

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

Une ambition pour le Moule

À 2 ans

À 5 ans

À 10
ans

Déclinaison sous forme de plan d'actions opérationnel

À 2 ans

À 5 ans

À 10
ans

Le Moule, démonstrateur de la Guadeloupe de demain

À
2 ans

Consolidation de l'attractivité

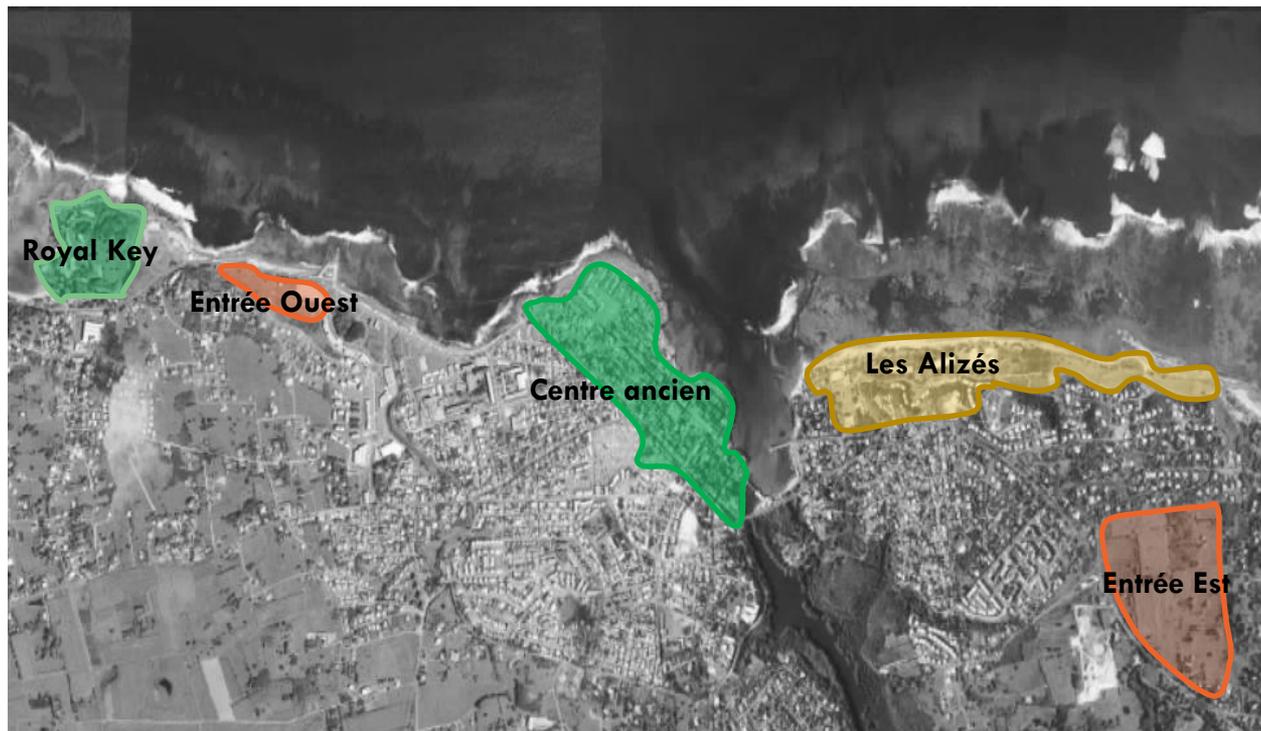
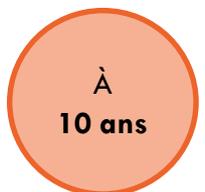
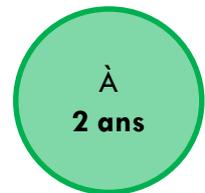
À
5 ans

« Reconquête du Moule » : renforcement de l'attractivité

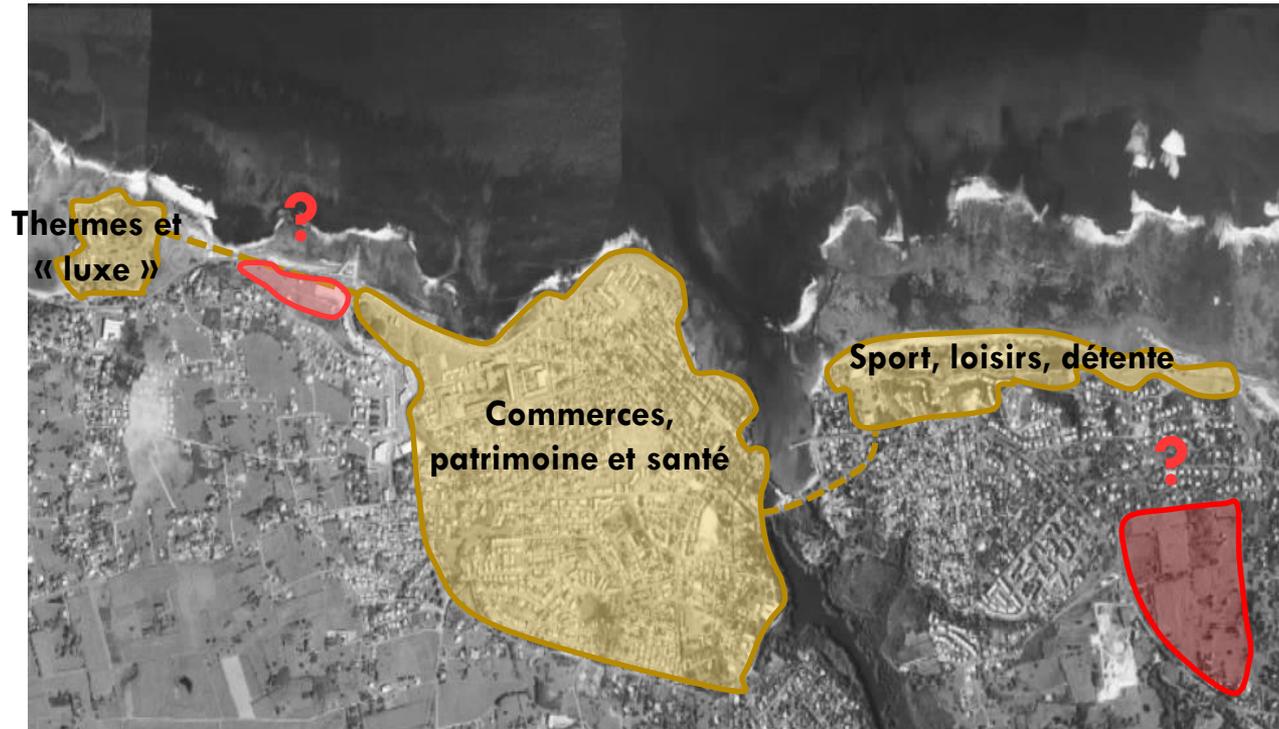
À
10 ans

Le Moule, pôle de destination de la Guadeloupe

Traduction sectorielle de l'ambition générale



Vocation sectorielle des pôles du Moule



Déclinaison spatiale de l'ambition sectorielle du centre ancien

Vocations économiques par secteur



Fond coloré	Vocation préférentielle	Vocation secondaire à étudier en fonction de la qualité des projets	Vocation non préférentielle
Yellow	Commerces et services	Equipements administratifs	Hébergements en RDC Garages
Red	Habitat et gîtes touristiques	Restauration en front de mer	Commerces, services, artisanat Activités médicales
Purple	Restauration et gîtes touristiques	Commerces, services, artisanat à vocation touristique, éphémère ou non	Commerces, services, artisanat sans vocation touristique Activités médicales, Garages
Orange	Artisanat de création	Hébergement touristique ou non	Commerces, services, artisanat Activités médicales
Green	Parc urbain végétalisé et espace de stationnement	Commerces et artisanat non sédentaire	Hébergement touristique ou non Commerces, services, artisanat sédentaire Activités médicales
Blue	Restauration et équipements touristiques	Hébergement touristique	Commerces, services, artisanat sans vocation touristique Activités médicales
Brown	Equipements sans espace public		
Light Green	Equipements avec espace public	Commerces, services, artisanat éphémère	Activités médicales Garages
Grey	Autres activités non économiques : habitat non touristique, équipements, garages...		Hébergement touristique Commerces, services, artisanat Activités médicales (hors secteur pointillés)

Déclinaison spatiale de l'ambition sectorielle du centre ancien

Actions économiques par secteur



Actions hors centre ville :

Action 18 : Etudes de programmation sur les tènements d'entrée de ville Est et Ouest

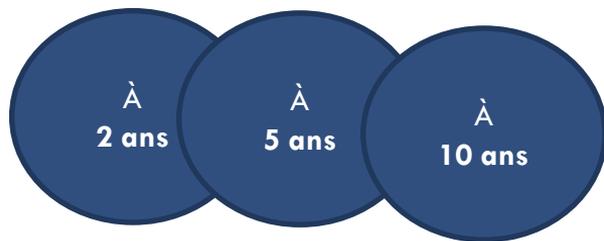
Action 19 : Développement des entrées de villes Est et Ouest du Moule

Action 17 : Requalification du boulevard maritime au profit des modes doux

Fond coloré	Actions sectorielles	Actions transversales
Yellow	<p>Action 5 : Démarches qualité commerçants et artisans</p> <p>Action 9 : Elaboration d'une charte devantures (« créolitude »)</p> <p>Action 10 : Mise en place d'un dispositif d'aide à la rénovation des devantures</p> <p>Action 14 : Mise en place de linéaires marchands</p> <p>Action 16 : Réaménagement de la Rue Saint Jean</p>	<p>Action 1 : Recrutement d'un manager de centre-ville</p> <p>Action 4 : Prospection ciblée de porteurs de projets</p> <p>Action 6 : Mise en réseau avec des villes aux problématiques comparables via le réseau Centre-ville en Mouvement</p> <p>Action 11 : Réalisation d'une étude visant à identifier les fonciers et bâtis stratégiques</p> <p>Action 12 : Plan d'acquisition de l'immobilier stratégique via l'EPF</p>
Red	<p>Action 7 : Structuration et mise en visibilité de l'offre d'hébergements</p> <p>Action 16 : Réaménagement du front de mer</p>	<p>Action 13 : Mise en place de navettes en transports à la demande et cyclopousses Royal Key – Centre-ville – Alizés</p>
Purple	<p>Action 16 : Réaménagement du front de mer</p>	<p>Action 14 : Délimitation du périmètre de centralité</p>
Pink	<p>Action 16 : Réaménagement du front de mer</p>	<p>Action 15 : Elaboration d'un parcours touristique et marchand, reliant l'ensemble des générateurs vde flux de la ville</p>
Green	<p>Action 2 : Déplacement du marché agricole du Moule sur le parking Cadenet</p> <p>Action 16 : Réaménagement du front de mer</p>	<p>Action 20 : Création d'une marque de territoire</p>
Blue	<p>Action 17 : Requalification du boulevard maritime au profit des modes doux</p> <p>Action 16 : Réaménagement du front de mer</p> <p>Action 24 : Structuration d'un espace muséal et expérientiel autour du Carnaval et folklore local</p>	<p>Action 21 : Relance et structuration d'une association de commerçants, artisans et professionnels du tourisme</p>
Brown	<p>Action 16 : Réaménagement du front de mer</p>	<p>Action 22 : Elaboration et mise en oeuvre d'actions de promotion et d'animation</p>
Light Green	<p>Action 3 : Mise en place de commerce éphémères et recherche de porteurs de projets</p>	<p>Action 23 : Création, mise en oeuvre et pérennisation d'un évènement commercial rayonnant à l'échelle de la Guadeloupe</p>
Light Blue	<p>Action 8 : Regroupement des activités médicales</p>	



Plan d'actions



- 1. Actions économiques**
- 2. Immobilier commercial**
- 3. Aménagement urbain, urbanisme réglementaire et mobilités**
- 4. Marketing et animations**



Les actions économiques

8 actions

Action 1 : Recrutement d'un manager de centre-ville

Contexte et objectifs

Le Moule est depuis toujours une ville de commerce. Toutefois, les évolutions sociétales et les nouveaux modes de consommation ont transformé le fonctionnement du commerce ces dernières années, au détriment de sa centralité marchande.

Les managers de centre-ville jouent un rôle d'interface entre la municipalité et les acteurs économiques (commerçants, entrepreneurs, promoteurs immobiliers, fédérations professionnelles, chambres consulaires ...). A titre d'exemple, un futur franchisé ou porteur de projet qui cherche à s'installer a tout intérêt à contacter le manager de centre-ville, tant pour obtenir des informations précises sur l'état du marché local que pour connaître les opportunités en matière d'immobilier commercial (programmes en cours ou en projet ; cession de baux) ou de reprise de magasins.

Mise en œuvre

Recrutement d'un manager centre-ville dont les principales tâches seraient :

- Prospection d'enseignes et de porteurs de projets;
- Relation avec les commerçants en place dans le centre-ville du Moule, et accompagnement dans leur intégration des outils de géoréférencement (Google, Pages jaunes, Waze...).
- Veille et développement du réseau d'acteurs contribuant au développement du centre-ville;
- Développement de services à la clientèle (click & collect, drive piéton, plateforme de commande...);
- Community via la communication commerciale et formations commerçants aux outils de communication numérique (réseaux sociaux, site internet...)

Arrêt sur image

**Manager
de centre ville**
pour les commerçants
de proximité



Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule ou acteur économique local (CI, CMA, SPL, SEM...)

Budget

Besoins	
Recrutement manager centre-ville par la commune du Moule	50 à 60 000 € (brut)/an
AMO annuelle par un acteur économique local	À estimer

Calendrier de réalisation

À 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 2 : Déplacement du marché agricole du Moule sur le parking Cadenet

Contexte et objectifs

Avec plus de 3000 visiteurs chaque mercredi soir, le marché du Moule est un véritable générateur de flux. Contrairement aux activités sédentaires présentes en centre-ville, il propose une offre attractive pour la clientèle résidente mais également touristique : il est en ce sens un véritable facteur clef de succès de la mise en tourisme du Moule.

Toutefois, la localisation actuelle du marché artisanal s'avère totalement déconnectée des activités de la centralité marchande du Moule, et ne génère de fait que peu d'activité supplémentaire pour les commerçants, artisans et prestataires de services de celle-ci.

L'objectif du déplacement du marché est de reconnecter les générateurs de flux au sein du centre-ville, pour développer son activité et asseoir sa fonction.

Mise en œuvre

- Travaux de démolition et de réaménagement sur le parking Cadenet : vers un « poumon vert » à l'échelle du centre-ville (parc urbain de grande taille et maintien d'un espace de stationnement conséquent)
- Aménagement du parking permettant l'accueil d'un marché : installation de bornes électriques, accès à l'eau, éclairage, délimitation des emplacements
- Aménagement du parc permettant la dégustation de produits locaux achetés sur le marché agricole (bancs, espaces repos et dégustation...)
- Communication intensive autour du changement de lieu de tenue du marché, et mise en place d'une soirée spécifique pour la première soirée du marché (animations enfants et touristes,...)
- Travail autour de l'organisation du marché: réorganisation de l'offre permettant une distinction alimentaire/ non alimentaire, regroupement des activités de type « traiteurs » et de l'offre touristique...

Arrêt sur image

Actuel emplacement du marché par rapport aux alignements marchands



Voir Céline, visuel du futur marché Cadenet?

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule

Budget

-

Calendrier de réalisation

À 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 3 : Mise en place de commerces éphémères sur la Place de la Mairie (Joffre) et recherche de porteurs de projets

Contexte et objectifs

Certaines polarités commerciales faute de potentiel marchand suffisant à l'année ou à cause de freins spécifiques proposent des modes commerciaux alternatifs dont les « Pop Up Stores » ou boutiques éphémères.

Par l'implantation de ce type de boutiques, les objectifs de cette action sont :

- d'occuper ponctuellement les emplacements les plus stratégiques du Moule aujourd'hui peu à pas mis en valeur,
- de générer une dynamique et une image attractives des linéaires concernés et à plus large échelle (commune du Moule),
- de permettre aux porteurs de projets de « tester » leur activité avant implantation effective

Mise en œuvre

- Sélectionner les localisations les plus stratégiques en fonction des périodes de l'année : au Moule, l'implantation de commerces éphémères pourra dans un premier temps se faire sur la Place Joffre aujourd'hui peu mise en valeur d'un point de vue commercial bien que bénéficiant d'un emplacement stratégique
- Acheter des containers et/ou autres locaux éphémères transportables (camion, mobil home...)
- Lancer un appel à projet avec un cahier des charges à destination des porteurs de projets, en complémentarité avec l'offre commerciale et de services existante en centre-ville du Moule (cf étude de marché réalisée en phase de diagnostic)
- Définir une charte graphique et des documents de communication
- Sélectionner des porteurs de projets, mettre à disposition les emplacements concernés, et suivre la démarche

Cette action sera étroitement liée aux actions 1 et 4 (suivi et recherche pro active de porteurs de projets de la part du Manager de centre-ville).

Arrêt sur image

MyKaz.fr fête son 1er anniversaire en Guadeloupe



Pop Up « Nabao » Martinique

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule (Manager de Centre-ville)

Budget

Besoins	
Création d'un cahier des charges	Temps manager de CV
Achat des containers (2000 €/containers) base de 4	Env. 8 000 €
Travaux et équipements containers	Env. 3000 €
Communication (charte graphique et logotype) - base de deux Pop up	Env. 6 000 €
Total	Env. 17 000 €

Calendrier de réalisation

À 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 4 : Prospection de porteurs de projets ciblés

Contexte et objectifs

Le diagnostic a identifié à travers l'étude de marché préalable la possibilité de créer 8 à 9 activités alimentaires, 1 à 3 activités d'équipement de la personne et 7 à 8 activités liées aux cadeaux ou produits touristiques. A partir de ce constat, un double travail préalable doit être mené en vue de la concrétisation de l'installation d'activités répondant à ce potentiel identifié :

- La prospection des activités (enseignes ou porteurs de projets indépendants)
- L'identification de l'immobilier commercial approprié (locaux physiques ou Pop Up Stores)

Mise en œuvre

- Lancement d'actions de prospection dans des salons spécialisés à l'échelle de la Guadeloupe voire nationale
- Prospection spécifique par réseau de Pop up Store de la part d'enseignes régionales (Guadeloupe) voire inter îles (Petites Antilles).

Cette action est étroitement liée à l'action 1, sa mise en œuvre devant être portée principalement par le Manager de centre-ville. Elle s'avère également complémentaire à l'action 3.

Arrêt sur image



Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule (Manager de Centre-ville)

Budget

Besoins	
Prospection par le manager de centre-ville	Temps agent

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 5 : Démarches qualité commerçants et artisans (accueil, langues étrangères, réseaux sociaux...)

Contexte et objectifs

Les habitudes de consommation ont largement évolué ces dernières années et les activités commerciales et artisanales du centre du Moule se doivent de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs pour rester compétitives et attractives. L'objectif de cette action est de donner aux professionnels du centre-ville du Moule la méthodologie et les outils adaptés pour améliorer leur efficacité sur plusieurs axes de travail : communication, numérique, étalage de la boutique, nouveaux comportements des diverses clientèles... Il s'agit de « responsabiliser » les entreprises et de les accompagner vers le commerce de demain.

Mise en œuvre

- Sensibilisation de l'action auprès des entreprises
- Diagnostic de l'activité de l'entreprise : analyse de la situation économique de l'entreprise (gestion financière, organisation, stratégie, ressources humaines, organisation du point de vente, communication, benchmark, conseils merchandising, nouveaux concepts commerciaux pouvant être pratiqués par les commerçants...)
- Formalisation et proposition d'un plan d'actions et d'axes de progrès personnalisés
- Evaluation et suivi de la démarche

Cette action est étroitement liée à l'action 1, l'une des missions du manager de centre-ville consistant notamment à accompagner les professionnels dans l'intégration des outils de demain.

Arrêt sur image



Portage des actions

Maître d'ouvrage : Chambres consulaires

Maître d'œuvre : Chambres consulaires et Manager de Centre-ville (suivi et coordination)

Budget

Besoins	
Base de 5 entreprises (3000 €/entreprises) <ul style="list-style-type: none">- Diagnostic de l'activité de l'entreprise- Formalisation et proposition d'un plan d'actions- Restitution du diagnostic- Aide à la mise œuvre du plan d'actions- Évaluation de la démarche	env. 15 000 €
Total	15 000 €

Calendrier de réalisation

À 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 6 : Mise en réseau avec des villes aux problématiques comparables via le réseau Centre Ville en Mouvement

Contexte et objectifs

La problématique de la revitalisation des centre-ville devenant un enjeu national et complexe, une mise en réseau permet un partage des bonnes pratiques entre collectivités sur un sujet encore « peu connu ou expérimenté ». L'association Centre-Ville en Mouvement accompagne et fédère ses membres de toutes sensibilités dans leurs projets d'innovation et de redynamisation des centres-villes.

En outre, l'association propose un site internet source d'informations; une newsletter; une boîte à idées d'expériences innovantes; l'organisation annuelle des Assises Nationales du Centre-Ville et de forums annuels; l'animation de la Délégation Nationale du Management de Centre-Ville; des visites de terrain.

Mise en œuvre

Adhésion à l'association (test sur deux ans) :

- Délibération en conseil municipal (obligatoire)
- Acquiescement des droits d'adhésion annuels
- Participation aux Assises Nationales du Centre-ville et échanges réguliers avec les centralités aux problématiques similaires

Arrêt sur image



Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule (Manager de Centre-ville)

Budget

Besoins	
<i>Délibération en conseil municipal</i>	-
<i>Droits d'adhésion annuels commune entre 20 000 et 50 000 habitants (base test de 2 ans)</i>	1 000 €/an
<i>Frais de déplacement pour les Assises Nationales du Centre-ville (base test de 2 ans)</i>	2 000 €/an
Total	Env. 6 000 €

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 7 : Structuration et mise en visibilité de l'offre d'hébergement (gîtes, Airbnb)

Contexte et objectifs

La mise en tourisme du Moule passe indéniablement par la structuration et la mise en valeur de son réseau d'hébergements touristiques.

Le Moule ne dispose pas d'hôtels (offre qui sera proposée au sein du Royal Key), mais dispose toutefois de résidences de tourisme et de nombreux gîtes (dont 3 en centre-ville).

Bien que cette offre soit existante, elle s'avère très peu structurée et donc très peu lisible en l'état (certains gîtes référencés sur Airbnb, d'autres sur Abritel, ou encore sur Google...). Si cette observation n'est pas propre au Moule mais bien à l'ensemble de la Guadeloupe, il s'agit pour la commune d'être pionnière en la matière, dans un objectif global de développement des flux touristiques.

En parallèle, il s'agit par cette action de soutenir l'ambition de développement de gîtes qualitatifs sur le secteur Front de Mer.

Mise en œuvre

Lancement d'une étude touristique permettant de recenser :

- L'ensemble de la capacité d'hébergement de la commune
- Les niveaux de gammes disponibles
- Les niveaux de services proposés

Cette étude devra permettre de confronter l'offre existante avec les attentes de la clientèle actuelle mais surtout attendue à horizon 2, 5 et 10 ans.

Elle devra enfin juger de l'opportunité d'intégrer un recensement de l'offre disponible au Moule sur le site internet de la ville.

Cette action sera étroitement liée à l'action 16 concernant l'état d'avancement du réaménagement du Front de Mer.

Arrêt sur image



Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule

Budget

Besoins	
Etude tourisme	Env. 15 000 €
Total	Env. 15 000 €

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 8 : Regroupement des activités médicales en centre-ville

Contexte et objectifs

La diagnostic économique a mis en avant une réelle spécificité du Moule autour des équipements de santé, mais toutefois :

- une lisibilité très complexe des activités médicales (éclatement sur la commune)
- des projets de professionnels de la santé « au cas par cas »
- un accès aux structures médicales devant rester accessible facilement, de manière motorisée comme non motorisée.

En parallèle, la stratégie retenue pour la ville du Moule est celle du maintien des activités médicales générales en centralité, et de la prospection de spécialistes au sein du Royal Key (via la plus value proposée sur site).

Cette action vise à regrouper les activités médicales généralistes pour garantir leur maintien en centralité, et pour les rendre plus lisibles et plus structurées.

Mise en œuvre

- Etude des localisations possibles pour le regroupement des activités médicales en centre-ville du Moule. L'une des parcelles présélectionnés est localisée derrière le cimetière du Moule : celle-ci répond en effet aux caractéristiques premières recherchées (surface suffisante, localisation très centrale, accès aisé). Il s'agira toutefois en lien avec l'action 11 d'étudier l'ensemble des possibilités liées au foncier disponible en centre-ville.
- Construction d'une structure immobilière modulable sur le foncier choisi. Celle-ci devra être conforme aux attentes des projets des professionnels attendus (professionnels déjà en place au Moule et professionnels à prospecter en lien avec les conclusions de l'étude de marché spécifique au domaine médical) et aux normes d'accessibilité.
- Recrutement des professionnels et mise en place d'une signalétique directionnelle spécifique.

Arrêt sur image



Exemples de regroupement d'activités médicales / paramédicales

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule / Investisseurs privés

Maître d'œuvre : Commune du Moule / Investisseurs privés

Budget

Besoins	
Base de 1800 €/m ² HT +10 % de VRD Surface moyenne nécessaire projetée (base type de 2 médecins, 2 infirmiers, 2 kinés, 1 dentiste et 1 ostéopathe) : 250 à 300m ²	500 à 600 000 €
Total	Env. 500 à 600 000 €

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus



Immobilier commercial et foncier

4 actions

Action 9 : Elaboration d'une charte devantures « créolitude » et mise à disposition d'un architecte conseil

Contexte et objectifs

Le diagnostic commercial a mis en avant une qualité médiocre des enseignes et devantures des activités présentes dans le centre-ville du Moule. Celles-ci sont en effet souvent disproportionnées, et il n'existe aucune cohérence d'ensemble à l'échelle de la centralité.

Afin de favoriser la lisibilité et l'attractivité des commerces, cette action a pour objectifs :

- D'harmoniser et mettre en valeur les linéaires marchands de la centralité marchande (matériaux utilisés, style de police des enseignes, couleurs...).
- De revaloriser le bâti existant mais dégradé des principaux linéaires marchands

En parallèle, les linéaires commerciaux principaux sont parfois pénalisés par la présence de locaux vacants dégradés, mais à la fonction commerciale à assurer.

Mise en œuvre

Création d'une charte devantures thématisée « créolitude » :

- Identification du périmètre pertinent
- Création de la charte en conformité avec les dispositions de la réglementation du PLU
- Sensibilisation auprès des professionnels de l'intérêt de la démarche, signature de la charte
- Suivi de la charte
- Conditionnement du versement des aides directes (action 10) au respect de la charte

Rénovation de l'immobilier commercial :

- Identifier les professionnels souhaitant s'initier à la démarche et des locaux stratégiques (actions 11 et 12)
- Intervention d'un architecte et/ou décorateur d'intérieur afin de faire évoluer la scénographie des boutiques et des devantures.

Arrêt sur image



Exemple de charte devanture



Enseignes et devantures du Moule

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule (Manager de centre-ville)

Budget

Besoins	
Création d'une charte devantures	Env. 30 000 €
Etude architecturale → Base de 10 locaux	env. 5000 €/local 50 000 €
Total	Env. 80 000 €

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 10 : Mise en place d'un dispositif d'aide à la rénovation des devantures

Contexte et objectifs

Le diagnostic commercial a mis en avant une qualité médiocre des enseignes et devantures des activités présentes dans le centre-ville du Moule. Celles-ci sont effet souvent disproportionnées, et il n'existe aucune cohérence d'ensemble à l'échelle de la centralité.

Afin de favoriser la lisibilité et l'attractivité des commerces (et en lien avec l'action 9), cette action a pour objectif d'inciter les professionnels à effectuer des travaux de rénovations extérieures de leurs locaux commerciaux.

Arrêt sur image



Enseignes, devantures et vitrines commerciales du Moule

Mise en œuvre

- Identification du périmètre pertinent : celui-ci devra en premier lieu être constitué de la Rue Saint Jean, du Boulevard Rougé et de la Place Joffre
- Détermination des conditions d'attribution des aides à la rénovation (financements mobilisables, montants accordés en fonction des travaux prévus, conditions spécifiques, respect obligatoire de la charte des devantures (cf action 9),...)
- Création d'une commission spécifique d'attribution des aides directes
- Sensibilisation auprès des professionnels,
- Suivi de la démarche (aide aux professionnels dans la constitution des demandes de subventions, suivi et contrôle des travaux, ...)

Cette action sera étroitement liée à l'action 1 (mise en place et suivi de la démarche par le Manager de centre-ville).

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : **Commune du Moule?**

Budget

Besoins	
Base de 20 aides à la modernisations accordées sur 3 ans, selon un financement maximum de 5 000 € / dossier	100 000 €
Total	100 000 €

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 11 : Réalisation d'une étude visant à identifier les fonciers et bâtis stratégiques

Contexte et objectifs

Le centre-ville du Moule est caractérisé par un foncier mité, et par de très nombreuses dents creuses (127 parcelles, soit 19 169m² en hyper centre).

Si ce mitage pénalise aujourd'hui la centralité marchande (perte de lisibilité, espaces laissés à l'abandon...), la commune a d'ores et déjà pointé la réelle opportunité que constituent ces surfaces disponibles.

L'affectation de ces surfaces constitue en effet un réel enjeu pour les années à venir : elle doit soutenir l'ambition générale de la ville tout en répondant aux besoins immédiats des usagers du centre-ville. Afin d'opérer les mutations des dents creuses, il s'agit tout d'abord d'identifier les fonciers les plus stratégiques, et leurs caractéristiques.

En parallèle, le centre-ville du Moule comporte un grand nombre de bâtiments singuliers, à valoriser. Si certains d'entre eux sont utilisés, et demandent alors à être mis en avant d'un point de vue touristique (voir action 15), d'autres sont à l'état de friches. Cette action vise à pointer les bâtis en fiches les plus stratégiques.

Mise en œuvre

- Reprise des éléments de repérage terrain réalisés par la commune (dents creuses...)
- Consolidation des référencements cartographiques : création d'une cartographie dynamique adossée à une base de donnée (localisation, surfaces, type de foncier ou bâti, propriété...)
- Prise de contact avec les propriétaires (dans le cas de parcelles privées) en vue d'actions spécifiques voire d'acquisitions (voir action 12)

Cette étude devra tenir compte de l'ensemble des projets de réaménagement en cours, et sera notamment étroitement liée à l'action 16.

Arrêt sur image



Cartographie des dents creuses de la centralité du Moule et bâti stratégique dégradé

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : EPF?

Budget

Besoins	
Etude d'identification des fonciers et bâtis stratégiques	Env. 20 000€
Cartographie dynamique	Temps Homme interne et/ou réalisation externe (EPF)
Total	Env. 20 000€

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 12 : Plan d'acquisition de l'immobilier stratégique via l'EPF

Contexte et objectifs

Suite à l'identification de l'immobilier stratégique en centre-ville (suivi de l'action 11), cette action vise à acquérir les locaux pointés via l'Etablissement Public Foncier de Guadeloupe.

Dans un contexte de mise en tourisme forte ambitionnée par le Moule, il s'agit en effet de restructurer le bâti du centre-ville pour lui redonner une image authentique et attractive.

Cette action concernera notamment le centre-ville marchand (Rue Saint Jean en priorité) et le secteur Front de Mer, pour permettre le développement d'activités commerciales, artisanales et de service complémentaires (voir action 4) et qualitatives.

Mise en œuvre

- Identification et sélection des locaux les plus appropriés (dont secteurs pré identifiés Rue Saint Jean et Front de Mer)
- Réalisation d'un plan d'actions de mobilisation pour chacun de ces locaux :
 - Engagement d'un montage partenarial avec l'EPF (travail sur le portage)
 - Lancement des études de réhabilitation des locaux
 - Engagement des travaux de réhabilitation et de mise aux normes, dans le respect de la charte des devantures en ce qui concerne les locaux commerciaux (voir action 9)
 - Remise sur le marché des locaux restructurés : communication sur l'offre de locaux en lien avec l'action 4, gestion des locaux (écriture de baux ...)

Cette étude sera notamment étroitement liée à l'action 16.

Arrêt sur image

LOCAUX DISPONIBLES
adaptés à vos besoins !
Mairie de Saint-Jean - 97200 Saint-Jean - Guadeloupe

LES PLUS

PROPRIÉTAIRE	TYPE DE BIEN	DATE DE CONSTRUCTION	DATE DE RÉVISION	DATE DE MISE EN MARCHÉ
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010
Commune de Saint-Jean	Local commercial	1980	2010	2010

LOCALISATION	
Boulevard du 11 Novembre, 69590 Saint-Symphorien-sur-Coise	
COMMERCIALISATION	
Type de bail	Bail 3 / 6 / 9
Vente / location	Vente
Montant du loyer HT / de vente	180 000 €
Montant des charges	
CARACTERISTIQUES TECHNIQUES	
Surface totale	114 m ²
Surface de vente	50 m ²

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : EPF de Guadeloupe

Budget

Besoins

Objectif : acquisitions immobilières pour un montant estimatif de 100 000 € / an

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus



Aménagement urbain, urbanisme réglementaire et mobilités

7 actions

Action 13 : Mise en place de navettes en transports à la demande et de cyclopouses en ESS entre le Royal Key – le Centre-ville – les Alizés

Contexte et objectifs

La multipolarisation de la commune du Moule, sa morphologie urbaine ainsi que l'absence de transports en commun efficaces à l'échelle de la Guadeloupe compliquent les déplacements doux entre les pôles.

En parallèle, le développement du site du Royal Key va intensifier la multipolarisation de la ville, en multipliant le nombre de résidents et de touristes sur la partie Ouest de la ville. Les touristes qui ont vocation à être accueillis sur site s'avèreront relativement peu mobiles (curistes).

Dans ce contexte très spécifique, cette action vise la mise en place d'un système régulier de navettes inter-quartiers qui puisse faire le lien entre les différents pôles marchands et touristiques de la commune. Elle doit permettre au centre-ville de bénéficier des flux spécifiques aux espaces balnéaires et résidentiels des secteurs Royal Key et Alizés, et vice-versa. Enfin, cette action porte également l'ambition stratégique générale de « une journée au Moule ».

Mise en œuvre

- Détermination du parcours et de la typologie de véhicules envisagés
- Choix du matériel roulant, de la localisation des arrêts et du cadencement (ex : développement de l'offre les jours de marché)
- Définition d'un plan de financements et de la tarification auprès du public cible (Tarification intelligente / gratuité à envisager en cas d'achats dans un commerce du centre-ville du Moule)
- Réalisation d'un test en période touristique via l'économie sociale et solidaire
- Analyse des points forts et des points faibles du test, visant à valider ou non la mise en place effective des navettes

La réalisation de cette action est conditionnée au réaménagement effectif du boulevard maritime (action 17), du front de mer (action 16) et de la jonction avec le secteur des Alizés.

Arrêt sur image



Exemples de transports à la demande spécifiques

Portage des actions

Maître d'ouvrage : **Commune du Moule / Royal Key**

Maître d'œuvre : **Royal Key / Structure ESS privée**

Budget

Besoins	
Détermination des parcours, plan de financement, choix du prestataire, tarification intelligente avec les commerçants du centre-ville...	Temps Homme (dont Manager de Centre-ville)
Mise en place des navettes	Investissements privés en ESS

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 14 : Délimitation du périmètre de centralité au PLU et mise en place de linéaires marchands

Contexte et objectifs

Le centre-ville du Moule est avant tout caractérisé par son offre marchande et de services. La majeure partie des activités sont concentrées en son sein, notamment sur la Rue Saint Jean et le Boulevard Rougé. Ces deux rues ont toutefois observé au fil du temps une mutation de certains bâtis vers d'autres secteurs (habitat notamment), fractionnant les linéaires marchands.

En outre, le centre-ville tend à s'étirer d'un point de vue commercial, avec le développement d'activités commerciales et de services hors de la centralité marchande, notamment sur les lieux de flux.

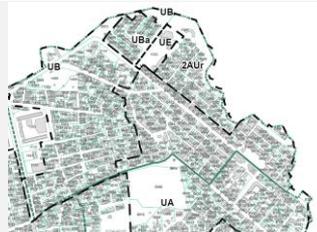
Par cette action, il s'agit de limiter le mitage des commerces et services pour améliorer la lisibilité de l'offre (résidents et clientèle de passage), et de pérenniser l'activité commerciale des principales rues marchandes.

Enfin, cette action sera l'un des facteurs clefs du développement économique ambitionné par la commune d'un point de vue géographique (détermination de la vocation de chacun des secteurs du centre-ville).

Mise en œuvre

- Délimitation des linéaires commerciaux jugés prioritaires :
 - Linéaires marchands principaux accueillant les commerces implantés à maintenir (notamment Rue Saint Jean, Boulevard Rougé)
 - Linéaires voués à accueillir de l'activité commerciale selon la stratégie portée par la ville (voir stratégie économique spatialisée du présent document), notamment au niveau du Front de Mer
- Mise en place de périmètres de sauvegarde du commerce et/ou de linéaires commerciaux lors de la révision des documents d'urbanisme (PLU)

Arrêt sur image



Extrait du PLU du Moule



Exemple de linéaire marchand au PLU

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule

Budget

Besoins	
<i>Inscription dans les documents d'urbanisme</i>	<i>Temps agent</i>
<i>Mise en place de périmètres de sauvegarde</i>	
Total	-

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 15 : Elaboration d'un parcours touristique et marchand, reliant l'ensemble des générateurs de flux de la ville

Contexte et objectifs

La ville du Moule, et plus particulièrement son centre-ville, porte une histoire et un patrimoine riche, mais peu mis en valeur. De nombreux bâtis, espaces publics ou encore secteurs spécifiques renferment ainsi un passé, ou de simples anecdotes parfois méconnues des touristes voire des résidents du Moule. Ils sont pour autant la mémoire de la Ville, et sont les garants de son authenticité.

En parallèle, le « damier » de sa centralité induit une lisibilité complexe de l'offre marchande, artisanale et de service.

Dans ce contexte, cette action vise à créer un parcours touristique et marchand permettant de raconter aux visiteurs l'histoire de la ville, et de leur faire découvrir l'ensemble de ses richesses.

Mise en œuvre

- Reprise des conclusions des études menées au sein des actions 11 et 14 concernant le bâti spécifique et les espaces marchands à valoriser.
- Création d'un parcours adapté à la découverte de l'ensemble de ces espaces, suivant la stratégie de mise en tourisme de la ville, et suivant l'ambition économique géolocalisée portée pour le centre-ville
- Matérialisation des cheminements par des aménagements légers spécifiques
 - Circuit patrimonial et marchand « classique », avec l'utilisation de plaques apposées sur le bâti
 - Circuit patrimonial et marchand numérique, avec intégration de flashcodes sur le bâti
- Création des sources informatives adaptées (contenu pour application web, plaquettes papier...)
- Communication et mise en place effective

Cette étude devra tenir compte de l'ensemble des projets de réaménagement en cours, et sera notamment étroitement liée à l'action 16.

Arrêt sur image



Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule

Budget

Besoins	
Création d'un parcours marchand suivant les conclusions des actions 11 et 14	10 000 €
Rédaction et maquettage des contenus : 5 000 € Confection et pose des plaques/flashcodes sur les bâtiments : 5 000 €	10 000 €
Développement de l'application pour un circuit numérique : 10 000 €	10 000 €
Total	Env. 30 000 €

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 16 : Réaménagement de la Rue Saint Jean et du front de mer

Contexte et objectifs

La Rue Saint Jean souffre d'une faible qualité urbaine, et notamment de cheminements piétons usés voire dangereux, sans continuité ni harmonisation.

A titre d'exemple, l'enquête clientèle réalisée dans le cadre du diagnostic commercial a mis en avant des aménagements urbains jugés peu satisfaisant pour près de 70% des répondants et une circulation piétonne jugée complexe par près de 60% de ces mêmes répondants.

Le front de mer du centre-ville, quant à lui, a d'ores et déjà fait l'objet d'un travail de revalorisation projetée, selon 3 séquences aux vocations propres :

Séquence 6 : aménagement du littoral et activités, hébergements touristiques

Séquence 7 : Esplanade en ville, patrimoine et art

Séquence 8 : Le quartier du port



Il s'agira donc pour la commune du Moule de réaliser les aménagements urbains nécessaires au développement effectif de ses ambitions.

Cette action vise à réaménager les deux secteurs phares du Moule, dans un contexte d'ambition forte de mise en tourisme de la ville, et en lien direct avec les actions en faveur du commerce (actions 9 à 15).

Mise en œuvre

- Etudes urbaines de réaménagement des deux secteurs, suivant les normes d'accessibilité, es chartes et les documents règlementaires en vigueur, mais également selon les ambitions portées par la ville :
- Pacification du centre-ville (redonner sa place au piéton et limiter celle de la voiture, mise à plat des trottoirs, travail autour du stationnement...)
- Valorisation touristique du front de mer
- Mise en œuvre des travaux de réaménagements

Arrêt sur image



Rue Saint Jean



Rue Saint Jean



Front de mer

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule

Budget

Besoins	
Travaux d'aménagement	Non déterminé

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 17 : Requalification du boulevard maritime au profit des modes doux

Contexte et objectifs

Tout comme le Front de Mer, le boulevard maritime a d'ores et déjà fait l'objet d'un travail de revalorisation projetée : il correspond à la séquence 5 du projet de valorisation du littoral.

L'objectif fixé dans ce document concernant le boulevard maritime relève de sa sécurisation et de son harmonisation. Si ces aspects s'avèrent d'une importance cruciale, il s'agit toutefois dans un contexte de mise en tourisme forte de la ville et de développement des connexions inter quartiers (arrivée du Royal Key) de développer l'ambition donnée à ce secteur à enjeux.

La présente action propose en ce sens de compléter la vocation donnée au boulevard maritime par celle d'une réelle promenade urbaine à destination des modes doux. La requalification de celui-ci devra proposer des espaces de déambulations larges et sécurisés, pour les piétons tout comme pour les cycles ou encore cyclopousses (action 13).

Mise en œuvre

- Etudes préalables puis travaux de réaménagement, en veillant notamment à :
- La largeur des espaces de déambulation permettant l'accueil ponctuel de pop up stores et/ou kiosques
- La sécurisation des espaces (bordures, différences de niveaux vis-à-vis de la route, éclairage...)
- La mise en place d'un mobilier urbain adapté (bancs ombragés et rétroéclairés, matériaux résistants aux embruns...)

Arrêt sur image



Aménagements Puerto Vallarta - Mexique



Mobilier côtier – Les Sables d'Olonne

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Région Guadeloupe

Maître d'œuvre : Région Guadeloupe et commune du Moule

Budget

Besoins	
Travaux d'aménagement	Non déterminé

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 18 : Etudes de programmation sur les tènements d'entrée de Ville Est et Ouest, réserves foncières stratégiques

Contexte et objectifs

Les entrées de ville Est et Ouest sont des réserves foncières très stratégiques, toutes deux propriétés de la ville, situées à proximité de la centralité du Moule et de surfaces importantes.

- L'entrée de ville Ouest est particulièrement stratégique pour tous types d'activités : sa localisation en front de mer et entre trois pôles majeurs à l'échelle de la ville (Royal key, centre-ville, zone de Damencourt), sa desserte optimale et sa grande visibilité en font un site clef pour le développement d'activités aussi bien commerciales que touristiques, ou encore résidentielles. Toutefois, les phases de diagnostic et de stratégie ont mis en avant des marges de manœuvre limitées en termes de développement d'activités commerciales hors du centre-ville et du Royal Key à horizon 5/10 ans, et ont pointé le secteur des Alizés comme pôle privilégié pour le développement d'activités et de résidences liées au tourisme.
- L'entrée Est de la ville est localisée en très grande proximité des sites touristiques du secteur des Alizés. Il semble de ce fait intéressant de développer ce secteur sur une typologie d'activités relevant des loisirs et/ou de l'hébergement. Toutefois, les phases de diagnostic et de stratégie ont mis en avant des projets d'ores et déjà importants en termes de développement d'hébergements touristiques sur ce secteur, et une difficulté de gestion des équipements de loisirs vis-à-vis d'une surface importante (secteur entre les deux plages).

Ainsi, si ces deux entrées de ville portent de très forts potentiels de développement, le contexte actuel et les nombreux projets à 10 ans de la ville induisent le maintien de ces espaces comme réserves foncières à horizon 5/10 ans. Le développement de ces deux entités ne devra en effet à aucun moment venir en contradiction et/ou en concurrence avec les projets de restructuration portés pour le centre-ville du Moule.

Mise en œuvre

- Réalisation d'une étude de programmation sur les deux entrées de ville, permettant de réévaluer le potentiel de développement vis-à-vis des aménagements et développements réalisés à 5 ans.

NB : à 5 ans, la commune du Moule pourra toutefois mettre en place des aménagements de type équipements publics modulables et réversibles sur l'entrée de Ville Ouest, afin de proposer une jonction de qualité entre le centre-ville et le Royal Key.

Arrêt sur image

Traduction sectorielle de l'ambition générale



Entrée de Ville Ouest

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 19 : Développement des entrées de ville Est et Ouest du Moule, à partir des conclusions des études de programmation

Contexte et objectifs

Les études de programmation réalisées au sein de l'action 18 devront permettre de fixer le potentiel de développement pour chaque secteur (habitant, commerce, tourisme, équipements publics) à horizon 2030.

En fonction du potentiel établi, il s'agira pour la commune du Moule de mobiliser ces deux réserves foncières pour des projets permettant de générer une réelle plus value.

Mise en œuvre

- Programmations et aménagements effectifs des entrées de ville Est et Ouest selon les conclusions des études de programmations (action 18).

Arrêt sur image



Différentes projections étudiées pour l'entrée de Ville Ouest

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule

Budget

Besoins	
Etude urbaine de programmation sur les deux secteurs	50 000 €
Total	Env. 50 000 €

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus



Marketing et animations

5 actions

Action 20 : Création d'une marque de territoire

Contexte et objectifs

La mise en tourisme du Moule passera par une promotion de la commune, de son offre d'hébergements et de ses différentes activités.

Le diagnostic touristique a mis en avant une méconnaissance du Moule et de ses activités : seuls 4% des touristes en Guadeloupe choisissent en effet la commune comme destination finale, bien qu'elle propose l'ensemble des activités qu'ils plébiscitent (activités balnéaires et nautiques, randonnée, pleine nature / mer...).

En parallèle, une offre importante d'hébergements touristiques va être développée dans les années à venir sur les secteurs des Alizés et du Royal Key. Afin de maintenir un taux de remplissage moyen (de l'ordre de 60%) pour l'ensemble de ces établissements, il s'agit de développer l'attractivité externe de la commune.

Cette action vise en ce sens, à court terme, l'introduction du concept de marketing territorial à l'échelle de la ville.

Mise en œuvre

- Création d'une marque territoriale mettant en avant les atouts de la ville, et déclinaison autour d'un logo et d'un slogan. Le processus de création de la marque territoriale devra intégrer au maximum les acteurs locaux et résidents du territoire (ateliers de travail, idées soumises à avis...)
- Appropriation de la marque par les acteurs locaux : reprise de la marque de territoire dans l'ensemble des documents de communication / promotion de la ville et de ses activités (Royal Key, gîtes, résidences de tourisme, activités sportives et nautiques, espaces balnéaires (les deux plages), commerces...).

Arrêt sur image



Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule

Budget

Besoins	
Création d'une marque territoriale et déclinaison	20 000 €
Appropriation par les acteurs locaux	Temps Homme
Total	Env. 20 000 €

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 21 : Relance et structuration d'une association de commerçants, artisans et professionnels du tourisme

Contexte et objectifs

La multipolarité du Moule d'un point de vue commercial (le centre ville et ses rues principales, les quartiers et leur offre de proximité, les espaces périphéries et le commerce de bord de route...) induit une unité complexe des professionnels.

Si une association structurée à l'échelle de la ville existait, la réalité géographique a mené celle-ci à se réorganiser il y a quelques mois autour des commerçants du centre-ville uniquement. L'association regroupe aujourd'hui plus d'une centaine de commerçants, mais reste toutefois très peu pro active (2 à 3 animations annuelles, dont le marché de Noël qui fonctionne mal).

En lien avec les différentes actions visant à compléter, valoriser et restructurer l'offre commerciale du centre ville (actions 1 à 5), les aménagements urbains attendus dans les secteurs marchands (actions 15 et 16 notamment) et la mise en tourisme du Moule attendue (afflux supplémentaire en centralité), cette action vise une promotion et une animation commerciale plus visible et plus performante. La présente ambition passe par la relance de l'association de commerçants, artisans et prestataires de services du centre-ville du Moule.

Mise en œuvre

- Définition du rôle de chaque intervenant
- Définition d'un plan d'intervention stratégique de l'association (voir action 22)
- Création d'une identité visuelle (logo, communication...) déclinaison de la marque de territoire de la ville (action 20)
- Communication offensive sur les réseaux sociaux (page Facebook actuelle à structurer, communication et spécifier)
- Soutien humain et relais des éventuelles problématiques ponctuelles de l'association par le manager de centre-ville (action 1)

Arrêt sur image



Page Facebook actuelle et dernières publications de l'association des commerçants du Moule

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Association des Commerçants, artisans et prestataires de service du centre-ville

Budget

Besoins	
Structuration interne (définition des rôles, planning d'intervention...)	Temps Homme
Création d'une identité visuelle	Env. 10 000 €
Total	Env. 10 000 €

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 22 : Elaboration et mise en œuvre d'actions de promotion et d'animation visant la clientèle touristique, et valorisant le commerce local et la ressource agro-alimentaires locale

Contexte et objectifs

La commune du Moule est caractérisée par :

- Une première spécificité en matière d'activités commerciales, avec un centre-ville marchand dense et très dynamique
- Une seconde spécificité autour de l'industrie agro alimentaire (canne à sucre, centre d'empotage de melons, rhumerie Damoiseau...)

L'ambition portée par la commune du Moule est celle d'une mise en tourisme rapide, quand en parallèle le diagnostic économique a mis en avant la faiblesse d'offre et d'animations destinées aux touristes en centre-ville du Moule (hors marché agricole).

En lien avec l'action 21 qui vise la restructuration de l'association de commerçants, artisans et prestataires de services du centre-ville du Moule, il s'agit de valoriser cette double spécificité communale, par des animations et actions de promotion spécifiques visant cette clientèle touristique attendue.

Mise en œuvre

• Définition d'un plan d'interventions stratégiques de l'association :

- Actions de promotion du commerce, de l'artisanat, des services et de la ressource agro alimentaire locale tout au long de l'année. Ces actions pourront être directement liées à la redécouverte de la ville par les résidents et les touristes, via les actions visant la restructuration de l'immobilier et les aménagements urbains phares (front de Mer, Rue Saint Jean...)
- Actions spécifiques lors des saisons les plus touristiques, dont un évènement phare annuel (voir action 23)
- Actions spécifiques en lien avec la tenue du marché agricole relocalisé en centre-ville (voir action 2) et les animations de la ville (Fête Patronale du Moule, feu d'artifice, Courir à Moule, ...).

Arrêt sur image



Bel bonjour !

" Brunch ô pèyi, c'est une expérience sensorielle unique en Martinique ! Des goûts, des senteurs, des textures, des mélodies, des couleurs ; des cadres pleins de charme qui sauront vous séduire, des mets atypiques qui régaleront vos papilles.

Plus qu'un Brunch, c'est votre expérience, alors venez la vivre avec nous ! "

Exemple d'animation permettant de valoriser la ressource alimentaire locale et les réaménagements effectués dans le cadre du plan d'actions économique

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule, Association des Commerçants, artisans et prestataires de service du centre-ville

Budget

Besoins	
Actions de promotion, actions spécifiques à destination des touristes, ...	70 000 € / an

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 23 : Création, mise en œuvre et pérennisation d'un événementiel commercial rayonnant à l'échelle de la Guadeloupe

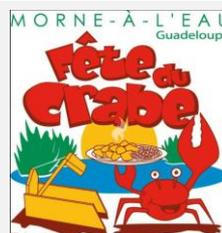
Contexte et objectifs

Dans un contexte de mise en tourisme important, la commune doit se positionner de manière spécifique vis-à-vis des autres communes touristiques de Guadeloupe. Or, le diagnostic a mis en avant une méconnaissance du Moule de la part des touristes, mais également une image très peu marquée « loisirs » (pourtant existants sur la commune) de la part des résidents de Guadeloupe. Au-delà de l'offre touristique et d'hébergement qui a vocation à être développée à horizon 10 ans au Moule, il s'agit de mettre en place un événement phare annuel rayonnant à l'échelle de Guadeloupe. Cet événement devra permettre à la commune de marquer un temps fort dans la saison touristique et de faire parler d'elle.

Mise en œuvre

- Définition d'un événement commercial de type « Caraïbe Food Festival » : journée autour de la gastronomie de la Caraïbe, invitation de cuisiniers locaux travaillant les produits locaux, animations musicales sur la journée...
- Test de l'évènement en saison touristique :
 - Communication « push » en amont de l'évènement, via les réseaux sociaux, le site web de la commune, l'office du tourisme du Moule et de Guadeloupe... et dans les différents lieux touristiques. La communication autour de cet évènement devra permettre de présenter la marque de territoire du Moule (actions 20)
 - Réalisation de l'évènement en lien étroit avec l'association de commerçants, artisans et prestataires de services restructurée (action 21)
 - Analyse des retombées de l'évènements, points positifs et axes d'amélioration
 - Modulation de l'évènement et pérennisation sur les années suivantes.

Arrêt sur image



Exemple d'évènements annuels phares autour de la nourriture

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule

Maître d'œuvre : Commune du Moule,

Partenaires : Office du Tourisme, Région Guadeloupe, Association des Commerçants, artisans et prestataires de service du centre-ville

Budget

	Besoins
Réalisation de l'évènement	80 000 € / an
Communication offensive	5 à 10 000 € / an

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus

Action 24 : Structuration d'un espace muséal et expérientiel en centre-ville autour du Carnaval et du folklore local de Guadeloupe

Contexte et objectifs

Dans un contexte de mise en tourisme important, la commune doit se positionner de manière spécifique vis-à-vis des autres communes touristiques de Guadeloupe. Or, le diagnostic a mis en avant une méconnaissance du Moule de la part des touristes.

En lien avec la création d'un évènement phare annuel pour la ville (action 23), il s'agit par cette action de créer une structure proposant toute l'année des expériences atypiques sur la commune du Moule, pour augmenter les raisons de venue sur site des touristes.

Le Carnaval est une véritable institution à l'échelle de la Guadeloupe, toutefois celui-ci se tient sur une période très courte, et induit de ce fait des retombées économiques et touristiques sur une très faible partie de l'année. Par cette action, il s'agit de capitaliser sur cette manifestation mondialement connue et d'en étendre les retombées.

Mise en œuvre

- Programmation du site pour un tourisme expérientiel : mise en avant du Carnaval tel qu'il existe aujourd'hui en Guadeloupe et de son évolution depuis sa mise en place (immersion dans l'ambiance, pose en tenues...) et du folklore local de Guadeloupe (initiation au Gwo Ka, chants, gastronomie, dégustation de Rhum, ...). Le site pourra également permettre la mise en valeur des produits locaux, et notamment du Rhum Damoiseau.
- Sélection du site approprié sur la commune : le site doit se trouver en centre-ville ou en grande proximité afin de développer les flux touristiques et de soutenir de fait l'ambition générale de la ville dans la revitalisation de la centralité. Les secteurs à étudier dans un premier temps sont : le quartier des pêcheurs, le front de Mer.
- Travaux d'aménagement du site et communication offensive

Arrêt sur image



Carnaval de Guadeloupe,
Gwo Ka

Portage des actions

Maître d'ouvrage : Commune du Moule / Région Guadeloupe

Maître d'œuvre : Commune du Moule/ Région Guadeloupe,

Partenaires : Office du Tourisme, Rhumerie Damoiseau

Budget

Besoins	
Programmation et sélection du site	Temps Homme
Travaux d'aménagement du site	A estimer en fonction du local retenu

Calendrier de réalisation

à 2 ans

à 5 ans

10 ans et plus