : +<br>Bordeaux Bastide : + |

## Fréquentation des 4 communes du GPV

*« Vous arrive-t-il d'aller dans une de ces quatre communes, CENON, BASSENS, FLOIRAC, LORMONT pour… »*

➢ ***Lecture territoriale***

•Hors Bordeaux rive droite : ++
•Bordeaux Bastide : ++

➢ ***Lecture territoriale***

•Bordeaux Bastide : ++
•Bordeaux Bacalan : +

•18 à 24 ans : ++

➢ ***Lecture territoriale***

•Bordeaux Bastide : +

➢ ***Lecture sociodémographique***

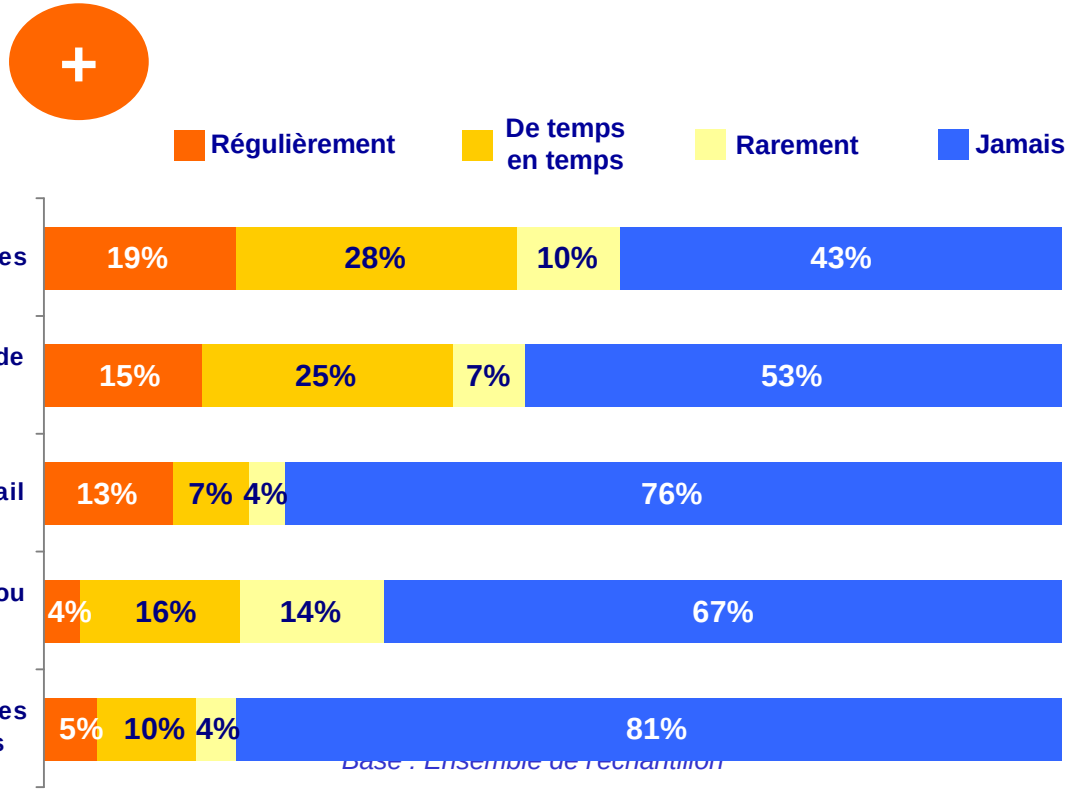
•Ouvriers : +

➢ ***Lecture territoriale***

•Bordeaux Bacalan : ++

➢ ***Lecture sociodémographique***

•PI : ++




➢ ***Lecture sociodémographique***

•CSP + : ++

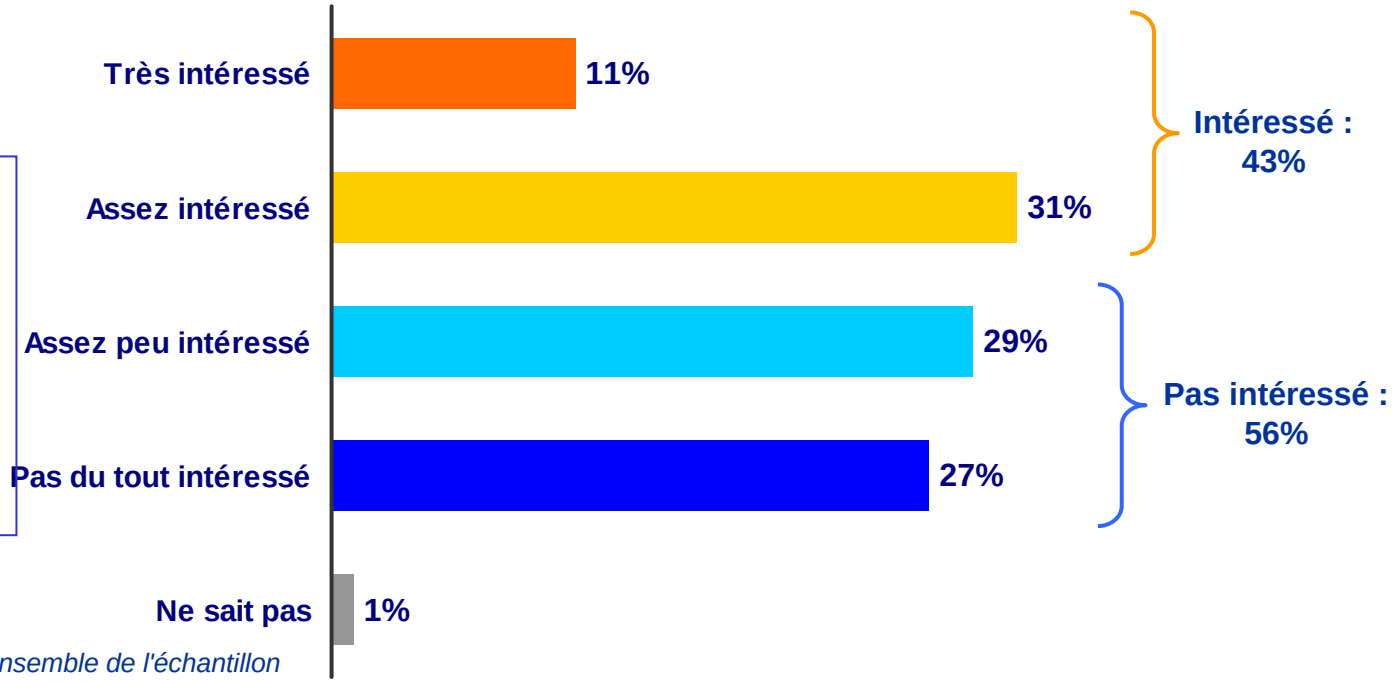
➢ ***Lecture territoriale***

•Répondants de la rive droite

# 1- LE SONDAGE

## Intérêt déclaré pour des informations sur la vie des communes de la rive droite

*« Seriez-vous intéressé pour être mieux informé sur la vie des communes de la rive droite, les possibilités de sports, de culture, de spectacle et les logements qui s'y construisent ? »*




**Plus les répondants fréquentent souvent le territoire, plus ils se déclarent intéressés**

*Base : Ensemble de l'échantillon*

➢ ***Lecture sociodémographique***

*Intéressé*

| - | + |
|---|---|
| •18 à 24 ans : -<br>•65 ans et plus : -<br>•Ouvriers : --<br>•Locataires sociaux : - | •35 à 49 ans : +<br>•PI : + |

➢ ***Lecture territoriale***

| - | + |
|---|---|
| Bègles : -<br>Bordeaux Centre-ville : -<br>Bordeaux Saint-Jean : - | Hors Bordeaux rive droite :+<br>Bordeaux Bastide : ++ |

## TYPOLOGIE DES HABITANTS - Construction

**La typologie des habitants a été construite à partir de 2 axes d'analyse :**

### AXE 1 : CADRE DE VIE

**Construction d'un score de 0 à 10 à partir des questions relatives à l'image du cadre de vie des communes de la rive droite et en particulier de Cenon, Bassens, Floirac et Lormont. Plus cette perception est positive et plus le score s'approche de 10. Les questions retenues sont :**

- **Dans les communes de Cenon, Bassens, Floirac et Lormont, il y a beaucoup de parcs et de verdure**
- **Les communes de Cenon, Bassens, Floirac et Lormont sont très dynamiques sur le plan culturel et de l'animation**
- **Dans les communes de Cenon, Bassens, Floirac, Lormont on trouve des logements de qualité pour toutes les catégories sociales**

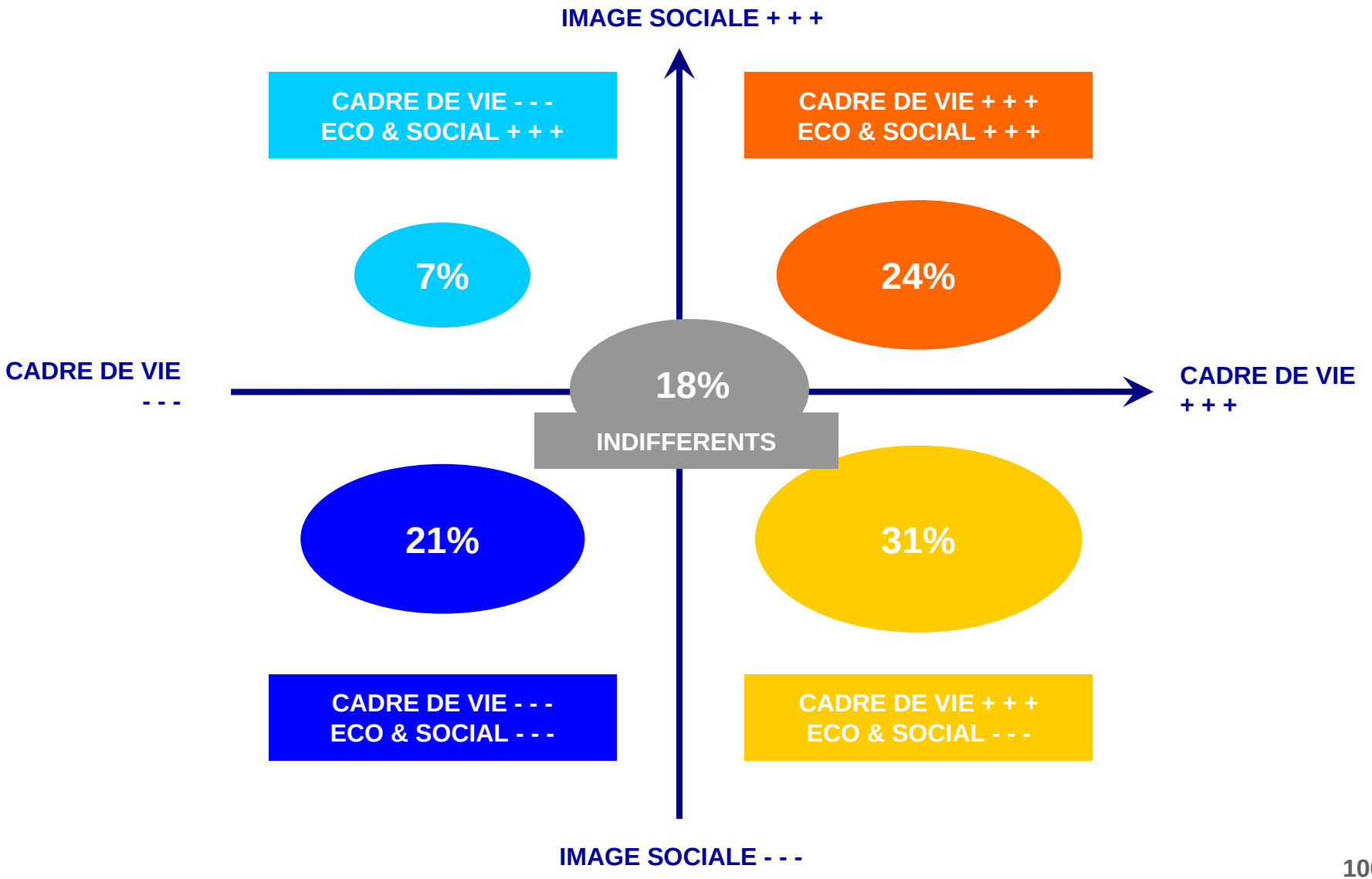
### AXE 2 : IMAGE SOCIALE

**Construction d'un score de 0 à 10 à partir des questions relatives à l'image sociale des communes de la rive droite. Plus cette perception est positive et plus le score est proche de 10. Les questions retenues sont :**

- **Les communes de Cenon, Bassens, Floirac et Lormont constituent une zone dynamique sur le plan économique et sur le plan de l'emploi**
- **On compare souvent la rive droite et la rive gauche. Avec laquelle de ces trois opinions êtes-vous d'accord ? : Il y a plus de difficultés sociales dans les communes de la rive droite que dans les communes de la rive gauche / Il n'y a pas plus de difficultés sociales dans les communes de la rive droite que dans les communes de la rive gauche / Il y a moins de difficultés sociales dans les communes de la rive droite que dans les communes de la rive gauche**

*Note : En raison du fort taux de réponse "Ne sait pas" à ces deux dernières questions, un groupe d'indécis a été construit.*

## TYPOLOGIE DES HABITANTS - Poids des groupes



# Phase quantitative

## II – LA SYNTHESE DU SONDAGE

# 2- LA SYNTHESE DU SONDAGE

**1. L'attractivité résidentielle des communes de l'agglomération :**

- **Dans l'ensemble, la première couronne au sud de Bordeaux est la plus attractive : Bègles, Bouliac, Talence, Pessac, Mérignac (à l'exception d'Artigues à l'est et en deuxième couronne)**
- **Bègles est à la fois la plus attractive et clivant le plus fortement les répondants**
- **Les communes de proximité bénéficient d'une prime à l'attractivité**
- **La deuxième couronne intéresse davantage les CSP + : Cestas, Gradignan,**
- **Les répondants de la rive droite préfèrent en général des communes de la rive droite, de même pour la rive gauche.**
- **Le statut résidentiel (locataires sociaux et privés) et l'ancienneté dans l'agglomération (-de 6 ans) jouent au travers d'une recherche de promotion /rassurance sociale par le territoire.**

**2. La fréquentation des communes du GPV :**

- **La fréquentation du territoire est assez forte et plus particulièrement le fait des habitants des territoires proches (Bastide, hors Bordeaux rive droite)**
- **L'offre commerciale et la présence des réseaux sociaux et familiaux (notamment chez les plus jeunes) constituent les principales raisons de fréquentation du territoire.**
- **Les classes moyennes s'y rendent davantage que les autres pour des évènements et spectacles, les classes ouvrières davantage pour le travail et les classes supérieures pour des activités de bien-être (sport).**

# 2- LA SYNTHESE DU SONDAGE

## 3. L'attractivité résidentielle du GPV :

- **Les communes du GPV sont parmi les moins attractives, y compris pour ceux qui les fréquentent. L'image de quartier social est étroitement liée à cette opinion, y compris pour ceux qui fréquentent le territoire.**

- **Sur la rive droite, la deuxième couronne intéresse davantage l'ensemble des répondants (on « saute » le GPV), notamment les CSP hautes et les familles (Bouliac, Artigues). Floirac se détache des autres communes du GPV en s'apparentant davantage à cette dynamique.**

- **Cependant, Cenon et Lormont ont tendance à attirer davantage les plus jeunes qui y sont reliés socialement et Bassens les ouvriers qui y travaillent davantage que les autres catégories des répondants**

- **Le tram a facilité l'attractivité et la fréquentation de la rive droite et du GPV**

- **La présence d'un pôle universitaire est susceptible d'attirer les jeunes**

# 2- LA SYNTHESE DU SONDAGE

## 4. L'image des quatre communes du GPV :

- **Quelque soit la commune considérée, moins d'un répondant sur deux estime son image positive.**

- **Floirac bénéficie de la meilleure image (environ 50% positifs), suivent Cenon et Bassens, Lormont étant la plus mal jugée (environ 25% positifs).**

- **Globalement, la fréquentation du territoire est un facteur d'image positive, de même que la résidence à Bordeaux Bastide et Bacalan (proximité et similitudes de territoire)**

- **Par contre, les CSP basses ont en général une plus mauvaise image des quatre communes que les autres CSP. Elles s'identifient sans doute davantage aux problématiques sociales du territoire que les CSP plus hautes.**

- **Cenon et Lormont possèdent une meilleure image auprès des plus âgés, Lormont auprès des plus jeunes.**

# 2- LA SYNTHESE DU SONDAGE

**5. La réalité et les acteurs du changement d'image :**

- **Près de 75% des répondants estiment que le territoire est sur la voie d'un changement d'image et à un tournant de son attractivité.**

- **Ce changement se traduit avant tout au travers du cadre de vie :**
  - **offre culturelle et d'animation, en particulier auprès des professions intermédiaires et locataires sociaux**
  - **environnement naturel (parcs, verdure), notamment auprès des retraités**
  - **offre de logements**

- **….plutôt qu'au travers :**
  - **du dynamisme de l'emploi, mieux perçu par les CSP +**
  - **et de la résorption des difficultés sociales**

- **Ce constat suggère une rémanence d'une image sociale difficile mais un tournant en termes de qualité de vie. D'ailleurs, l'axe IMAGE SOCIALE est le plus clivant parmi les répondants.**

- **Les hommes, les employés et les personnes en activité sont en général les plus négatifs, tandis que les habitants en logement collectif, HLM ou non sont les plus positifs.**

# 2- LA SYNTHESE DU SONDAGE

**6. La perception des actions du GPV :**

- **La notoriété du GPV reste faible et liée à la fréquentation du territoire. La communication ne semble pas atteindre aisément les habitants des communes enquêtés.**

- **Le travail de rénovation urbaine est jugé utile, notamment par ceux qui fréquentent le territoire et expriment une image plus positive à son égard mais aussi par les nouveaux arrivants dans l'agglomération.**

- **Il est également jugement utile par les habitants de Bastide qui vivent en proximité et fréquentent davantage le territoire.**

- **Les répondants qui fréquentent le territoire, les habitants de Bordeaux Bastide et Bacalan sont aussi parmi les plus confiants dans l'avenir de la qualité résidentielle du GPV, suivis en cela par les CSP +. Cependant cet espoir résidentiel est à relativiser (6% *très confiants*, 68% *assez confiants*)**

**7. Ceux qui fréquentent le plus le territoire ainsi que les primo accédants potentiels (35-49 ans ?) sont les plus intéressés par de l'information sur les loisirs et les logements, c'est à dire l'information sur la qualité résidentielle, à l'exception :**

- **des CSP – (ouvriers qui y vont davantage que les autres pour y travailler, locataires)**
- **des jeunes (qui s'intéressent moins à la vie locale)**
- **des plus âgées (qui pratiquent le moins d'activités en dehors de leur domicile)**

# GPV
## Bassens – Cenon - Floirac - Lormont

# Étude d'image externe

# Synthèse et recommandations

# SOMMAIRE


**1. INTRODUCTION**

**2. LA PERCEPTION DU GPV**

2.1 LES REMANENCES D'IMAGES DE L'HABITAT SOCIAL

2.2 L'ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE

2.3 LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT D'IMAGE

**3. LA COMMUNICATION DU GPV**

3.1 LES MESSAGES DE LA PRESSE ECRITE

3.2 LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION

3.3 LA COMMUNICATION DES BAILLEURS SOCIAUX

**4. RECOMMANDATIONS**

4.1 LA DIMENSION HISTORIQUE DU TERRITOIRE

4.2 LA COMMUNICATION PAR LE TERRITOIRE

4.3 LA COMMUNICATION CULTURELLE

4.4 LA COMMUNICATION IMMOBILIERE

4.5 LA DYNAMIQUE METROPOLITAINE

**5. LE SUIVI DES EVOLUTIONS D'IMAGE**

# 1- INTRODUCTION

Le Grand Projet des Villes de Bassens – Cenon – Floirac – Lormont est un outil de rénovation urbaine qui permet le développement d'une nouvelle attractivité économique et résidentielle des communes. L'action du GPV doit indirectement induire des changements d'image de la rive droite et des communes concernées. C'est pourquoi des actions de communication ont été entreprises.

L'étude demandée à TMO REGIONS a pour objectif d'évaluer la perception des actions du GPV et les évolutions d'images associées à la rive droite et aux communes concernées. Le travail d'étude mené au dernier trimestre 2008 s'est s'appuyé sur :

- Deux tables rondes, l'une réunissant des locataires sociaux souhaitant accéder, l'autre des locataires privés ou propriétaires ayant des projets de première ou deuxième accession,
- Quinze entretiens de leaders d'opinion ayant des responsabilités dans des domaines différents [1].
- Un sondage auprès d'habitants de l'agglomération bordelaise (hors GPV)[2]

Ces enquêtes ont donné lieu à des exposés et à des rapports d'étude. On lira ci après une synthèse générale des principaux enseignements de la démarche et une réflexion sur les modalités de communication à mettre en œuvre.

[1] Centre d'Information Jeunesse Aquitaine, Maison départementale de la solidarité et de l'insertion, Krakatoa, Ligue de l'enseignement, IDDAC, Comité Départemental Olympique et Sportif, Mairie de Sainte Eulalie, A'URBA, La bourse de l'immobilier, Sud Ouest, France 3 Bordeaux Agglomération, Institut d'Études Politiques, Hauts de Garonne Développement, Caisse Sociale de Développement Local, ALE Bordeaux St Jean.

[2] Enquête téléphonique réalisée entre auprès d'un échantillon de 501 personnes âgées de 18 ans et plus habitant l'agglomération de Bordeaux**.** Cet échantillon a été stratifié par zone d'habitation. Ont ainsi été interrogées :
151 personnes résidant HORS BORDEAUX RIVE DROITE (Ambarès-et-Lagrave, Ambès, Artigues-près-Bordeaux, Bouliac, Carbon-Blanc, Carignan-de-Bordeaux, Saint-Louis-de-Montferrand, Saint-Vincent-de-Paul, Sainte-Eulalie, Tresses, Yvrac), 74 personnes résidant HORS BORDEAUX RIVE GAUCHE : BEGLES, 103 personnes résidant à BORDEAUX BASTIDE, 63 personnes résidant à BORDEAUX CENTRE-VILLE, 60 personnes résidant à BORDEAUX SAINT-JEAN, 50 personnes résidant à BORDEAUX BACALAN
Afin de retrouver la structure exacte de la population, les résultats d'enquête présentés ci-après ont été redressés (pondération *a posteriori*) selon le sexe, l'âge et la CSP des personnes enquêtées et le poids démographique réel de chaque zone d'habitation délimitée.

# 2- LA PERCEPTION DU GPV

## 2.1 LES REMANENCES D'IMAGES DE L'HABITAT SOCIAL

L'image des quatre communes du GPV reste associée aux problématiques sociales d'insertion et d'intégration, en lien avec les représentations des quartiers d'habitat social.

Malgré les opérations de rénovation urbaine et les transformations des paysages urbains, la perception des communes est liée aux caractéristiques sociales dominantes prêtées à leurs habitants (précarité, forte population d'origine étrangère).

54% des sondés estiment qu'il y a plus de difficultés sociales dans les communes de la rive droite que dans les communes ou quartiers de la rive gauche.

Dans ce contexte, les interventions sur le bâti et l'espace public ne modifient pas encore les représentations. La diversité de l'offre d'habitat n'est pas perçue et l'impact de la rénovation urbaine sur le développement de la mixité sociale non plus.

Les politiques associatives, culturelles et sportives ont tendance à être comprises comme des politiques sociales d'accompagnement et d'intégration des populations du GPV. Elles entretiennent la prégnance des caractéristiques sociales des quatre communes concernées.

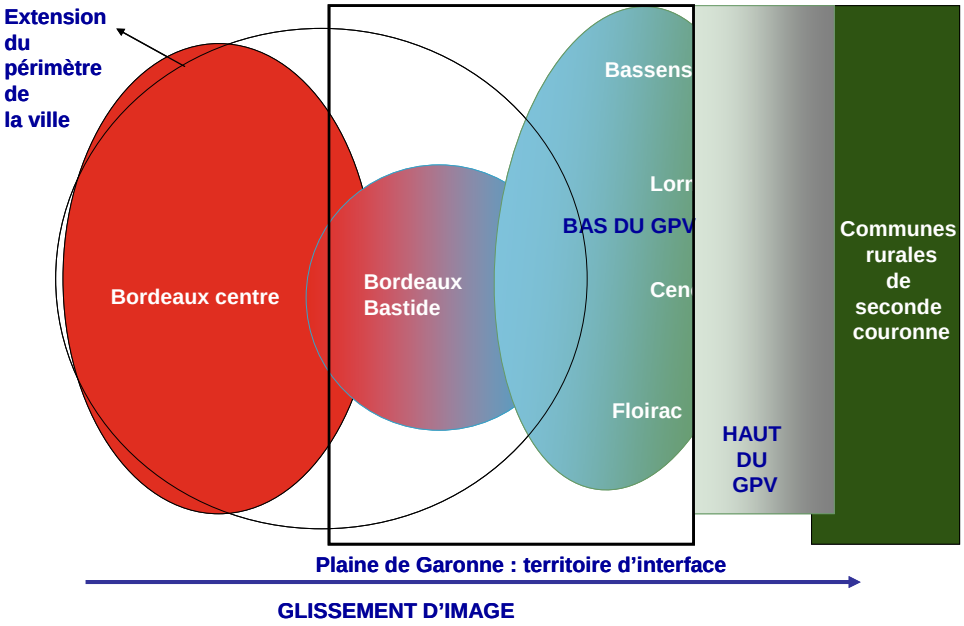
Les communes du GPV sont parmi les communes les moins attractives. En termes d'image, Floirac bénéficie de la meilleure image, suivent Cenon et Bassens, Lormont est la plus mal jugée.

Les perceptions des habitants prolongent l'histoire de la coupure du fleuve et de la relégation des classes populaires sur la rive droite.

# 2- LA PERCEPTION DU GPV

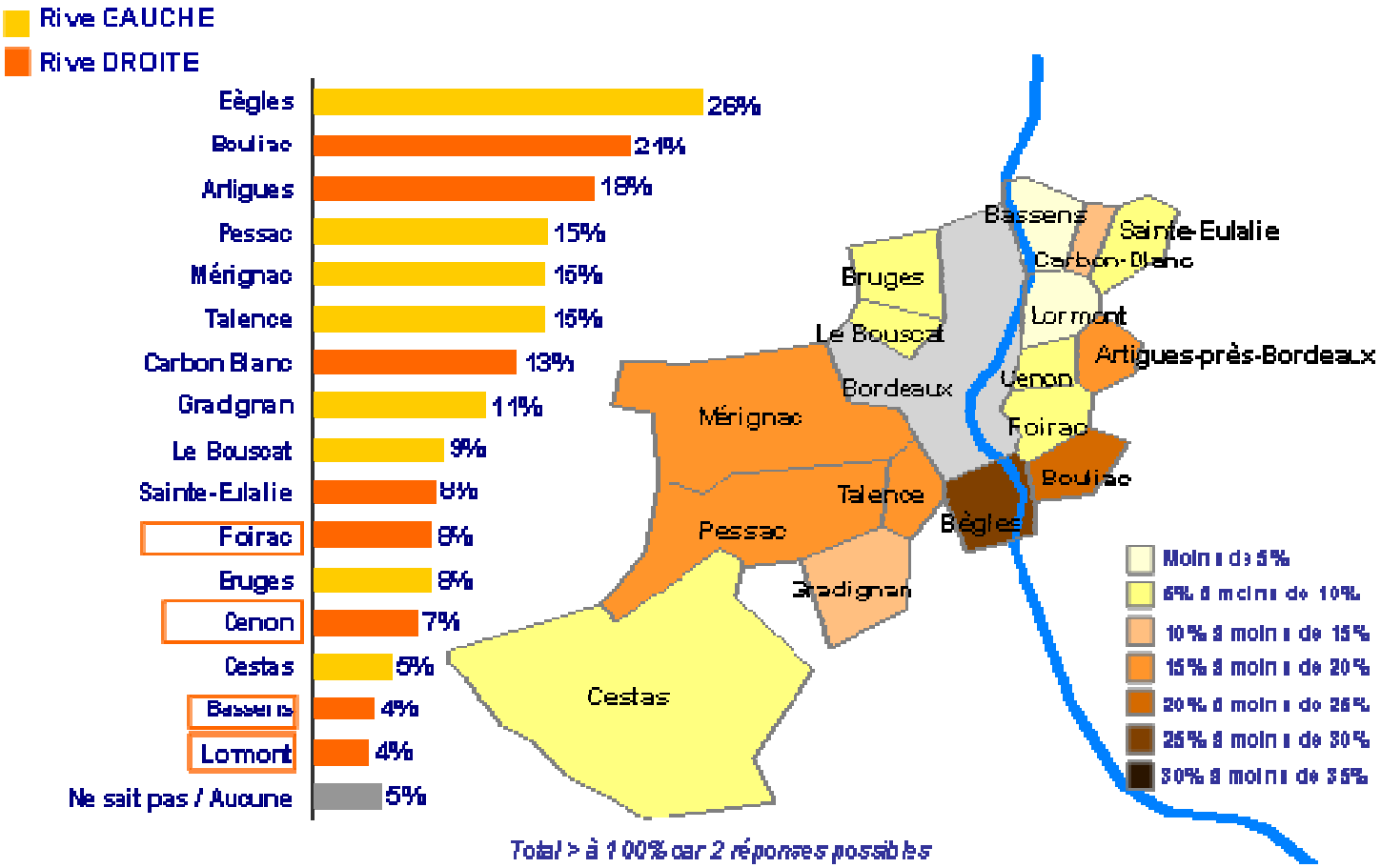
Cette rémanence d'image n'inclue plus La Bastide, aujourd'hui réintégrée à l'espace de vie et d'activités de Bordeaux. Cela est dû au tram, à des aménagements et équipements qui signent son appartenance à Bordeaux (quais, Méga Rama, Jardin Botanique, pôle universitaire…), et aux mutations sociales liées à l'arrivée de nouveaux habitants (accédants, étudiants, artistes…). Tous ces éléments produisent une réappropriation physique et mentale de La Bastide par les bordelais et une rupture des représentations entre La Bastide et les quatre communes du GPV.

Le territoire du GPV renvoie à une perception communale et topographique du site avec une partie « haute », passée les premiers coteaux, et une partie « basse », associée à la plaine de Garonne. Cette partie basse est perçue plus positivement du fait de sa contiguïté avec La Bastide avec laquelle elle partage notamment deux traits : le patrimoine (vieilles demeures, échoppes, châteaux, vieux Lormont) et l'environnement naturel (proximité de parcs, du fleuve). Le schéma ci-dessous illustre ces propos et le glissement d'image qui s'opère à partir de Bordeaux centre.



## 2.2 L'ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE

Compte tenu de la force de l'histoire et des images associées aux cités d'habitat social, les communes du GPV ont encore une attractivité résidentielle faible.




*Total > à 100% car 2 réponses possibles*

# 2- LA PERCEPTION DU GPV

Si l'on considère la seule rive droite, la deuxième couronne intéresse davantage l'ensemble des répondants (on « saute » le GPV), en particulier les CSP hautes et les familles. Elles recherchent une cadre de « ville à la campagne » que ne leur paraît pas encore offrir le territoire du GPV. Floirac se détache cependant des autres communes du GPV en s'apparentant davantage à cette dynamique.

Les locataires et les CSP populaires ont les images les plus négatives des communes du GPV sur lesquelles ils ne peuvent projeter un parcours d'ascension résidentielle. A l'inverse, les CSP plus élevées, moins concernées par les effets de proximité sociale, peuvent produire des perceptions positives du GPV.

Ces constats globaux doivent être cependant mis en regard des bonnes images des communes du GPV à la Bastide d'une part – effet de connaissance et de proximité physique – et dans le quartier de Bacalan d'autre part – effet de comparaison des dynamiques urbaines et sociales -

La fréquentation du territoire à titre personnel ou professionnel apparaît comme un facteur d'image positive. Ce constat vaut tant pour l'image globale des quatre communes considérées que pour l'image des politiques qui y sont menées (parcs et verdure, offre culturelle et d'animation, logements, dynamique économique).

La fréquentation du territoire est logiquement plus forte par les habitants de la Bastide et des communes rives gauches. L'offre commerciale et la présence des réseaux sociaux et familiaux constituent les principales raisons de fréquentation.

## 2.3 LES COMPOSANTES DU CHANGEMENT D'IMAGE

75% des répondants estiment que le territoire est sur la voie d'un changement d'image et à un tournant de son attractivité.

Les facteurs de changement d'image sont :

- L'arrivée du tramway qui, pour 83% des sondés, a facilité l'attractivité et la fréquentation de la rive droite et des communes du GPV,

- Le travail de rénovation urbaine est jugé utile par une majorité des personnes interrogées (51% le jugent très utile et 41% assez utile) mais l'étude qualitative a rappelé les interrogations des habitants sur la qualité des nouveaux immeubles, interrogation nourrie par les images souvent négatives associées aux bailleurs sociaux et aux promoteurs privés. La vision positive de l'aménagement urbain est portée par les partenaires, plus sensibles que le grand public aux signatures architecturales et à la rhétorique sur la ville.

- L'environnement naturel contribue à replacer positivement le territoire dans l'agglomération. (Pentes des coteaux, point de vue sur la plaine de Garonne et la ville) mais le potentiel de parcs et promenades reste assez méconnu du grand public qui ne voit pas les continuités vertes du plateau,

- La reconnaissance d'une volonté de diversification sociale à travers des programmes d'accession à la propriété. Les personnes enquêtées adhèrent à cet objectif mais jugent qu'il n'est pas encore atteint et que la réussite de cette stratégie reste à concrétiser.

# 2- LA PERCEPTION DU GPV

- Le dynamisme économique du territoire est peu connu du grand public mais, au contraire, perçu par les leaders d'opinion et partenaires qui soulignent la multiplicité des clubs d'entrepreneurs, l'esprit d'entreprise des jeunes et l'effet d'entraînement auprès de chefs d'entreprise extérieurs. Les zones franches semblent avoir joué un rôle dans ces dynamiques d'image. Cette perception cohabite, néanmoins, avec celle des difficultés d'emploi récurrentes que connaissent les populations socialement défavorisées et qui contribuent à maintenir une image de territoire en difficulté, conforté par les représentations d'une industrie traditionnelle, sale et en déclin, aux bords de Garonne.

- Les partenaires et les professions intermédiaires identifient une forte politique culturelle des communes du GPV. L'émergence d'équipements emblématiques tels que le Rocher de Palmer, la M270, le Bois Fleuri ou encore l'Arena, témoigne d'une volonté de mise à niveau des équipements. De grands évènements comme le festival des Hauts de Garonne, le festival de BD, le carnaval des Deux Rives ou le dynamisme des acteurs du théâtre, de la danse contemporaine, des musiques actuelles ou de l'audio visuel, sont autant de gages d'une vivacité culturelle et d'une modernité artistique.

Au final, si l'attractivité actuelle des communes du GPV reste basse, une dynamique d'adhésion au travail des communes s'est installée, ainsi les trois quarts (74%) des personnes interrogées se déclarent confiantes quant à l'avenir de ces communes et à l'amélioration de leur offre de qualité de vie. Les habitants de Bastide et Bacalan sont les plus confiants dans les évolutions positives à venir (6% très confiants, 68% assez confiants).

# 3- LA COMMUNICATION DU GPV

## 3.1 LES MESSAGES DE LA PRESSE ECRITE

La couverture presse est importante mais essentiellement localisée sur la rive droite (édition rive droite de Sud Ouest). De plus, l'offre d'information se concentre sur les dimensions urbanistiques et culturelles du GPV. Cette dernière est la plus présente parmi les articles de Sud Ouest, média référent en matière de vie locale d'agglomération.

Le traitement de l'urbanisme dans la presse se veut le témoin d'une transformation physique majeure du territoire résultant d'une forte volonté des élus locaux. Mais la description des interventions sur les logements et les équipements prime sur celle des mutations sociales des quartiers et ne donne pas à voir des évolutions de la diversité immobilière et sociale

## 3.2 LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Le GPV est un acronyme institutionnel abstrait qui n'a pas d'existence auprès des habitants interrogés et même auprès de certains leaders d'opinion. Développé, l'intitulé« Grand Projet des villes » ne définit ni un contenu, ni un locuteur, ni un territoire, ni un principe de réalisation ou de passage à l'acte.

La notoriété du GPV reste en conséquence faible (2% des personnes interrogées par sondage en ont entendu parler), cette notoriété est en deçà de celle son action. Celle-ci est perçue comme une volonté positive de transformation sociale et urbaine des communes. Les leaders d'opinion sont particulièrement sensibles aux collaborations développées par les élus des quatre communes avec leur environnement institutionnel. Cette dynamique partenariale contraste avec les difficultés de gouvernance rencontrées à l'échelle de la communauté urbaine.

Au-delà de la difficulté du concept de « GPV » ou de « Grand Projet des Villes » à fonctionner comme locuteur de communication, les investissements publicitaires ont été trop faibles pour installer une notoriété élevée et construire une image forte.

Ces limites n'annulent pas la qualité de la campagne. Les accroches « Prenez de l'altitude » « Ouvrez vos horizons » « Soyez rive droite » avec des visuels de parc et de verdure sont en phase avec la sensibilité environnementale actuelle et traduisent bien la topographie de la rive droite. Autrement dit les choix créatifs positionnent de façon positive la rive droite. Ils évoquent une promesse de qualité résidentielle liée aux caractéristiques topographiques du territoire et rentrent en résonance avec les valeurs actuelles associées au développement durable et à la qualité urbaine.

Mais ce positionnement qui fonctionne comme un « teasing », c'est-à-dire une promesse à préciser et à décliner, n'a pas eu de suite. Le lien entre la campagne de communication et l'offre concrète du territoire ne s'est pas faite. Limitée à une séquence, la campagne a eu un impact limité. La communication est restée relativement abstraite dans la mesure où peu de personnes localisent réellement les parcs et espaces verts de la rive droite et par ailleurs l'articulation avec une nouvelle offre immobilière concrète est restée insuffisante.

## 3.3 LA COMMUNICATION DES BAILLEURS SOCIAUX

La communication immobilière reste dans des codes traditionnels et se confronte aux représentations convenues de l'opinion.

L'opinion a d'entrée de jeu une attitude de suspicion vis-à-vis des promoteurs immobiliers que ceux-ci soient privés et sociaux. Les promoteurs privés sont rendus responsables d'une explosion injustifiée des prix. Les bailleurs sociaux ont à supporter la crainte que les prix soient tirés au détriment de la qualité constructive et la crainte d'un voisinage ou d'un quartier stigmatisant pour les nouveaux arrivants.

Lorsque la communication intègre le renouvellement urbain, elle se heurte à la distance produit (le discours sur le projet ne présente pas les produits de façon à ce que les habitants potentiels puissent s'y projeter), lorsque que la communication porte sur un produit, même si celui-ci est attractif, elle ne lève pas les interrogations sur le peuplement de voisinage.

Au moment de l'enquête, les personnes interrogées n'identifient pas d'opérations urbaines et immobilières emblématiques d'une modernité ou d'une rupture, qu'il s'agisse de nouvelles formes urbaines ou architecturales ou de nouveaux procédés constructifs. Autrement dit, à part quelques leaders d'opinion, au courant de l'intervention d'architectes connus, la communication immobilière ne s'insère pas dans un contexte de réalisations faisant référence dans l'opinion.

# 4- RECOMMANDATIONS

## 4.1 LA DIMENSION HISTORIQUE DU TERRITOIRE

La crédibilité de la communication sur l'évolution des territoires passe sans doute par la mise en évidence explicite de leur histoire. La communication gagnerait à resituer les communes du GPV dans l'histoire économique et sociale de leur peuplement et dans l'histoire des réponses urbaines qui ont été proposées.

L'adhésion au changement ne demande pas un oubli du passé mais au contraire sa reconnaissance dans l'histoire sociale et patrimoniale de Bordeaux. L'intégration de la rive droite à la modernité urbaine et sociale est le récit de son changement progressif de statut dans l'agglomération. Il s'agit de permettre connaissance et reconnaissance, critiques et hommages d'une histoire passée et de ses acteurs, afin de justifier les options d'aujourd'hui dans une sorte d'évidence historique et de crédibiliser les visions stratégiques de développement et d'aménagement.

## 4.2 LA COMMUNICATION PAR LE TERRITOIRE

L'image des communes du GPV et de la rive droite est structurée parce qu'on en voit. Une des difficultés actuelles est que le territoire est difficile à lire, certains grands axes de circulation donnent à voir des paysages urbains médiocres, l'identification des parcs et jardins est faible. L'absence de signalétique valorisant le plateau et la rareté des signes patrimoniaux ou de leur mise en valeur viennent renforcer l'impression de territoires peu qualifiés.

L'un des enjeux est donc de communiquer par la lecture physique du territoire, c'est-à-dire par le bâti, les équipements, les espaces publics, la signalétique.

Il s'agit d'une part de fabriquer du signe et du patrimoine, y compris par des formes urbaines nouvelles (conceptions d'îlots, logements innovants, mixité des fonctions, etc.), et d'autre part, de valoriser des équipements dont le rayonnement et l'attractivité publique leur donne un statut d'agglomération.

L'efficacité de la communication nécessite en effet d'une part la possibilité d'une appréhension globale du plateau et d'autre part que des espaces publics, des équipements et des opérations immobilières puissent, par leur notoriété et leur image, porter une exemplarité de modernité, d'innovation urbaine, environnementale et sociale. Ces deux points sont actuellement en déficit.

## 4.3 LA COMMUNICATION CULTURELLE

Les politiques culturelles et évènementielles sont des vecteurs d'image essentiels, la notoriété de certains évènements jouant déjà un rôle important dans la perception de la dynamique de la rive droite.

Les limites des perceptions actuelles sont liées à une interprétation de la culture comme mode de valorisation et d'intégration des habitants d'origine étrangère.

Cette ouverture sur les cultures du monde gagnerait à apparaître plus émancipée du travail social et socioculturel pour mieux s'imposer comme référent de formes contemporaines de création et comme preuve de la modernité et du dynamisme artistique de l'agglomération. Y contribuent festivals, spectacles, évènements, développement d'ateliers, espaces d'expositions, hébergements d'artistes, etc.

## 4.4 LA COMMUNICATION IMMOBILIERE

La communication immobilière a ses règles, liées à ses produits et à ses cibles. Ceci induit le fait que les promoteurs et bailleurs ont leurs contraintes, leur culture et leur savoir faire, adaptés à leur marché et à leurs objectifs.

L'étude a mis en évidence la pertinence du positionnement « prenez de l'altitude », « ouvrez vos horizons » mais aussi l'absence lien entre cette communication et l'offre immobilière.

La réflexion complémentaire aux contraintes propres à chaque opérateur et chaque programme peut porter sur trois niveaux :

- La production d'un code de communication « rive droite », partagé et déclinable par l'ensemble des acteurs, y compris, promoteurs et bailleurs sociaux,

- Une communication qui doit parfois être plus centrée sur la promesse concrète de qualité résidentielle que sur un discours collectif et institutionnel de rénovation urbaine, ce qui signifie la valorisation du produit et de la qualité de vie qu'il permet, dans un environnement urbain de qualité (ressources, espaces publics, parcs et jardins, cheminements doux, …)

- La crédibilité de cette communication sera renforcée par la possibilité de s'appuyer sur un discours urbain centré effectivement sur les aménités urbaines et non sur la production de la ville.

## 4.5 LA DYNAMIQUE METROPOLITAINE

Les enjeux d'image de la rive droite et des communes du GPV sont liés à la perception de leur place dans l'agglomération, c'est-à-dire à leur intégration dans une stratégie globale de développement de Bordeaux.

C'est pourquoi, une des questions posée par la communication du GPV (son identification et sa compréhension) est celle du locuteur.

L'absence apparente d'une communication stratégique métropolitaine vers les habitants est dommageable à la perception, par l'opinion, des enjeux d'intégration de la rive droite, et occulte la reconnaissance des potentialités de ce territoire.

Pour rendre la rive droite et les communes du GPV attractives, il semble nécessaire de passer d'une appréhension de questions sociales à une appréhension de questions de développement métropolitain, c'est-à-dire pour la rive droite, à une appréhension de sa modernité urbaine et culturelle la positionnant comme élément moteur du développement et de la modernisation de l'agglomération.

Cet objectif nécessite que l'émetteur de la communication soit en cohérence avec cette ambition, d'autant que l'efficacité des messages est liée à l'identification et au statut de l'émetteur et à la force de ses moyens.

Le rôle de trait d'union de La Bastide, le développement des fréquentations croisées rive droite, rive gauche, l'intégration de l'offre immobilière des communes du GPV à l'offre globale de la CUB, l'apport du GPV à la réflexion urbaine, le développement des zones d'emploi … autant de raisons de lier la communication du GPV et de la rive droite à celle de Bordeaux et de la CUB.

# 5- LE SUIVI DES EVOLUTIONS D'IMAGE

Le suivi des évolutions de perception des communes du GPV est utile pour optimiser la communication et évaluer l'intégration des communes dans l'agglomération. Elle peut se concevoir sur quatre registres différents :

1. Le suivi comparatif des évolutions urbaines et sociales de chacune des communes du GPV. L'objectif est une mesure objective basée sur des indicateurs maîtrisés par les différents observatoires existants et notamment ceux de l'agence d'urbanisme, (Observatoire d'immobilier, observatoire du PLH, observatoire du GPV). Il s'agit notamment de suivre l'évolution de la structure du parc de logement, des peuplements, de la part des nouveaux arrivants, etc. Ces informations permettent de mettre en regard les évolutions des communes du GPV avec les autres communes de la CUB et d'analyser en quoi les évolutions différentielles impactent les perceptions et les images de l'opinion. Ce premier niveau constitue une base de référence à partir de laquelle les changements d'images peuvent s'analyser.

2. Le suivi de la communication presse et notamment la présence des communes du GPV dans l'information de l'agglomération (Sud Ouest non limité à la rive droite, presse institutionnelle de Bordeaux et de la CUB) ainsi que les thèmes et contenus abordés. L'analyse de cette présence constitue l'offre d'information à partir de laquelle se forme, pour une large part, l'opinion.

3. Le suivi de l'attractivité des équipements et des évènements constitue également un outil utile. Il s'agit de mettre en place des études de fréquentation des équipements ou manifestations de dimension intercommunale. Le développement de la fréquentation de publics provenant d'autres communes de l'agglomération est un indicateur de rayonnement et, on l'a vu, d'évolution positive des images.

# 5- LE SUIVI DES EVOLUTIONS D'IMAGE

4. Le suivi direct de l'opinion doit rester au cœur du dispositif de communication.
   Deux outils complémentaires sont à envisager :

   - Un sondage annuel mesurant d'une part l'attractivité résidentielle comparée des communes de la communauté urbaine (sur un mode de questionnement proche de l'enquête réalisée en 2008), et d'autre part l'image que les habitants des communes du GPV ont de leur commune et qu'ils divulguent à l'extérieur. Dans la mesure où les habitants sont les media essentiels de leur ville, cette enquête nous parait utile au dispositif de suivi et d'évaluation. Le sondage devra se faire en conséquence auprès de deux échantillons, l'un comparable à celui de 2008 et l'autre représentatif des habitants des communes du GPV.

   - Des enquêtes qualitatives annuelles auprès de prospects des programmes immobiliers. L'étude 2008 a mis en évidence que l'attractivité de l'habitat était liée non seulement aux produits mais aux représentations des peuplements de voisinage et aux images des communes et de leurs opérations immobilières. Cette technique d'enquête qualitative permet de tester la compréhension des outils de communication et de décrire les processus d'évolution d'images.