



Étude prospective pour la mise en œuvre opérationnelle de la revitalisation des quartiers prioritaires du contrat de ville

Diagnostic prospectif
Avril 2018



Données d'entrée/ préalable

Le positionnement attendu du Moule à l'échelle de la Guadeloupe et de l'Est Grande Terre

Le SAR de 2011 positionne la commune du Moule comme :

- « **pôle de développement ayant capacité à jouer un rôle de locomotive**, de disposer de relais économiques et sociaux, structurant l'espace et aptes à se mettre en mesure d'exploiter ses atouts spécifiques **en matière économique**, culturelle, et de recherche »
- « véritable **pôle de rééquilibrage de l'Est Grande Terre** »

Le SAR lui confère une **vocation spécifique** :

- **un rayonnement sur Petit-Canal, Port Louis, Anse Bertrand, Morne à l'Eau, et le Nord de Saint-François.**
- **un renforcement de l'agro-transformation, ainsi qu'un pôle touristique spécialisé, axé sur la santé.**
- un positionnement de la zone d'activités de Damencourt, **comme zone d'intérêt régional.**



Un positionnement favorable à l'échelle régionale, avec de larges possibilités de développement économique.

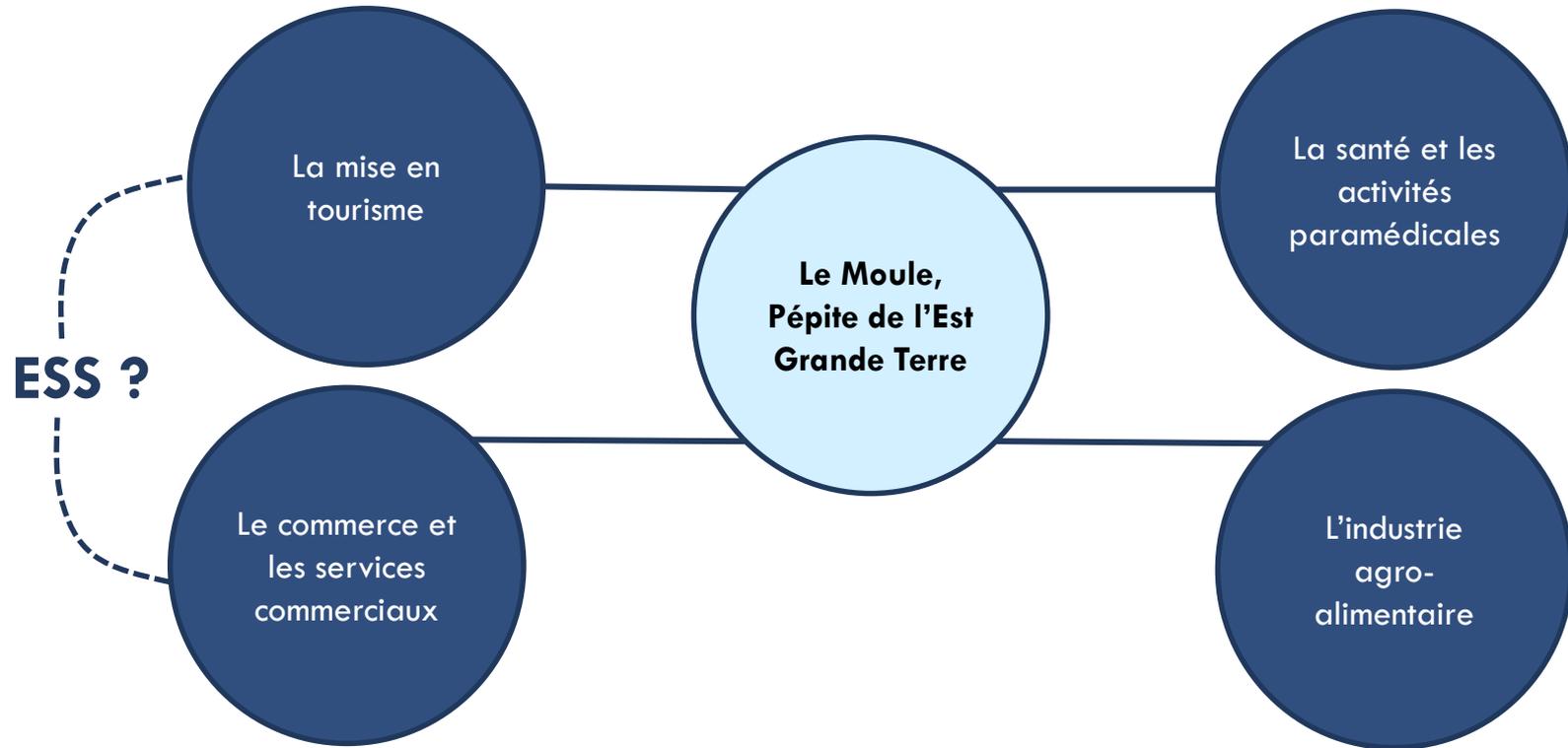
Enjeu économique global à garder à l'esprit :

Affirmer la position économique du Moule, comme :

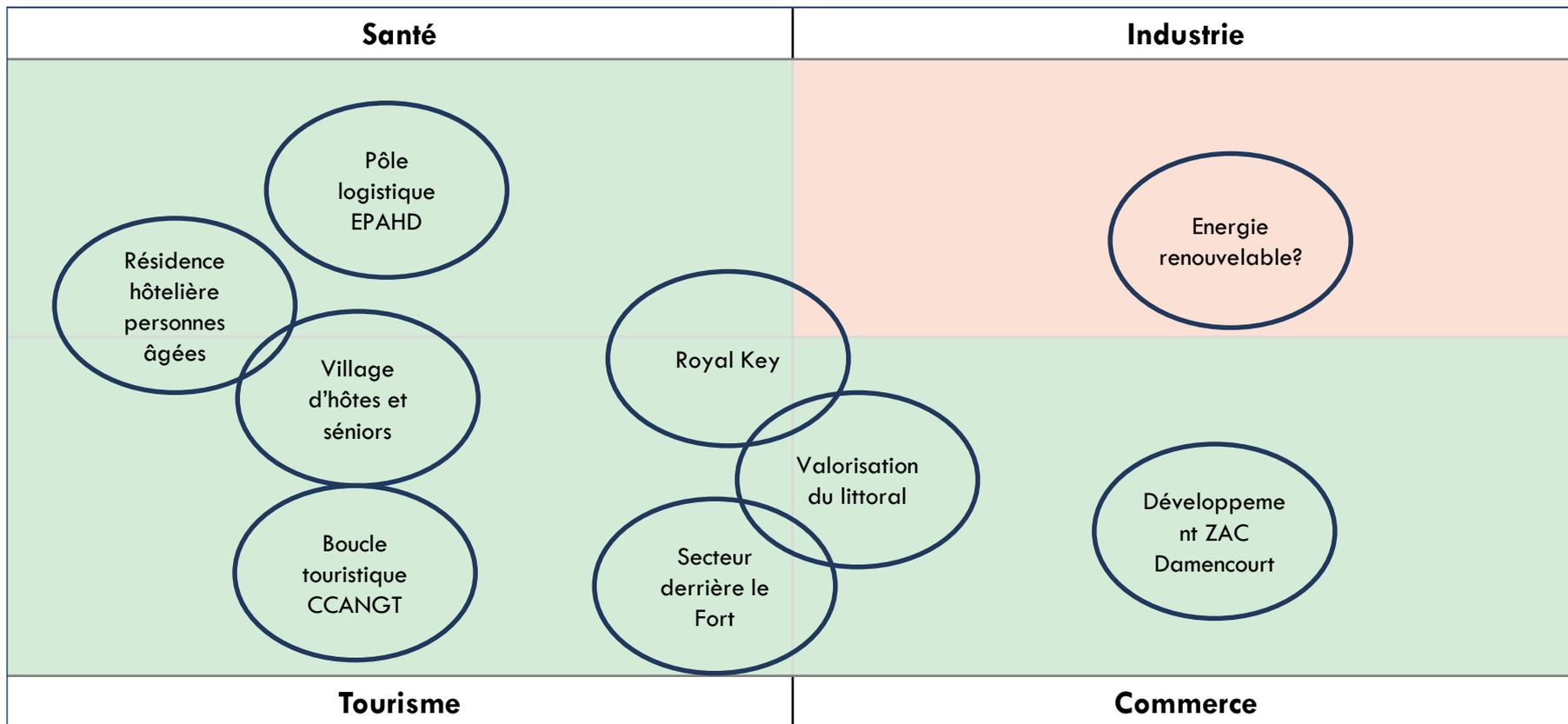
→ 1^{ère} polarité de la CCNANGT

→ Pôle de rééquilibrage de l'Est Grande Terre

→ Pôle économique secondaire à l'échelle de la Grande Terre



Les projets majeurs du Moule au filtre des 4 grands piliers de développement économique



Première partie : Le potentiel économique du Moule

- **La mise en tourisme**
- **Le commerce et les services commerciaux**
 - *Zoom sur la restauration*
 - *Zoom sur l'ESS*
- **La santé et les activités paramédicales**
- **L'industrie agroalimentaire**

Seconde partie : Pistes de réflexion sur le positionnement économique du Moule

- **Scénario 1 : Le Moule pôle économique majeur de l'Est Grande Terre**
- **Scénario 2 : Le Moule pôle d'attractivité pour un tourisme « différent »**

Une perte de 2 500 chambres entre 1998 et 2008

- Un contexte concurrentiel insulaire très dense

Les principales destinations concurrentes	République Dominicaine	Martinique	Saint Martin	Iles Vierges	Barbade	Porto Rico	Cuba	Jamaïque	Bahamas	Guadeloupe
Fréquentation touristique annuelle	Plus de 5,5 millions	850 000	NR	570 000	550 000	3,2 millions	4 millions	2 millions	1,4 millions	580 000

Des développements d'accueils touristiques qui s'accroissent sur les îles voisines :

- Mise sur le marché de plus de 5 000 chambres en 5 ans en République Dominicaine (1995-2000) avec un rapport qualité/prix très attractif « all inclusive » (+ 10,1 % de fréquentation en Dominique entre 2014 et 2015 à titre d'exemple)
- Renforcement des infrastructures d'hébergement à Cuba, notamment l'hôtellerie : intention de développer 85 000 chambres au cours des cinq prochaines années, et 110 000 d'ici 2030

Quelle compétitivité des autres îles Caribéennes ? 5 éléments clés

1. Des coûts d'exploitation aux Antilles Françaises très lourds comparativement aux îles voisines (estimés 4 à 5 fois supérieurs en dépit des aides sociales)
2. Des normes de construction meilleur marché
3. Des parités de change plus favorables
4. Un accueil jugé de meilleure qualité
5. Un tourisme inscrit au cœur des stratégies de développement : communication et marketing bien plus développés

Source : VeilleInfoTourisme 2017 – OT de la République dominicaine – janvier 2018, Médiaphore 2017, INSEE - Bilans économiques 2016 et 2017 Martinique et Guadeloupe, France –Antilles – Guadeloupe – (Actualités Economie) 22 mars 2017, Ministère du Tourisme de Cuba et HospitalityOn - 2015

Les opportunités

Un trafic aérien facilitateur de fréquentation de la Guadeloupe

- ✓ « Norwegian » :
 - de nouvelles lignes entre les Antilles françaises et les USA
 - opérations saisonnières pérennisées fin 2017, augmentation des liaisons et des fréquences (11 vols / semaine)
 - tarifs à partir de 120 euros l'aller simple
- ✓ « Lével » : des vols depuis Orly avec des prix d'appel de 99 € l'aller simple dès juillet 2018 ?

Les opportunités

Le développement des Croisières

La croisière est en forte progression avec les croisières Costa et MSC qui confortent la position de Pointe-à-Pitre comme tête de ligne (+86 % de passagers à l'arrivée entre 2013 et 2015).

Les opportunités

Un contexte mondial mouvant

- ✓ Une déstabilisation des destinations « Moyens courriers » (Maghreb, Tunisie, Égypte, Turquie...) depuis la France Métropolitaine (situation politique en Afrique et au Moyen Orient, attentats et situation de guerre en Syrie) Turquie ...
- ➔ Un effet bénéfique pour les destinations « Longs Courriers » et en particulier Les Caraïbes.
- ➔ Pour la première fois depuis bien longtemps, la haute saison 2016 permet d'espérer un réel renouveau touristique pour la Guadeloupe.

Les opportunités

Un contexte local « volontariste »

- ✓ Malgré une situation difficile ces dernières années, les hôtels continuent à investir et remettent petit à petit leurs produits au goût du jour : une montée en gamme observée.
- ✓ Une prise de conscience graduelle de l'intérêt du développement d'un tourisme, plus valorisé et plus structuré à l'échelle de l'île.

Les opportunités

Le développement des structures liées au tourisme

- ✓ Le port autonome de Point-à-Pitre (250 M€ d'investissements)
- ✓ Le développement de la capacité d'accueil de l'aéroport international de Point-à-Pitre (140 M€ d'investissements d'ici 2020)

Source : Le Parisien « transport aérien : bientôt les Antilles à 99 € » Novembre 2017, AirInfo « Norwegian, nouvelles lignes Antilles françaises US » Juin 2017 – Tour Hebdo « Marché de la croisière : les initiatives des compagnies pour profiter de la croissance », mais 2016, entretiens avec les acteurs locaux – AID Observatoire – février 2018

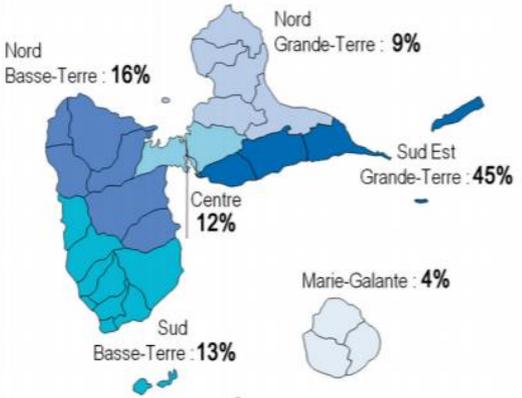
Le Tourisme : Données d'entrée – La clientèle touristique en Guadeloupe

	Nord Basse terre	Sud Basse Terre	Centre	Sud Est Grande Terre - St François - Le Gosier - Ste Anne	Nord Grande Terre	Marie Galante
Les secteurs de la Guadeloupe visités en 2016 (en pourcentage des séjours effectués en Guadeloupe)	18 %	13 %	12 %	45 %	17 %	4 %
<i>Comparaison 2015</i>				51%		

↳ dont Deshaies 6 %

↳ dont Les Saintes 2 %

↳ dont Le Moule 4 %



	Baignade	Randonnée	Activités nautiques
Activités des touristes	86 % de plébiscite	40 % de plébiscite	30 % de plébiscite

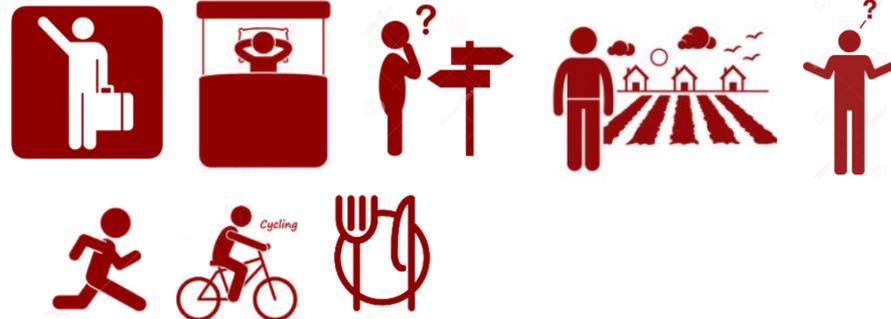
Sources : Région Guadeloupe - Observatoire régional de tourisme « les touristes de séjour » Mars 2017

Le Tourisme : Données d'entrée – Zoom sur le Moule

- Un centre ville dynamique : activités commerciales, une place centrale et des espaces rénovés
- Des habitats authentiques
- Une situation en front de mer
- Un quartier en cours de réhabilitation (Derrière le Fort)
- Des activités industrielles ayant pour partie développé une activité touristique complémentaire (Damoiseau)
- Deux plages et des activités sportives très fournies : 2 spots de surf notamment
- Un espace de loisirs très développé à l'Est : complexe sportif, résidences de tourisme
- Présence de gîtes dont 3 en centre-ville très qualitatifs



- Des activités commerciales et de services globalement peu qualitatives et peu attractives, non dédiées aux touristes
- Très peu de restauration qualitative
- Un front de mer peu à pas mis en valeur
- Des habitats authentiques très dégradés, voire en ruine (lourdes problématiques d'indivision)
- Un patrimoine culturel peu à pas mis en valeur
- Des activités industrielles peu à pas tournées vers une activité touristique complémentaire (Gardel, Centre d'empotage de Melons...)
- Un tourisme sportif peu mis en valeur
- Très peu de structures d'accueil et une lisibilité très complexe de l'hébergement disponible et de sa qualité



Tourisme et ville du Moule : quelle alchimie actuelle ?

- Des touristes de passage
- Des visites ponctuelles de sites (Damoiseau)
- Une spécificité de la zone de loisirs Est et des spots de surf (plus longue durée)
- Une venue spécifique sur le Marché
- **Un tourisme déconnecté de l'offre commerciale du centre-ville**

Part moyenne de la clientèle touristique dans la clientèle totale des commerces :

- Centre-ville : bd Rougé 5 % / Rue St Jean : 9 %

Centre-ville	Alimentaire	Artisanat	Equipement de la maison	Equipement de la personne	Services commerciaux	Services non commerciaux
bd Rougé	-	-	-	3 %	7 %	5 %
Rue St Jean	-	-	-	8 %	13 %	8 %

- Front de Mer : proche de zéro
- Quartiers : proche de zéro

Sources : Enquête auprès des professionnels du Moule, 69 répondants – Février 2018 et entretien avec les acteurs locaux - Mars 2018



*Des touristes « perdus »
Quelle proposition touristique ?*



Un marché « agricole » dont une part importante de l'offre est directement dédiée aux touristes



Un patrimoine très peu valorisé

Le Tourisme : Données d'entrée – Les projets

Projet Royal Key					
Zone touristique		Zone résidentielle			
Hôtel	Résidence de tourisme	Résidence de tourisme	Lots nus	Logements en promotion directe	
Capacité d'accueil	90 chambres	30 appartements	90 appartements	14 lots nus - En partie en locations saisonnières directes ?	163 logements - En partie en locations saisonnières directes ?
Secteur	Presqu'île Baie du Moule				



Tropical Management					
	Village d'Hôtes 1	Village Séniors	Villas Créoles	Village d'Hôtes 2	Hôtel « exotique » de centre-ville
Capacité d'accueil	20 à 50 écolodges	30 écolodges	12 écolodges	NR	1 Hôtel de quelques chambres
Secteur	Proximité de frange littorale, secteur Montal	Secteur Portland	Dans les terres, secteur Damoiseau	Secteur Néron - En lien avec la requalification de NERON	Centre-ville
Caractéristiques du programme	Ecolodges bioclimatiques	Réhabilitation d'un ancien EHPAD Ecolodges avec une antenne de soins	Services associés	Moulin éolien	Requalification en centralité, sans restaurant, 2/3 étoiles

Sources : Entretien avec les acteurs locaux - Février 2018

QUE RETENIR ?

Le développement des structures d'accueil touristiques sur la commune va pousser à une mise en tourisme très rapide du Moule :

- Hors lots et les logements en promotion dédiés aux résidents (bien qu'une partie deviendra certainement touristique dans les faits), le Royal Key à lui seul attirera au Moule **+10 000 touristes/année par rapport à aujourd'hui**
- Si l'on ajoute à ce chiffre ceux des projets de Tropical Management, et les projets complémentaires moins impactants (surf camp, gites) : **Le Moule devra accueillir près de 15 000 touristes supplémentaires pour maintenir un taux de remplissage à 60 %.**

- ➔ Un développement trop ambitieux ? Trop rapide ?
- ➔ S'en donner les moyens ?
- ➔ Quelle offre complémentaire pour retenir/faire venir les touristes (offre touristique, de loisirs ?)

	Lits marchands uniquement		
	Royal Key	Tropical Management	TOTAL
Nombre de nuitées potentielles	144 540	60 882	205 442
Soit touristes potentiels supplémentaires à attendre	9 636	4 059	13 695

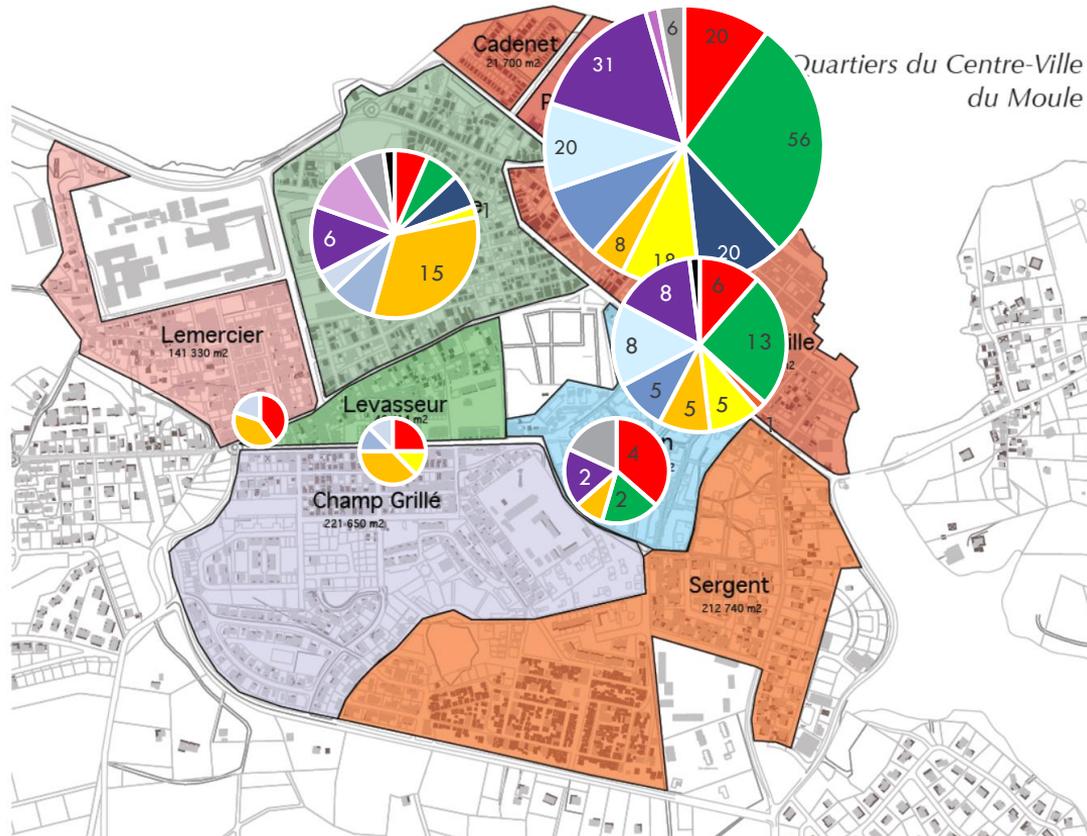
Les chiffres clefs

Selon les projets actuels

+ 65 % de touristes en 5 ans

Une captation qui passe de 4 % à 6,4% de touristes à l'échelle de la Guadeloupe

Le Commerce : Données d'entrée – le commerce de centralité

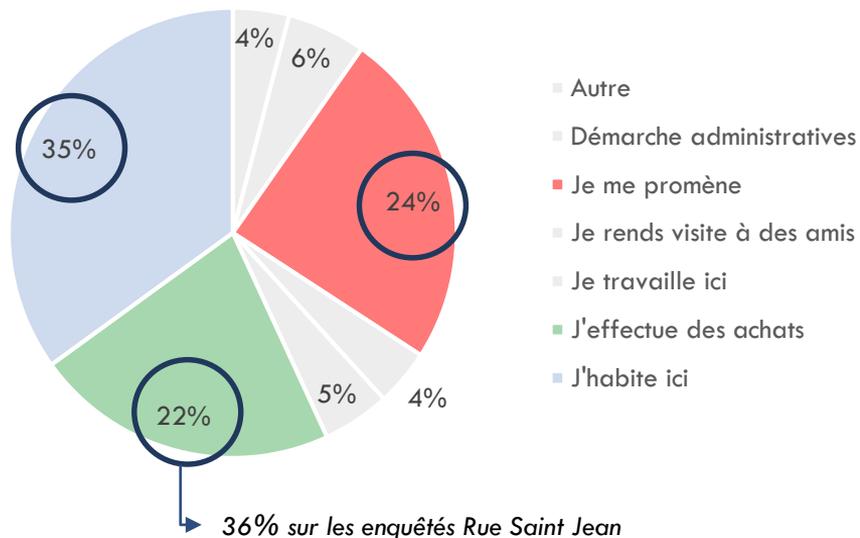


Quartier d'implantation	Nombre d'activités commerciales et de services
Centre ville – hors bd Rougé	199
Boulevard Rougé	52
Petite Guinée	46
Bonan	11
Champ Grillé/Levasseur	8
Lemercier/Levasseur	5
TOTAL CENTRALITE	321

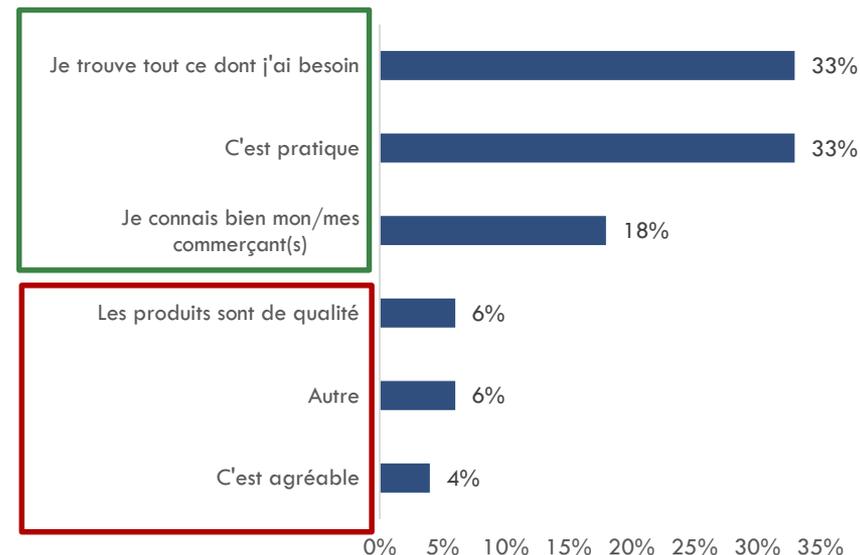
- Alimentaire
- Equipement de la personne
- Equipement de la maison
- Culture/Loisirs
- Cafés, restauration
- Services commerciaux
- Services non commerciaux
- Santé
- Automobile
- Autre
- Locaux vacants

Sources : Repérage terrain - AID – février 2018 et recensement des activités sises dans le périmètre d'étude – Qualitat Décembre 2013

Les raisons de venue en centre-ville



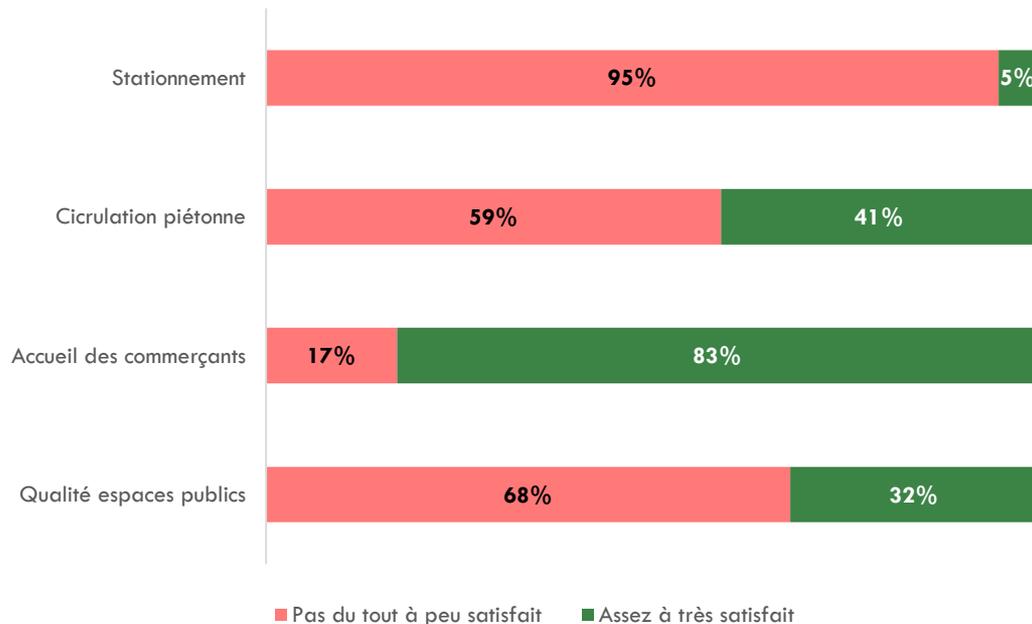
Les raisons d'achats en centre-ville



➔ **Un centre-ville qui allie proximité, promenade, services et commerces**

Sources : Enquête auprès de la clientèle du Moule – 123 répondants - Février 2018

Que pensent les résidents du Moule de l'environnement marchand du centre-ville?



Éléments de repère :

Niveau moyen de satisfaction pour des centralités d'environ 20 à 25 000 habitants

Stationnement : 33 %

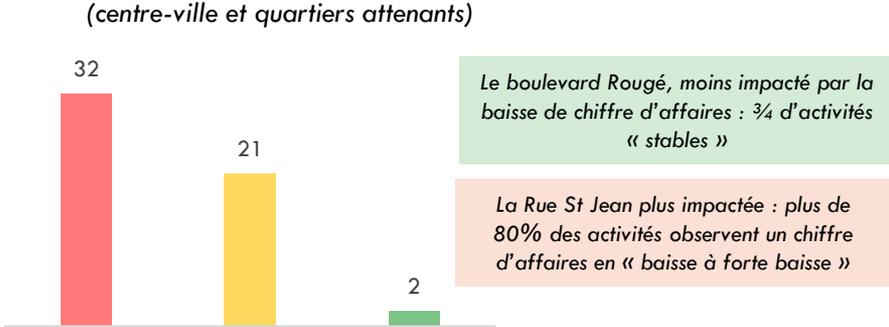
Circulation piétonne : 59 %

Accueil et conseil des commerçants : 71 %

Qualité des espaces publics : 50 %

Sources : Enquête auprès de la clientèle du Moule – 123 répondants - Février 2018

Evolution du chiffre d'affaires des professionnels du Moule (centre-ville et quartiers attenants)

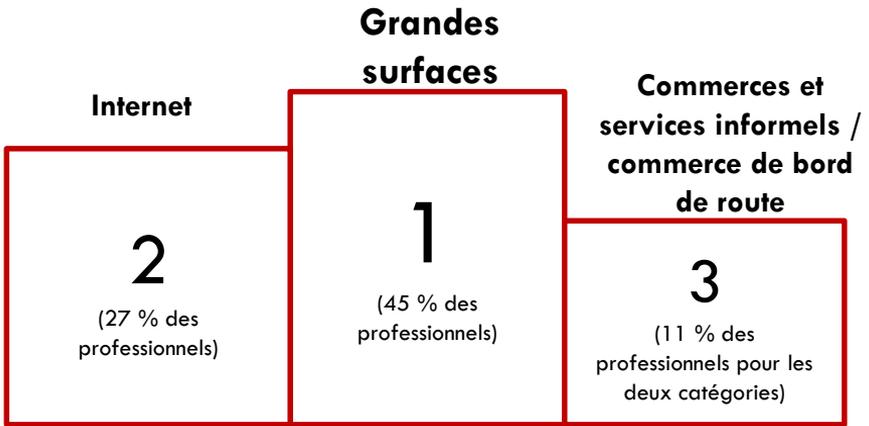


Le boulevard Rougé, moins impacté par la baisse de chiffre d'affaires : 3/4 d'activités « stables »

La Rue St Jean plus impactée : plus de 80% des activités observent un chiffre d'affaires en « baisse à forte baisse »



Principales concurrences selon les commerçants de centralité

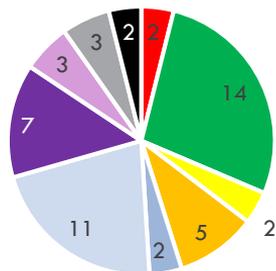


NB : Le marché du Moule, perçu comme très peu concurrentiel aux commerces de proximité de la centralité marchande (pour 7% des répondants seulement)

Sources : Enquête auprès des professionnels du Moule, 69 répondants - Février 2018

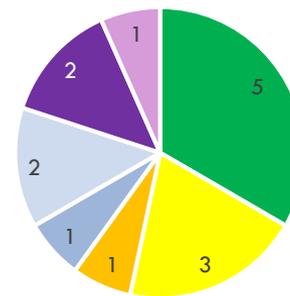
Le Commerce : Données d'entrée – le commerce de périphérie

ZC DAMENCOURT	Nombre d'activités commerciales et de services
Grandes surfaces	3
Commerces de proximité	35
TOTAL DAMENCOURT	38



- Alimentaire
- Equipement de la personne
- Equipement de la maison
- Culture/Loisirs
- Cafés, restauration
- Services commerciaux
- Services non commerciaux
- Santé
- Automobile
- Autre
- Locaux vacants

BAIE SIDE	Nombre d'activités commerciales et de services
Grandes surfaces	1
Commerces de proximité	15
TOTAL BAIE SIDE	16



- Equipement de la personne
- Culture/Loisirs
- Cafés, restauration
- Services commerciaux
- Services non commerciaux
- Santé
- Automobile

Le Commerce : Données d'entrée – le commerce non sédentaire

Le « marché agricole » du Moule : emprise et relation avec le centre-ville



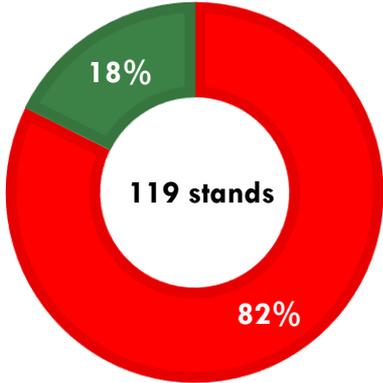
 Emprise du marché

 Principaux linéaires marchands ou de services

Fréquentation du marché : 3000 visiteurs / après midi estimés

Composition de l'offre

■ Alimentaire ■ Non alimentaire

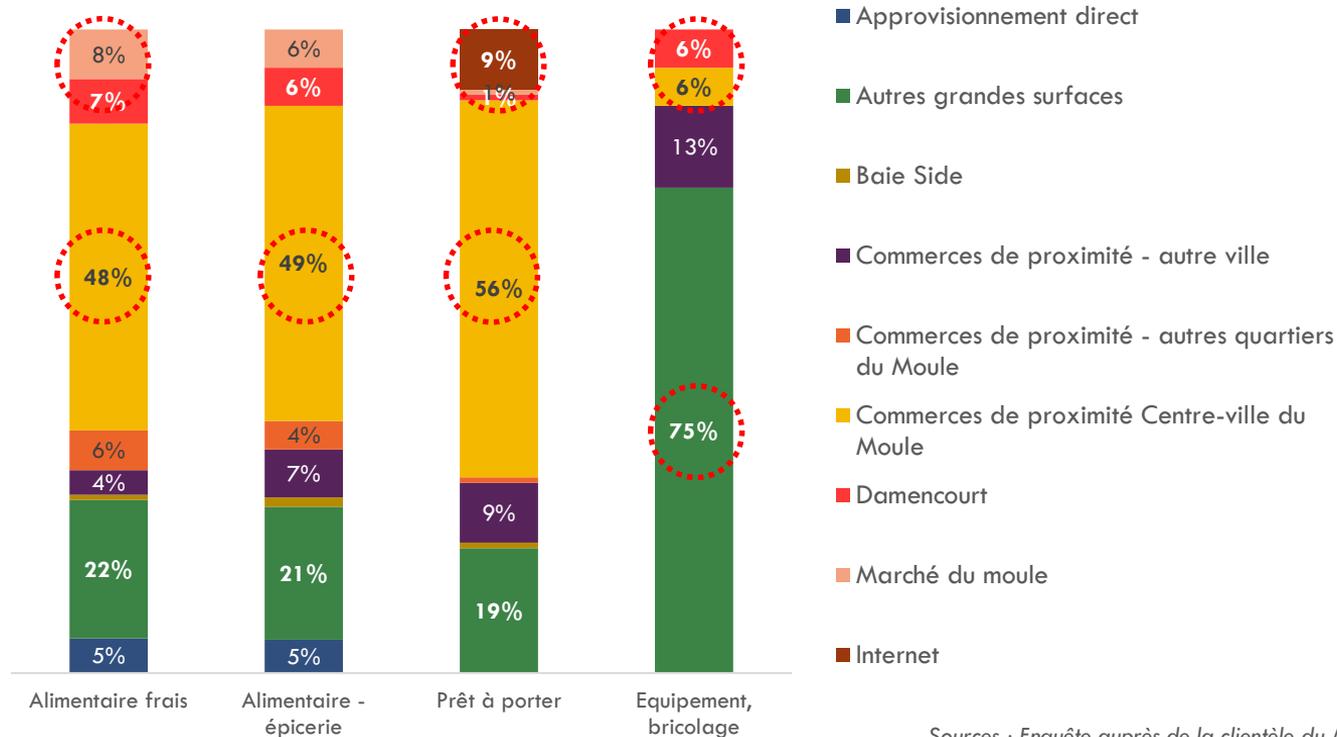


Catégorie	Total
Primeurs Fruits & Légumes	51
Plats cuisinés	16
Confitures/Épices/Rhum	15
Confiseries/Gâteaux	7
Sorbets/Glaces/Gaufres	4
Œufs	1
Eau de Coco	1
Olives	1
Épicerie	1
Viande	1

Catégorie	Total
Bijoux (artisanat)	10
Plantes	3
Maroquinerie/Souvenirs	3
Artisanat hors bijoux	2
Prêt à porter	1
Huiles	1
Bijoux	1

Sources : Repérage terrain - AID – février 2018

Quel type de pôle commercial est privilégié par les résidents de la zone de chalandise du Moule en fonction des produits recherchés ?



Sources : Enquête auprès de la clientèle du Moule – 123 répondants - Février 2018

Royal Key

- Mangrove Galerie -

Développement de locaux commerciaux et de services au sein du projet :

- Commerces et services de proximité
- Spécificités : secteur souvenir
- Surface : total de 1 000 m² envisagés

Batiment Ouest (gauche, coté Thalasso)	
RDC	
Surf commercial dispo	542,4
cible remplissage	commerces/services proximité

		Batiment Ouest (gauche, coté Thalasso)	
Activité		RDC	avancement commercial
commerces /services proximité	Surf shop , ship chandler (matériel, vêtement...)	100	prospects OK
	Boutique Serge Blanco	30	prospects OK
	Soins esthétique, beauté	60	prospects OK
	Agence bancaire, DAB	60	prospects OK
	Services à la personne	30	prospects OK
	Crèche	100	prospects OK
	Restaurant brasserie	100	prospects OK
	Pressing	30	prospects OK
	Tabac, presse	30	à trouver
	Couture, cordonnerie, autre service proximité	30	à trouver
	Artisanat local et souvenirs	30	à trouver
	Epicerie fine locale, spiritueux locaux	200	prospects OK
	Petite surface alimentaire	200	prospects OK
	TOTAL	1000	

Damencourt

Accueil d'une nouvelle grande surface :

- Secteur équipement de la maison (meubles, hi-fi, ameublement, décoration)
- 2 400 m² de surface de vente
- Localisation : ex bâtiment BNP
- Temporalité : ouverture 2018



Le Front de Mer

- Secteur Derrière le Fort/Presqu'île -

Développement d'activités de commerces, restauration, artisanat, secteur de Derrière le Fort

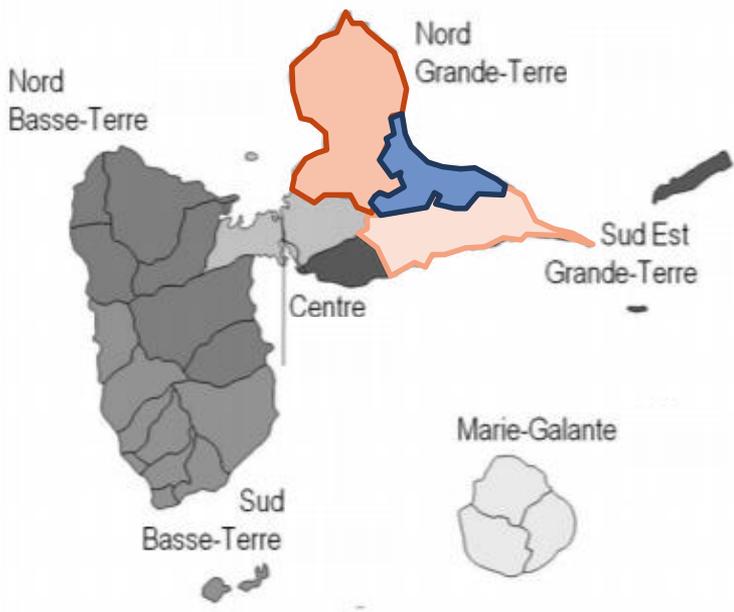


Développement d'activités de restauration sur le front de mer du centre-ville

Le Front de Mer

- Secteur entrée de ville Ouest -





Zone de chalandise du commerce du Moule

Primaire

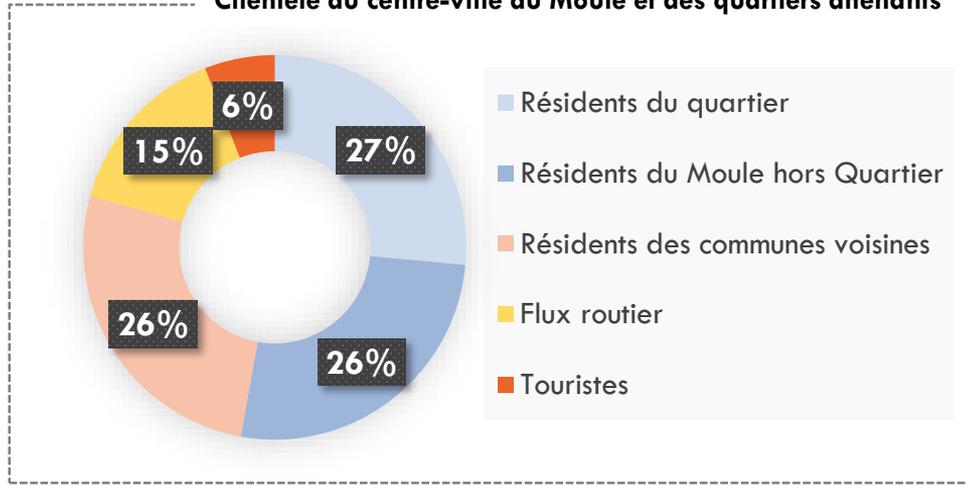
Commune du Moule

Secondaire

Secteur littoral : Saint François / Sainte Anne

Secteur Nord Grande Terre : Morne à l'Eau, Petit Canal, Saint Louis et Anse Bertrand

Clientèle du centre-ville du Moule et des quartiers attenants



Sources : Entretiens avec les acteurs locaux – Février 2018 et enquête auprès des professionnels du Moule, 69 répondants, février 2018

Le commerce : Le potentiel pour Le Moule – le potentiel commercial à horizon 2023

	Potentiel lié aux résidents de la zone de chalandise		Potentiel lié à l'offre touristique projetée (Royal Key, Villas, projets Tropical management)	
	M ² développables	Equivalent en nombre de boutiques implantables	M ² développables	Equivalent en nombre de boutiques implantables
	2 000	30	500 à 600	8 à 9
	100 à 200	1 à 2	100 maximum	1 maximum
Maroquinerie, horlogerie, parfumerie, optique	200 à 300	2 à 3	100 à 200	1 à 2
Mobilier	200 à 300	-	100 à 200	-
Cadeaux	-	-	900 à 1000	7 à 8
Blanc Brun Gris	500 à 600	4 à 5	-	-
Bricolage jardinage	700 à 800	-	-	-
Sport	100 à 200	1 à 2	-	-
Produits culturels	-	-	-	-
Jeux / Jouets	-	-	-	-

Sources : Etude de marché et projections – AID – Mars 2018

QUE RETENIR ?

1. Un potentiel existant pour développer des activités commerciales au sein du projet Royal Key, sous condition de maintenir pour moitié des activités de services/complémentaires, et pour accueillir une grande surface d'équipement de la maison sur la ZAC de Damencourt.

2. Un potentiel existant pour le développement d'activités commerciales complémentaires à horizon 5 ans, en lien avec le développement résidentiel et touristique attendu, mais des choix à opérer :

- en termes de typologies d'activités : grandes surfaces / boutiques / marché
- en termes d'implantations géographiques : un potentiel qui semble trop restreint pour développer l'ensemble des projets commerciaux envisagés :
 - Quelle programmation Derrière le Fort ?
 - Quelle programmation d'entrée de ville ?
 - Quelle programmation secteur gare routière ?
 - Quel développement du marché ?

	M ² développables	Soustraction des surfaces en projets	Reste potentiel en m ²
Alimentaire	2 400 à 2 500	400	2 000 à 2 100 <i>Mais attention Marché</i>
Prêt-à-porter, chaussures	200 à 300		200 à 300
Maroquinerie, horlogerie, parfumerie, otique	200 à 300		200 à 300
Mobilier	200 à 300	2 400	-
Blanc Brun Gris	500 à 600		
Bricolage jardinage	700 à 800		
Sport	100 à 200	130	
Cadeaux	900 à 1 000	30	800 à 900 <i>Mais attention Marché</i>
Autre		440	
TOTAL Le Moule	5 200 à 6 000 M²	3 000 m² hors « autres »	3 200 à 3 600 m² <i>Mais attention Marché</i>



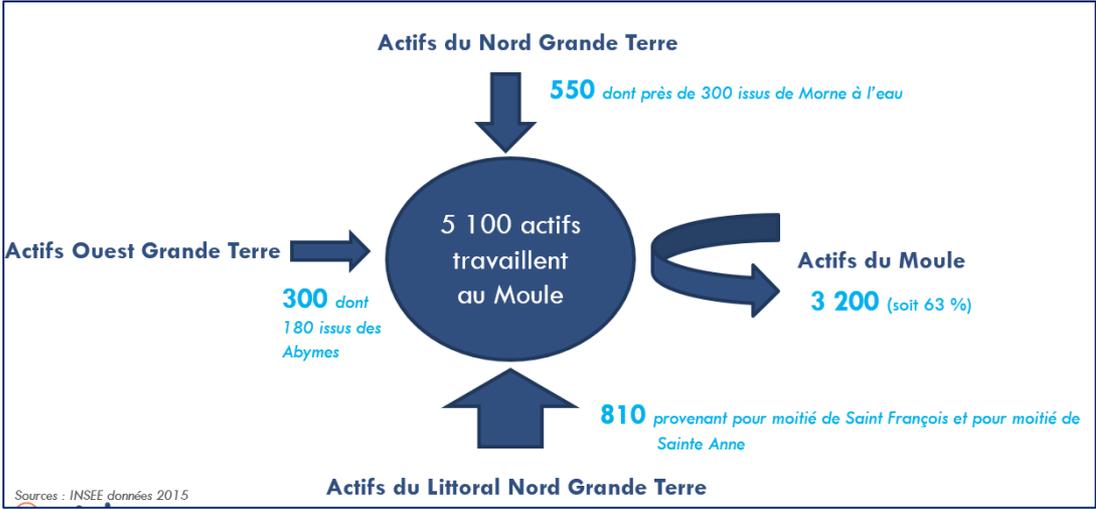
Potentiel économique

Le commerce et les services commerciaux - ZOOM sur la restauration

Estimation du surplus de chiffre d'affaires à horizon 2023

Différents types de clientèle :

- Les résidents de la zone de chalandise
- Les touristes résidents (38 000 incluant la réalisation des projets Royal Key + Tropical Management)
- Les touristes de passage
- Les actifs



Sources : Etude de marché et projections – AID – Mars 2018 et entretiens avec les acteurs locaux – Février 2018

Surplus de chiffre d'affaires et traduction en potentiel de restauration

Surplus de chiffre d'affaires à attendre à horizon 5 ans	1,2 M€
Offre à créer TOTALE	6 à 9
dont restauration traditionnelle	4 à 6
dont restauration rapide	2 à 3

Un potentiel existant, notamment en lien avec le potentiel de dépenses des actifs et des touristes.

MAIS, un potentiel retreint au vu de l'ensemble des projets (même avec 15 000 touristes supplémentaires attendus)

→ Des choix à effectuer en lien avec la stratégie de positionnement économique souhaité par la ville



Usages associés au Moule par les habitants du nord Grande Terre

Extrait de l'étude sur les représentations du nord Grande-Terre par les habitants des 5 communes (réalisée par QualStat pour la CANGT - Janvier 2016)

Potentiel économique

La santé et les équipements paramédicaux

Le Moule :

- Réelle structuration autour de la santé du Nord Grande Terre ?
- Quel potentiel pour le développement d'établissements autour de la santé/pour la venue de nouveaux professionnels?
- Quelles activités au potentiel affirmé voire maximal ?

- Une représentation collective des résidents du Moule et de sa zone de chalandise comme « centralité de santé »



- Un nombre très important de kinésithérapeutes (8) dont certains spécialisés (ex : traumatologie du sport), un nombre important de généralistes et infirmiers
- 8 pharmacies, 4 EPHAD
- Des patients « multiples » : résidents du Moule, résidents du Nord Grande Terre, touristes
- Des professionnels parlant en grande majorité a minima l'anglais



- Des activités éclatées dans toute la commune (centre-ville, Damencourt...) → Très peu de visibilité et de lisibilité

- Des EPHAD situés en grande majorité hors de la centralité → une déconnexion vis-à-vis des activités du centre-ville
- Un départ/un manque ressenti de spécialistes (ophtalmologues, gynécologues, dermatologues...), posant question quant au maintien des activités paramédicales en place (opticiens notamment)
- Un manque ressenti de technicité (IRM, radiologie...)



Royal Key

Batiment Est (droite, coté résidentiel)		
RDC	R+1	Total
542,4	372	914,4
prof santé	prof santé >> à confirmer dans la zone sud : actuellement 3 T2	

		Batiment Est (droite, coté résidentiel)			
Activité		RDC	R+1	Total	avancement commercial
Prof santé	Ophthalmo / chirurgie réfractive	542,4			prospect Fargal OK: 300 à 600m2
	Orthophoniste		130		à trouver
	Podologue		60		à trouver
	Infirmière		30		prospects OK
	Médecin		60		prospects OK
	Kiné		30		prospects OK
	Osthéo		30		prospects OK
	Dentiste		100		prospects OK
	Parapharmacie		130		prospects OK
TOTAL		542,4	570	1112,4	

Les professionnels particuliers

Plusieurs professionnels portent des projets de développement individuels.

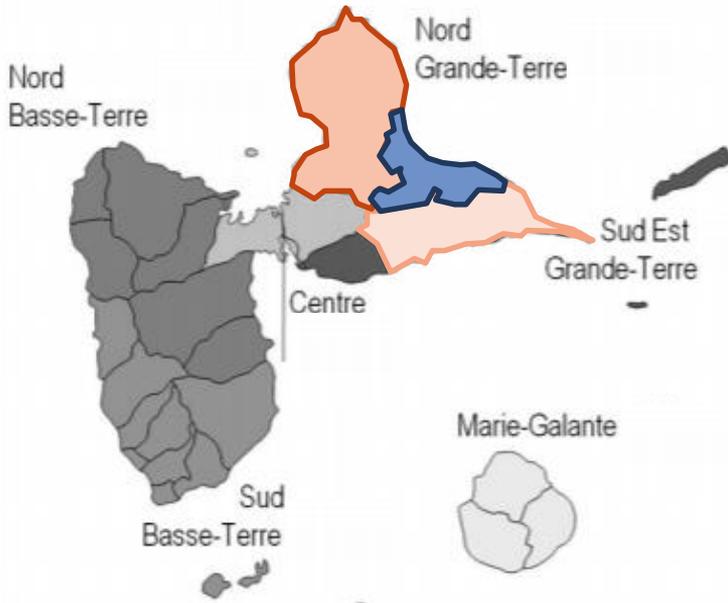
Exemples :

- Kinésithérapeute
- Médecin
- *Importance de l'emplacement et des parkings dans les recherches*
- *Peu de locaux adaptés aux recherches (grandes surfaces)*

Centre de logistique EPHAD

Structuration de la logistique liée aux EHPAD

- Blanchisserie
- ...



Zone de chalandise

Primaire

 Commune du Moule

Secondaire

 Secteur littoral : Saint François / Sainte Anne

 Secteur Nord Grande Terre : Morne à l'Eau, Petit Canal, Saint Louis et Anse Bertrand

1. Une réelle spécificité du Moule autour de la santé en termes d'équipements et de professionnels, au-delà de la représentation psychologique

➔ Une surdensité observée en termes de nombre de professionnels de santé et autres activités médicales dans de nombreux domaines, MAIS des marges de manœuvre encore existantes à l'échelle de la zone de chalandise (l'exemple des pharmacies)

2. Un potentiel économique affirmé, pour la zone de chalandise du Moule, pour les activités suivantes

Typologie d'activité	Précisions
Etablissement de santé/petites urgences/maison médicale relais ➔ <i>Maternité hors grosse à risque, petite chirurgie ambulatoire (dents de sagesse, appendicite...), orthodontie, petites urgences et radiologie</i>	Pôle à positionner comme relais vis-à-vis du futur pôle médical des Abymes
Médecine générale et infirmiers	Légère sous densité sur la commune, accentuée à l'échelle de la ZC, malgré le nombre relativement important de professionnels en place
Spécialistes , et notamment : Ophtalmologie, Sage femme, Gynécologie médicale, psychologue	Réflexion à mener sur leur intégration au sein de l'établissement de santé
Pédiatrie : structuration d'un pôle d'accueil pour enfants envisageable	Une taille des ménages qui reste élevée malgré un vieillissement de la population

3. Un potentiel maximal atteint à l'échelle de la commune et de la ZC en ce qui concerne :

Typologie d'activité	Précisions
La kinésithérapie et l'osthéothérapie	Pôle à positionner comme relais vis-à-vis du futur pôle médical des Abymes
Les analyses médicales (laboratoires) Les ambulances	Légère sous densité sur la commune, accentué à l'échelle de la ZC, malgré le nombre relativement important de professionnels en place
Les hébergements médicalisés pour personnes âgées	Réflexion à mener sur leur intégration au sein de l'établissement de santé

QUE RETENIR ?

Le Moule a d'ores et déjà un positionnement affirmé autour de la santé de par ses structures d'accueil et les professionnels en place. Ce potentiel peut cependant être encore davantage affirmé :

- avec le développement de structures d'accueil complémentaires, en lien avec le CHU des Abymes (moins d'une demi-heure du Moule),
- par l'accueil de professionnels de santé – secteurs spécialisés notamment.

En parallèle, une programmation à étudier finement au sein du Royal Key notamment, en lien avec le potentiel atteint voire dépassé à l'échelle de la zone de chalandises pour certains secteurs médicaux et paramédicaux.

- Une programmation à spécifier en lien direct avec la balnéo/le bien être/le sport

➔ Une stratégie à mener en parallèle pour attirer les professionnels :

- Marketing territorial fort
- Possibilité de rassemblement des professionnels
- Développement de programmes modulables et adaptés aux besoins (espaces de travail, stationnements, accessibilité résidents et PMR)
- Parcelles adaptées (proximité des lieux d'habitation, gérer les congestions...)



Pistes de réflexion sur le positionnement économique du Moule : Scénarios

Scénario 1

**Le Moule pôle économique
majeur de l'Est Grande Terre**

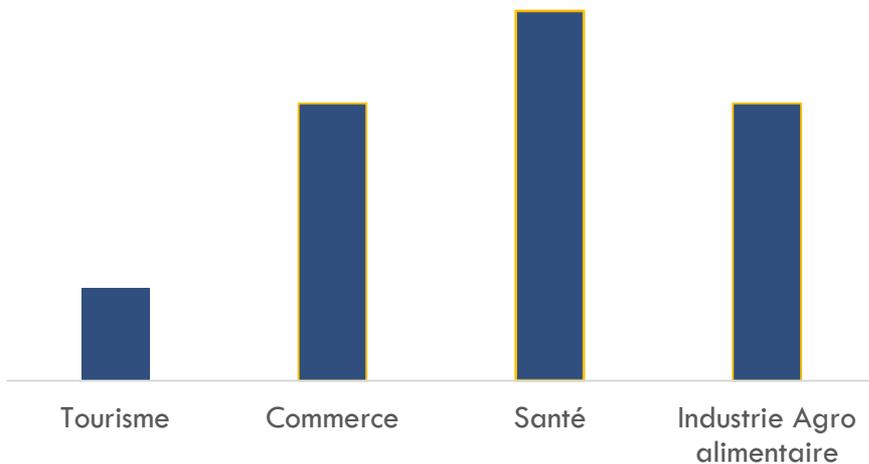
Scénario 2

**Le Moule pôle d'attractivité
pour un tourisme « différent »**

Scénario 1 : Le Moule pôle économique majeur de l'Est Grande Terre

	Tourisme	Santé	Commerce	Industrie
Ambition générale	Développer le tourisme de manière modérée, autour des projets les plus impactants (Santé/Bien être)	Développer l'offre médicale générale et spécialisée, ayant vocation à répondre à l'ensemble des besoins des résidents Est Grande Terre (hors interventions lourdes)	Développer l'offre commerciale et de service/à destination des résidents Est Grande Terre	Structurer les retombées annexes de l'industrie agro alimentaire Diversifier les activités
Lien avec le potentiel économique et spécificités envisageables	Réalisation d'une partie seulement des projets d'hébergement touristique : <ul style="list-style-type: none"> - Soutenir le projet Royal Key et développer les retombées économiques pour le centre-ville - Mettre en valeur le potentiel touristique du secteur Alizées (plage, sport, familles), en restant à une échelle touristique modérée - Soutenir les projets de créations d'hébergements à destination des seniors/médicalisés 	Elargissement de la zone de chalandise de l'offre médicale induisant : <ul style="list-style-type: none"> - L'accueil de nouveaux professionnels - Une structuration des espaces dédiés à la santé - Un travail important sur la lisibilité de l'offre à l'échelle de la ville - Développer et lier l'économie médicale annexe (logistique...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Elargissement de la zone de chalandise primaire/baisse de l'évasion - Peu à pas de développement d'activités commerciales en entrée de ville Ouest - Développement de l'offre sur les pôles existants (notamment ZAC Damencourt pour le commerce de Grandes surfaces/centre-ville pour le commerce de proximité) 	<ul style="list-style-type: none"> - Soutenir fortement les ambitions des industriels et maraichers de la commune (réinventer l'agro industrie) - Maintenir le lien tel que proposé aujourd'hui avec l'activité touristique (visites mineures de sites, petits espaces de vente annexe)

Sur quels piliers le scénario se base-t-il ?



Evaluation multi critères du scenario 1 - financements

	Très importants	Importants	Limités	Très limités
Moyens financiers		x		
Moyens humains / Ingénierie		x		

Evaluation multi critères du scenario 1 - impacts

	--	-	+	++
Compatibilité du scénario avec les projets		x		
Faisabilité économique			x	
Impact dur l'emploi			x	

Scénario 1

**Le Moule pôle économique
majeur de l'Est Grande Terre**

Scénario 2

**Le Moule pôle d'attractivité
pour un tourisme « différent »**

Scénario 2 : Le Moule pôle d'attractivité pour un tourisme « différent »

	Tourisme	Santé	Commerce	Industrie
Ambition générale	<p>Affirmer un positionnement touristique fort et spécifique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Santé / Bien être - Sport / Balnéo sportive - Patrimoine / culture 	<p>Développement de l'offre de soins type « bien être » / l'offre para médicale</p>	<p>Développement de l'offre commerciale et de service / la restauration dédiée aux touristes</p> <p>Développement de l'offre de loisirs (résidents / touristes)</p>	<p>Structurer les retombées annexes de l'industrie agro alimentaire</p> <p>Développement du lien entre activités agro industrielles et tourisme</p>
Lien avec le potentiel économique et spécificités envisageables	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation de l'ensemble des projets touristiques - Accompagnement du très fort développement attendu par une offre touristique structurée : lier les projets touristique à la mise en tourisme globale de la ville (aménagements urbains type wifi, expérience de centralité type utilisation des cases pour accueil petit déjeuner de l'hôtel de centralité, promenades urbaines depuis les pôles d'hébergements en développement...) 	<p>Maintien de l'offre de santé actuelle/ complément minimal avec les professionnels manquants</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Développement d'une offre commerciale spécifique en entrée de ville Ouest - Développement fort des activités artisanales et de restauration autour du secteur derrière le Fort / promenade front de Mer 	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en valeur des produits locaux (alimentaires de type Melon, fruits et légumes...) - Faciliter l'acte d'achat « en direct » et structurer les visites de sites emblématiques - Capitaliser sur les lieux atypiques pour développer un tourisme « expérientiel » (usage, apprentissage du produits, hébergement...) ex : Rhumerie Damoiseau

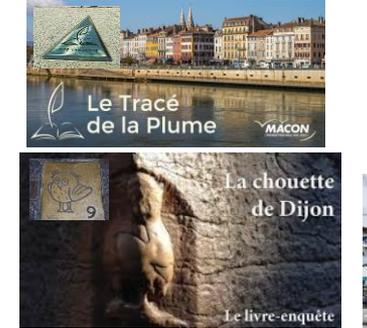
Exemples de développements envisageables des 4 secteurs en lien avec le scénario 2

Santé



Parcours touristiques de villes – Mâcon / Dijon

Authenticité et tourisme – Saint Leu



Tourisme

Industrie

Fondation Clément - Martinique



Actions de mécénat en faveur des arts et du patrimoine culturel de Martinique
Animations et expositions temporaire ou permanentes autour de la culture antillaise et du Rhum

Musée Stella – La Réunion



Muséographie, Cinéma 4D, Auditorium
Centre de recherche et de documentation,
Bar à cocktails de fruits frais, dégustation de Rhum, Boutique du musée...



Quai Ferry - Nouméa



Barcelone



Pornic - Bretagne



Anglet – Pays Basque



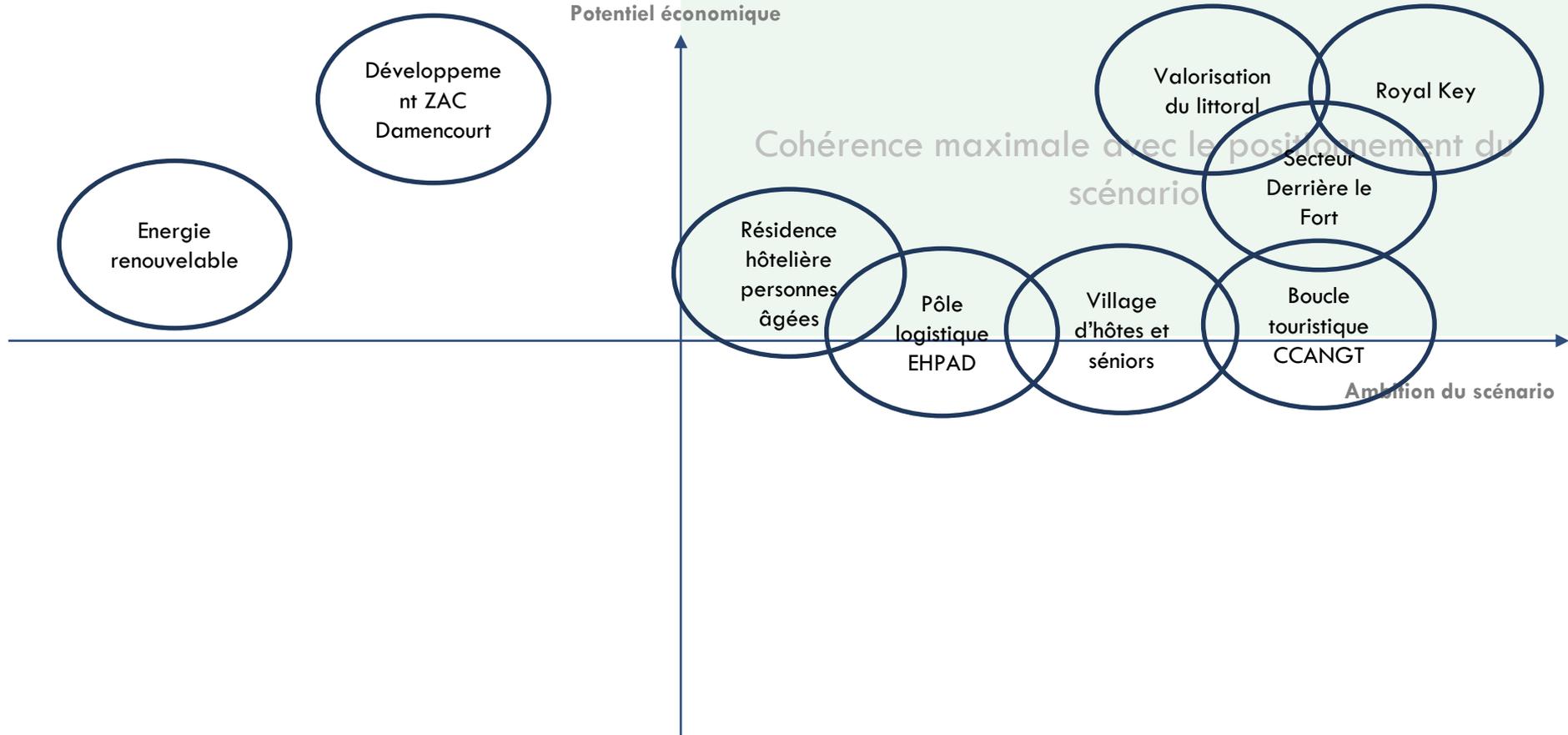
Pueblo de los pescadores Rpq Dominicaine



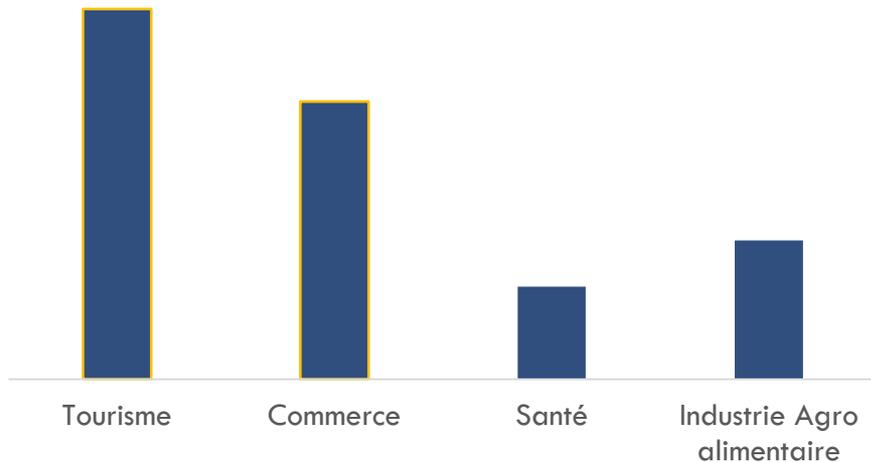
Commerce / Restauration



Les projets face au scénario 2



Sur quels piliers le scénario se base-t-il ?



Evaluation multi critères du scenario 2 - financements

	Très importants	Importants	Limités	Très limités
Moyens financiers	x			
Moyens humains / Ingénierie	x			

Evaluation multi critères du scenario 2 - impacts

	--	-	+	++
Compatibilité du scénario avec les projets				x
Faisabilité économique		x		
Impact dur l'emploi				x