

Couverture

A QUOI REVENT LES JEUNES FILLES EN VILLE ?

Une chambre confortable et gaie, un coin cuisine, Un mini frigidaire, une table	= studio
Un fleuriste qui vend de jolis petits bouquets pas chers	= fleuriste
Vivre dans un quartier jeune, animé, ou A proximité immédiate de celui-ci	= centre ville
Plein de petits restaurants pas chers, sympas, Bien tenus et assez diversifiés	= restaurants
Un salon de thé où lire tranquille Et qui sert un bon petit plat le midi	= salon de thé
Une boutique où s'acheter stylos à bille Blocs notes, classeurs, cartes de vœux	= papeterie
Une boutique de livres très bien achalandée Et pas chers (livres de poche)	= pochothèque
Une bibliothèque bien achalandée	= bibliothèque
Des boutiques de fringues pas chères mais Diversifiées et avec de la couleur	= fringues
Un sentiment d'être en sécurité et que Personne ne viendra les embêter	= police
Fréquenter des homos car ils sont drôles Cultivés, mais pas dragueurs	= club gay ? (horreur !)

A QUOI REVENT LES JEUNES GENS ?

- A côtoyer les jeunes filles !

A QUOI REVENT LES VIEILLES DAMES EN VILLE ?

Disposer d'un hébergement simple, décent Tranquille, avec plein d'étagères	= petits appartements
Mais aussi : disposer d'un espace de convivialité A quelques minutes à pieds	= centre ville
Bavarder avec des amies du même age, Qui partagent les mêmes soucis (mais où ?)	= centre ville
Mais aussi profiter du spectacle d'une Jeunesse de qualité qui s'amuse	= centre ville
Se promener au marché, et en ville pour faire les courses Et pour passer le temps	= lèche vitrines
Etre rassurées de la présence d'un équipement Hospitalier de bonne qualité	= médecins
Mais aussi pouvoir dîner tôt Dans un restaurant et pour pas cher	= menu vermeil
Bénéficier des services d'une dame de compagnie Pour faciliter la vie	= aide ménagère
Ne pas avoir besoin d'une automobile Pour effectuer chaque déplacement	= proximité
Recommander un bon petit hôtel Pour quand les enfants viennent en visite	= restaurants **
Danser au bal du 14 juillet, ou au nouveau kiosque Dans les bras d'un galant Jovinien	= bal populaire

... et à être des jeunes filles ...

A QUOI REVENT LES VIEUX MESSIEURS ?

A côtoyer les jeunes filles !

Ce qu'il ne faut pas oublier

A QUOI REVENT LES HOMMES D'AFFAIRES ?

(... aux jeunes filles ? ...)

Qu'une jolie hôtesse les accueille avec un regard
plein d'une respectueuse admiration

Qu'elles les appellent « Monsieur le Président »
quand ils sont présidents de quelque chose !
Qu'elle les appelle « Monsieur le Président »
quand ils ne sont que vice-président ?

Par ailleurs

Des restaurants très chers pour dîner
quand c'est leur société qui règle la facture

Des restaurants pas chers pour dîner
quand c'est eux qui payent de leur poche

Des restaurants très chers
quand on les invite es-qualité, en tant que « Président »

Des restaurants pas chers, mais « tellement amusants »
quand c'est eux qui invitent

Des boutiques très chères pour y rentrer
sans rien acheter en jouant « Le Président »

Des boutiques pas chères pour ramener
un petit souvenir « amusant » à leur épouse

Des restaurants et des boutiques encore moins chères
quand ils ne sont pas « Président ».

Nous avons, sans avoir l'air, décrit les traits d'un « en ville » tels que les gens
en rêvent sur une musique de Chostakovitch !

Plan

- **A quoi rêvent les jeunes filles ?**
- **Les titres auxquels vous avez échappé**
- **C'est quoi un centre ville ?**
- **Comment faire progresser le commerce et l'artisanat dans un centre ville ?**
- **Joigny un éclatement d'ensembles vides**
- **Parti pris pour résoudre Cortel**
- **Constat douloureux**
- **D'où vient la nécrose ?**
- **Indignités**
- **Joigny, une vraie carte postale**
- **Ce qui a tué le commerce, et ce qui aurait pu le faire croître**
- **Méthodologie et remerciements**
- **Métamorphoses de la consommation et barre de Caïn**
- **Enquête quantitative sur les évasions**
- **Enquête qualitative**
- **Joigny, une ville à qui il ne manque rien**
- **Prestige à Joigny**
- **Le pouvoir C**
- **Quel nom !**
- **Challenge**
- **Réanimer par l'animation**
- **Critères de séduction**
- **Structuration du projet**
- **Créer un dispositif Jovinien**
- **Définition des équipements classiques**
 - **quels commerces**
 - **quelle stratégie**
 - **les Comptoirs de Joigny**
 - **la carte Passe – Muraille**
 - **communication**
 - **horaires d'ouverture**
- **Définition des équipements phares**
 - **thème central**
 - **la jument verte**
 - **autres échoppes**
 - **animations**
 - **humanités**
 - **diverses créations**
- **Définition des touches d'aménagement**
 - **le décorum**
 - **la couleur**
 - **la gueule des commerces**
 - **la chaussée**
 - **lieux informels**
 - **quelle circulation**
 - **le stationnement**
 - **le pont et sa place**

- les trottoirs de Ragobert
- le quai Leclerc
- la rivière
- entrées de ville
- Patchwork d'actions
- Fin de mission
- Conclusion

Les titres auxquels vous avez échappé :

- la rue Mortel
- mortelle indifférence
- ensemble vide
- indifférences
- la belle endormie
- la belle au bois dormant
- ankyloses

Quelques questions apéritives : C'EST QUOI UN CENTRE VILLE ?

C'est l'endroit matérialisé où l'on se rend quand on dit « je vais en ville ! »

- on y « bade »
- on peut y faire un tour, au moins 20 minutes
- où il y a au moins 4 ou 5 magasins de fringues
- on peut s'y arrêter pour boire un verre / un thé
- on peut y faire un « cinoche » en fin d'après midi (grande ville)
- un petit bistrot où manger avec les copines
- des magasins de cartes, gadgets, objets insolites
- on y trouve l'utile et surtout le superflu
- où « je peux dépenser quand j'ai un coup de cafard »
- où je trouve « mes grands, mes pontifes » : le pâtissier, le charcutier, le bijoutier, ..., bref, ceux chez qui je ne peux pas faire autrement d'aller acheter quand j'ai un grand dîner ...ceux qui valorisent mes grandes occasions
- où je peux montrer à mes amies parisiennes, ou à des copains étrangers de mon mari, ou à des clients : quelque chose de beau, quelque chose de bien ou quelque chose de bon dans la ville

Un centre ville, c'est avant tout un endroit où on peut dire « **je vais en ville** », un endroit où l'essentiel et le superflu sont présents, et le client valorisé.

Un centre ville doit émettre **une musique intérieure**, un pouvoir culturel,
Pardon un pouvoir **C** !

Ce sont là les ferments pour la revitalisation de petites villes et villes moyennes, ou pour des quartiers de grandes villes !

COMMENT FAIRE PROGRESSER LE COMMERCE ET L'ARTISANAT DANS UNE VILLE AUJOURD'HUI ?

Sans être grand clerc, on doit dire, qu'il faut travailler :

- ❑ A faire progresser le nombre d'habitants de la ville (classique, mais ce n'est pas notre sujet)
 - En augmentant le nombre d'activités de la ville
 - En augmentant le nombre d'entreprises de la ville
 - En augmentant la séduction et l'attraction de la ville
- ❑ A faire progresser le pouvoir d'achat des habitants de la ville
 - En aidant les entreprises à faire plus de CA,
 - En vendant la Ville
 - En augmentant ainsi la capacité de revenu et l'accessibilité à des revenus plus forts (Ben voyons !)
- ❑ A faire progresser la légitimité des commerçants (Ah mais oui !)
 - En les confirmant dans leur image de professionnels
 - En les confirmant dans l'attraction de leur offre commerciale
 - En ayant les marques qu'il faut !
- ❑ A casser le sillon creusé entre les consommateurs et les grandes surfaces :
 - En réapprenant aux consommateurs à venir au centre des villes
 - En diminuant, par comparaison, les atouts des hypermarchés
 - En communiquant et en animant
- ❑ En recréant ce qu'on appelle « en ville » :
 - En réensemencant des commerces qui sont dans les évactions majeures
 - En réimplantant des commerces adaptés à ce que nous voulons faire,
 - En recréant un endroit où on a envie d'aller !

Première idée claire:

Revitaliser le commerce du centre ville passe par une notion de patchwork de fonctions.

Deuxième idée claire:

Il faut démarrer toutes les pièces de ce puzzle, **en même temps**, si nous voulons avoir une chance de réussir, et créer une mayonnaise !

UN ECLATEMENT D'ENSEMBLES VIDES

❖ JOIGNY Centre Ville est composée de plusieurs parties commerciales :

- « Gambetta Mc Drive »,
- « Sur les quais »,
- « Cortel ».

La première s'utilise en « achat flèche », en double file, triple file (un achat flèche se caractérise par un produit bien déterminé qu'on vient acheter dans un magasin bien déterminé). Hors deux ou trois commerces, **on ne badera pas à Gambetta !**

« Sur les quais » est le parfait exemple de commerces « croisée des chemins » qui vivent parce qu'ils sont bien situés et qu'ils se remplissent au gré du marché. **On ne bade pas sur les quais.**

« Cortel » s'utilise en achats flèche, respire la transparence et *sent le délaissé*. **On ne bade plus à Cortel.**

Hors la ville le complexe Intermarché est un endroit où l'on vient faire ses courses dites alimentaires, chercher son bricolage et se fournir en vêtements bas de gamme et bas de gamme plus. **On y baderait presque !**

❖ JOIGNY est composée de plusieurs points d'attraction à remplir :

- Le château des Gondi,
- La Caisse d'Epargne,
- Quelques maisons à pan de bois,
- La place Jean de Joigny.

Nous verrons plus loin, lors des interviews consommateur et les analyses réalisées que JOIGNY est

une pièce de théâtre connue en quête de personnages et d'histoire !

QUEL PARTI PRIS POUR RÉSOUDRE CORTEL ?

La problématique de la rue Cortel pourrait se résoudre de deux façons :

- ✓ **la solution résidentielle** : on « retape la rue », on la transforme en belle rue montante avec de petits appartements, des façades ravalées, quelques fresques de très bon goût, du mobilier urbain et quelques statues sympas (on essaye de replacer les commerçants sur les quais et à Gambetta). Pourquoi pas, mais cela signifie qu'on a estimé que Cortel ne pouvait plus être commerciale, et qu'on a pas pris conscience des fonctions de Cortel !
- ✓ **la solution « Pouvoir C »** : je ne vous expliquerai pas encore ce qu'est le Pouvoir C, mais ce choix là signifie qu'on estime que Cortel est multifonctions, qu'elle peut avoir un développement commercial, qu'on la transforme en belle rue montante, qu'on y replace des commerces et qu'on engage un grand dessein avec émulsion.

En tous les cas, nous découvrirons plus loin qu'il est impossible de ne demander à M Chemetov que de l'aménagement !

LA RUE CORTEL PEUT ELLE ÊTRE A NOUVEAU COMMERCIALE ?

Pour répondre à cette question, nous avons réalisé une véritable étude **d'impact** (interview de consommateurs en méthode quantitative et très grosse analyse qualitative) sachant que notre but était de savoir « si la terre était cultivable et quelle plante on allait y faire pousser ».

Il y a des terres arides, belles et chaleureuses, capables d'accueillir la truffe, gemme des pays pauvres, la vigne ou l'olivier. Il y a des terres riches, capables d'accueillir les blés !

On peut déjà vous dire tout de suite que sur ces coteaux, JOIGNY a le potentiel pour accueillir des commerces qui marcheront (mais pas n'importe lesquels) et que dans ces plaines, elle pourrait cultiver des blés.

Ne croyez pas par contre que vous pourrez développer votre commerce simplement en faisant une belle rue Cortel, que ça soit par un grand architecte ou non, si vous ne mettez pas en place un véritable **dispositif** !

Tout va être basé sur la notion complexe d'animation : il y aura

- ce qui dépend du commerce : les bons commerces avec **un assortiment** sur lequel il ne faut pas se tromper
- ce qui dépend de la culture : la culture n'est pas simplement les expositions et les musées, mais le pouvoir d'attraction général, **les alibis de « j'y vais »**
- ce qui dépend du cadre : il y aura une véritable **mise en scène** à mettre au point
- ce qui dépend des clients : CORTEL aura à **effacer des casseroles**, des images et à s'occuper de la quotidienneté des clients et de leur superflu.

DOULOUREUX

Il y a la rue où il aurait fallu vendre il y a 5 ans : Cortel.

Il y a la rue où il faudrait vendre maintenant : Gambetta.

Il y a la rue où il faudra vendre dans 3 ans : Le quai du Général Leclerc.

Il y a la rue où il faudra vendre dans 5 ans : Quai Ragobert.

Ces affirmations sont issues des commerçants, des professionnels de l'immobilier, ou de l'opinion des "tout venant".

Elles expriment bien la foi que les indigènes portent en leur ville, et qui sonnent un paradoxe lorsque la majorité des personnes interviewées déclarent qu'il fait bon vivre à JOIGNY et que ça va très bien comme cela, comme si finalement **plus personne n'avait d'exigences commerciales !**

Bref, tout le monde s'est organisé entre AUXERRE, SENS, TROYES, les hypermarchés de JOIGNY et de MIGENNES, et les grandes surfaces spécialisées d'AUXERRE.

Pourquoi aurait on besoin d'un magasin de sport, puisqu'on peut aller chez Décathlon ? Pourquoi réimplanter du prêt à porter masculin, puisqu'on peut trouver des marques à TROYES, bader à AUXERRE, ou aller chez Bourreau à MIGENNES.

Nous nous poserons donc la question de savoir s'il y a un **marché potentiel** à JOIGNY.

POURQUOI CORTEL S'EST ELLE NÉCROSÉE EN SI PEU DE TEMPS ?

Toutes les raisons qui vont suivre sont dans doute vraies pour la plupart, fausses pour certaines et peu influentes pour d'autres :

- ✓ Les commerces se mettent à la croisée des chemins, ainsi, la rue Jacques d'Auxerre et la rue St Jacques autrefois très commerçantes quand elles étaient routes, ont vu disparaître tous leurs commerces, surtout quand les remparts ont été détruits pour y creuser d'autres voies. Toutes les villes de France et de Navarre connaissent cette histoire. (v)
- ✓ La rue Cortel n'est plus un chemin mais une impasse débouchant sur un ensemble qui ne remplit pas ses fonctions d'attraction. (v)
- ✓ La rue Cortel débouche sur un rond point qui ne remplit pas sa fonction d'entrée de ville ancienne. (v)
- ✓ Beaucoup de commerçants phares ont pris leur retraite : Rousseau, Toulouse, etc ... (v)
- ✓ Certains commerçants se sont dits que la rue perdait de sa substance et on accéléré sa chute en se déplaçant sur les quais (Favard, Dupechez, et quelques autres). (v)
- ✓ Beaucoup de commerçants n'étaient pas à la hauteur, et portaient injustement le nom de commerçants. (v)
- ✓ Un manque d'animations chronique. (v)
- ✓ La déviation de JOIGNY (c'est vrai à court terme si on est capable d'apporter la preuve que beaucoup de véhicules s'arrêtaient ... mais c'est surtout faux à moyen et long terme, car l'asphyxie est plus terrible que les quelques clients que l'on puisse gagner). Beaucoup de villes ont réussi à palier les effets d'une déviation par des mesures d'accompagnement anticipées (rénovation, communication, animation). (f)
- ✓ « C'est à cause de la piétonisation » (f) La piétonisation devait s'accompagner dans le temps de mesures telles que rénovation, communication, animation, pouvoir C. La piétonisation dans une ville en lanières, devient inéluctable même s'il y a très peu de places de parking immédiatement collées à cette rue. Nous verrons plus loin qu'il est impossible de revenir en arrière et qu'il n'y a pas d'après les consommateurs un vrai problème de parking.
- ✓ La rue qui monte au kilomètre historique et le kilomètre historique n'émettent pas de pouvoir C. (v)
- ✓ JOIGNY est coincée entre SENS et AUXERRE (f) (et alors ? JOIGNY a une zone de chalandise de 50 000 âmes qui s'évadent).
- ✓ La pauvreté et l'insalubrité de nombreuses maisons et appartement ont entraîné des loyers peu chers accessibles à une clientèle pauvres, de RMistes, voir de marginaux ! (v)
- ✓ Les assortiments ne correspondent plus à l'image que pourrait véhiculer la ville et ont tendance à s'accélérer vers le bas (tout ce qu'il ne faut pas faire !) (v)
- ✓ Certaines têtes de médian se sont déplacées vers le bas ou sur les quais : la mairie et la caisse d'épargne ! (v)

- ✓ Un centre commercial Intermarché qui, même si il est **nécessaire et indispensable** au caractère de modernité que doit avoir Joigny, est définitivement mal situé : les consommateurs du sud de Joigny n'ont plus besoin de traverser le pont, s'ils pouvaient avoir encore un intérêt à le faire ! Cet hypermarché aurait dû ou se moderniser sur place, sans agrandissement (rien ne le justifiait sinon s'emparer d'une partie de ce qu'on appelle le non food, ce qui était son intérêt mais pas celui de la ville), ce qui avait l'avantage de le laisser dans la ville, de le situer en tête de médian dans l'alignement fabuleux, dont il faudrait profiter un jour : gare-place Jean de Joigny ! Ou bien de le placer quelque part à l'est de la Madeleine en contre feu des hypermarchés et supermarchés de Migennes. (v)
- ✓ Le Vetimarché était nécessaire face à l'absence de certaines gammes (v)
- ✓ Le Bricomarché était-il nécessaire dans une ville où il y a Crouzy, Puynège et autres entreprises de ce style les joviniens trouvaient tous ce qu'ils leur fallait et pouvaient se dépanner chez Godard ? La réputation en prix n'était pas mauvaise. Le marché potentiel n'est pas suffisant pour ne pas faire perdre 30 ou 40% du chiffre d'affaires à ceux qui sont en place ! (v)
- ✓ En matière d'urbanisme, il aurait fallu pouvoir avoir une **circularité complète** entourant l'amande de la vieille ville : Guimbarde, Porte-Percy, lesire-lacam, boulevard du nord, (paf ! on a le théâtre qui bouche cette circularité naturelle), quai Général Leclerc, quai Ragobert, Dragon. Cette circularité aurait pu permettre certains aménagements de « **porosité** » : Davier, porte de bois, tour carré, Jacques d'Auxerre, pêcherie, étapes, boulevard du Nord , saint Jacques. (v)
- ✓ Des trottoirs pas assez larges quai Ragobert et Dragon (v)
- ✓ Des parkings de proximité dans le centre ville, trop peu nombreux, pour être occupés par des voitures tampons des habitants et pour ne pas être classés en arrêts 10 min. (pi)
- ✓ Un manque évident de séduction, dans une ville « carte postale » faite pour le charme ! (v)

DES « INDIGNITES »

Avant de faire un travail de réaménagement quel qu'il soit, nous devons de toute urgence prendre conscience de ce que nous avons tous les jours sous le nez, mais qui est inacceptable de laisser en l'état, et dont on prend conscience en allant en Alsace, au Pays basque, en Suisse, ou en Bavière. (ce que nous appelons entre nous le « traitement Teuton » !) Toutes les bonnes excuses ne tiennent pas devant l'opinion des consommateurs, des visiteurs, **de ceux qu'on voudrait retenir sur la ville**, cadres, investisseurs, par exemple. Il faut donc se débarrasser très vite de ce qui nuit à notre image. Vous n'imaginerez pas de vous présenter à quelqu'un avec une grosse tâche louche sur votre cravate, un « loulou » étonnant et maladif au coin de votre nez, un col de chemise douteux. On dirait de vous que vous n'êtes pas net !

- les câbles EDF, comme dans beaucoup de villes défigurent de nombreuses façades de maisons.
- L'éclairage, malgré de nombreuses améliorations n'est pas à la hauteur dans beaucoup de quartiers : ce qui rend lugubre et non avenant des rues qui devraient l'être.
- Des bistros « spécialisés poivrots » aux toilettes indescriptibles !
- Les crottes de chiens (grand classique urbain), il n'y a que les « dogs gloves » !
- L'insécurité à certaines heures de la nuit, mais aussi les agressions verbales de certaines clientèles.
- Des poubelles étonnantes par exemple rue de la Mortellerie ou Henri Bonnereau
- Des convois exceptionnels qui traversent encore sur ce vieux pont plein de charme !
- Des entrées de ville qui n'existent pas (par exemple en venant de l'autoroute on a plutôt l'impression de rentrer dans une ville spécialisée en fabrication de pelles mécaniques) ou bien des panneaux présentant la ville avec en haut à droite un timbre-poste « Ville d'Art et d'Histoire » et en bas en énorme « Camping municipal »
- Un trou à rats de la SNCF quand on entre dans la ville par la route d'Auxerre
- Une chaîne accueillante à l'entrée de la rue épicienne de Joigny
- Un misérabilisme dans les façades et les toits de trop nombreuses maisons de la rue Cortel

Mais aussi :

- Des vitrines non professionnelles ou d'un autre temps,
- Et certains commerçants dont l'amabilité va avec !

ENFIN UNE VRAIE « CARTE POSTALE »

Toutes les petites villes de France se retrouvent sur le terrain de la déperdition économique et identitaire : les unes ont perdu leur identité ouvrière, d'autres autrefois à la mode, se voient abandonnées, beaucoup ont leur image bourgeoise qui s'effrite et leur pérennité économique menacée. Enfin, la plupart véritables capitales rurales, perdent tout, population agricole, nationales au profit des autoroutes, et subissent l'exode rural.

JOIGNY exhale un parfum fort, qui ne demande qu'être transformé en arôme ... Et pourtant la vraie question qui se pose est « Y a t il une identité jovinienne ? » (Question d'autant plus **absurde** que cette ville est connue dans le monde entier.

Cette notion d'identité est difficile à cerner, car c'est toujours un mélange diffus d'histoire, de nécessité économique, de ruralité, de parisianisme, de nouveaux quartiers, de nouvelles populations, d'anciens ... et pourtant, tout cela a semblé tourner le dos aux données traditionnelles.

Nos bourgeois, eux-mêmes, ont passé la tête hors les murailles pour plonger leur regard dans les saveurs d'autres villes, les consommations sont devenues **mobiles** sur un territoire beaucoup plus vaste de Paris à Troyes, de Sens à Auxerre.

A JOIGNY, il y a deux attitudes du jovinien : il y a une identité pour soi, et une identité pour les autres. Pour les autres : contemple t-on le spectacle des touristes en « Gourmandise », celui des résidents secondaires ou celui de ceux qui agissent. Pour soi : a-t-on réellement besoin de tout cela ? Ou cela proviendrait-il d'une mauvaise image de soi ? Quelle est cette « neu-neu » qui nous possède ? Quel est cette espèce de « manque d'exigences », jusqu'à l'indifférence, qui nous empêche de conquérir notre territoire, qui nous ankylose ?

Vous verrez plus loin que pour palier à ces manques identitaires, certains ont opté pour une réponse ambiguë : faute de croire [en soi] en son territoire, voulons nous nous donner une image de nous caractérisée par « l'écart » ? – « **est-ce que ça me concerne** » ? - C'est ainsi que l'on a l'impression que certaines populations ont loupé une marche ou un train. Il n'y a pas de passions, pas de guerre réelle classique comme ailleurs, d'anciens contre les modernes, de valétudinaires à pouvoir contre cacochymes à jeton de présence, de jeunes contre jeunes cons, de dedans contre dehors, d'hier contre demain, de futur contre les antérieurs, de preneurs de tourisme contre fauteurs d'industrie, de Mimile contre savants, et **bon sang quelle énergie n'est pas dépensée à attaquer l'action !**

Sommes nous fatigués d'avoir essuyé cinq sièges, d'avoir été bombardés, inondés, explosés ?
Voulons nous profiter de notre ville tant qu'elle est morte ?
Pourquoi n'avons nous pas la révélation « de la fragrance de JOIGNY » ?

Pourquoi ne sommes-nous pour l'instant que « calme et douceur », qu'un « gros matou assoupi* » ?-

Et pourtant, après 73 villes étudiées, mon équipe et moi-même sommes intimement convaincus de la **puissance** que peut dégager JOIGNY.

JOIGNY est un des sujets les plus simples et les plus lisibles qu'il nous ait été donné d'étudier.

(* DELPAL)

Comme une carte postale

JOIGNY, tu dois savoir que tu es belle comme une carte postale.

JOIGNY, tu n'es pas au fin fond d'une vallée du Massif central ou de la Creuse !

JOIGNY, tu as la chance d'avoir des ensembles à remplir.

JOIGNY, tu es un gué aux vins, un coteau de la gourmandise, une vieille ville à bader.

JOIGNY, tu es faite pour les amoureux, les romantiques, et même si les tilleuls ont disparu du « sentier galant » parallèle à la Guimbarde, tu es capable de déclencher de l'imaginaire !

JOIGNY, tu es une destination en puissance de tout ce qui tourne autour de la table !

Jovinien, ne laisse pas ton attentisme être la cause des progressions d'Auxerre, de Sens et de Troyes, de celle d'Intermarché ou de Leclerc, des satellites de Carrefour ou d'Opéra.

Joviniens, pourquoi Cortel est -elle dans cet état ? Est-ce, aujourd'hui la matérialisation, le portrait à la Dorian de tes indifférences, de tes « laissons faire les autres » (mektoub) ?

Tous de hurler de concert « *il n'y a pas d'argent en Jovinie* » (f) (*une paille ! 3 milliards de francs*), *on est bloqué entre Sens et Auxerre* (f), *on a trop de grandes surfaces, des problèmes de parking* (f), *on est une trop petite ville* (f), *on s'y ennueie, on a perdu de grosses entreprises, on a les voyous, Lorain ça ne nous apporte rien* (f), *y a rien à voir à Joigny* (f) ... *quelques vieilleries faisables en une ½ heure,* »

Autrefois les Auxerrois, jaloux, nous disaient que notre vin était de Brie, alors que nous avions un des plus grands vignobles, que nous n'étions pas des bourguignons, mais des champenois, tant mieux, si bourguignons/champenois, nous sommes à la frontière de l'Orléanais, de la Bourgogne, de la Champagne et de l'Ile de France.

Certaine de nos hésitations ont été historiques : on a refusé le chemin de fer, Migennes l'a accepté, les bourgeois refusèrent le marché, le cuirassier Hück, l'a abouti ...

Merci à Arnoult d'avoir trimbalé le bras droit de son frère et quelques nonosses !

Merci à Etienne Porcher d'avoir sauvé le roi et soutenu les « dames-passantes ».

Merci à Davier de sa misogynie et d'avoir élevé les garçons.

Merci à Carnot, Anna, pour son féminisme et à son mari « qui, lui seul, doit savoir pourquoi elle ne lui a rien légué ... »

Merci à Madeleine Sophie d'avoir éduqué les filles du monde entier : lire, écrire et coudre.

Merci, à la « Gretz de Dieu » d'avoir été formé par St Vincent.

Aux dames patronnesses et à celles qui « passèrent » rue du loquet.

Merci à Camille Delpy ou à Hardy ...

A Monsieur et Madame Thibault pour « l'oiseau qui chante ».

Merci à Irène et à Jorge ... à Caselli et Cordier.

Merci à Lap et à Marcel pour leur esprit critique.

Bref, on a une ville bourrée de souvenirs, nostalgique comme tout, noyée dans les vignes actuelles et futures, mystérieuse à souhait de venelles en traboules, de caves en pan de bois, avec des monuments qui ne demandent qu'à vivre et attirer toutes ces clientèles pilotes qui seront-elles mêmes imitées par les Icaunais.

Les Joviniens doivent à nouveau se reconnaître en JOIGNY.

JOIGNY n'est pas une ville quelconque, **JOIGNY** peut se permettre un projet de conquête.

JOIGNY n'est plus le « lève tard » de la Bourgogne.

Cortel est la pierre angulaire de tout Joigny !

La topographie de JOIGNY et la position de Cortel, font de cette rue la **pierre angulaire** de la ville. Vous avez compris que revitaliser Cortel est une étape indispensable à l'expansion de JOIGNY, comme revitaliser Cortel passe par une **stratégie globale, synergique, et dans une unité de temps et de lieu.**

Si vous pensez que Cortel la commerciale est différente du kilomètre historique, vous n'avez aucun espoir de la voir s'épanouir !

Quand je parle d'unité de temps et de lieu, je parle bien de **théâtre et de mise en scène.**

L'histoire, qui va suivre et qu'on va vous raconter peut être synthétisée de la façon suivante :

- Une conjonction de phénomènes a nécosé Cortel.
- **JOIGNY peut** récupérer des commerces.
- Cortel en sera sa partie **noble**.
- On ne peut réimplanter des activités commerciales et des activités à pouvoir **C...** que si on **prépare le terrain et on rénove.**
- Que si on plante un phare au milieu !
- Que si en **même temps et au même moment, on met en scène et on anime.**
- Que si on choisit bien les occupants afin que leur **activité** soit bien **adaptée** à ce qu'on veut faire ?
- Que si on ne s'intéresse qu'aux autres Icaunais et aux visiteurs de JOIGNY pour que, par **contamination** les Joviniens reviennent dans les commerces qui vont être créés.
- Que si on attire ces clientèles par des points d'attraction ou des événements bien spécifiques ?
- Que si pour chaque item de la stratégie on a mis à la tête de la **Task Force** un vrai leader.
- Que si tout de suite, avant et après, on communique et on **vende**
- Que si on réalise trois actions fondamentales : la **place du pont** et l'entrée Cortel, le **stationnement express** à des endroits précis, une **pénétrante semie-piétonne** quelque part (chut ! tout à l'heure !)

Il faut qu'il y ait plus au futur plus de JOIGNY dans Cortel qu'actuellement de Cortel dans JOIGNY ! La réussite passera par la **foi** et la **rage** !

Ce qui a tué le commerce

Tout ce qu'on a vu plus haut !

Ce qui aurait du le faire croître :

- une ville bourrée de charme dont on ne jouit pas !
- un potentiel d'animations et de pouvoir **C** tellement évident !
- une zone de chalandise de 50 000 habitants ! **suffisante** pour y faire vivre, sans aucun doute 5 à 6 « magasins de fringues », 2 ou 3 chausseurs, 2 ou 3 artisans d'art, une belle brasserie caveau et tout ce qu'on va voir,
- 25 000 personnes qui viennent dans les établissements de Messieurs Lorain,
- 3 500 personnes qui partent de JOIGNY en Pénichettes et y reviennent
- 3 000 autres qui la traversent pour se dépêcher d'atterrir à Auxerre
- des entreprises et une vie économique qui vont beaucoup mieux qu'avant
- une ville qui a magnifiquement évolué dans certaines de ses réfections
- un marché qui est à la fois la meilleure des choses, parce que c'est un théâtre de vie qui deux fois par semaine anime JOIGNY et la pire des choses, car deux jours de marché suffisent pour faire ses provisions de légumes, fromages, poissons... C'est aussi le lieu où beaucoup de nos commerces de bouche doublonnent.
- Un potentiel extraordinaire quand on remplira les ensembles vides !

Pour toutes ces raisons, et celles que l'on va voir dans un instant avec les évactions, il n'y a strictement aucune raison, à part la nullité professionnelle, la non-communication et l'absence d'animation, pour que le commerce futur de Cortel ne marche pas.

Les fonctions de Gambetta et de Cortel, seront très différentes : Gambetta sera un faubourg commercial, utilitaire et moyen de gamme, dans le cas où jamais nous n'arriverons à faire une ligne droite d'un seul tenant de la gare à Jean de Joigny. Attention, utilitaire et moyen de gamme ne signifie pas bas de gamme, et il n'y a aucun jugement de valeur là dessus. Sachons simplement que le commerce de Joigny a surtout besoin d'un « **pull** » vers le haut grâce à Cortel, et d'un « **push** » vers la vieille ville par Gambetta et les quais. Dans le cas où nous arrivons dans quelques années à ce que le pont ne sépare plus la ville en deux et que nous ayons un seul tenant, alors le push de Cortel fera « rhizome » et toute l'avenue présentera toutes les gammes de =+ à ++.

Les grandes surfaces alimentaires, indispensables signes de modernité pour une ville, remplissent leur fonction et leur assortiment, en non alimentaire, s'étage de - - à =.

Seulement actuellement, il n'y a pratiquement rien à voir à Cortel, rien à y faire, cette rue martyre traîne des casseroles et des syndromes qui s'effaceront très vite comme un clou en chasse l'autre, avec un beau projet !

Ce projet ne pourra être viable que dans un **anoblissement**.

MÉTHODOLOGIE ET REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier toutes les personnes qui nous ont accueillis et avec lesquelles nous avons travaillé.

- Les 212 personnes interviewées par téléphone : avec elles nous avons voulu évaluer les évasions commerciales de JOIGNY, les commerces qui manquaient et que l'on pourrait replacer.
- Les 260 consommateurs interviewés en ville par nos deux sociologues Sophie COURT et Esthel THOLOMET, les personnes qu'elles ont elles mêmes interviewées :
 - Monsieur Paswlowich
 - Monsieur Deschamps
 - Monsieur Le Gailliard
 - Mademoiselle Repérant
 - Mademoiselle Patouret

à la mairie

Ainsi que : L'Office du tourisme, les AVF (Joigny Accueil),

- les participants à la table ronde des consommateurs :

Gérald

Isabelle

Gaëlle

Claudine

Bernadette

Denise

Eric

Annick

Catherine

Christelle

Brigitte

Marie Louise

- L'ensemble des commerçants de la rue Cortel
- La presque totalité des commerçants de Ragobert et de Général Leclerc
- La grande majorité des commerçants de la rue Gambetta

Mais aussi par ordre d'apparition à l'écran et interviewés par mes soins :

- Monsieur SINOT
- Monsieur PROLY
- Monsieur FAILLAT
- Madame JOFFRE
- Monsieur et Madame DUSSAULT
- Monsieur et Madame BERGER
- Madame GOTARD
- Monsieur BEDARIDE
- Monsieur GAUDISSERT
- Monsieur LEPOURCELET
- Madame BARBILLON
- Monsieur et Madame MARJOLAINE
- Madame Odile
- Monsieur LARQUETOUX
- Monsieur et Madame BERTRAND
- Monsieur COURTAT
- Monsieur CADARD
- La collaboratrice de Monsieur FOURNIER
- Monsieur et Madame SPAFIDES
- Monsieur QUINET
- Madame LAZARE
- Monsieur BILLET
- Monsieur HARNYST
- Madame GILLOT
- Monsieur et Madame FAYE
- Madame LAHAYE
- Monsieur et Madame LAUDE
- Monsieur et Madame GATEAU
- Monsieur MAITREJAN
- Madame CRAHE
- RICHARD
- Monsieur ARAB
- Monsieur et Madame DE NAPOLI
- Monsieur Le Maire Philippe AUBERGER
- Monsieur et Madame GODARD
- Monsieur CHRQUI
- Messieurs Michel et Jean Michel LORAIN
- Monsieur Robert LENNOX
- Les clients que Messieurs LORAIN m'ont présentés
- Monsieur MACAISNE
- Mademoiselle ARNAUD
- Mademoiselle HUET
- Monsieur PORTAL
- Monsieur LE GAILLIARD
- Monsieur ORTEGA
- Maître DUTERTRE

- Monsieur JOURNEAU
- Madame BOURRASSIN
- Monsieur COMPAREZ
- Monsieur WAGON
- Monsieur FOULON
- Monsieur JACQUEMAIN
- Monsieur GRELIER
- Monsieur BARRA
- Madame ROSIE

Je m'excuse auprès des personnes suivantes que je n'ai pas pu rencontrer : Monsieur MORESK, Monsieur BERAU, Monsieur LEPAGE, Monsieur CHARLOT, Monsieur ALLEMAND.

Merci à tous les commerçants de la rue Cortel qui ont accepté de venir à la table ronde des commerçants le vendredi soir et de passer 4 heures avec nous.

Dans la suite de ce rapport, chaque fois que nous citerons quelqu'un, cette citation sera *en italique*.

AVERTISSEMENT DES REDACTEURS

Ne prenez jamais mal toutes les saillies que vous allez lire dans ce rapport, nous avons le privilège d'être là pour critiquer mais aussi la lourde tâche de réussir.

Nous avons l'intention de sortir souvent des académismes de l'action ou des formulaires administratifs.

Ne nous en veuillez pas. L'ensemble des collaborateurs présents sur le site pendant ces quinze derniers jours, a été très favorablement impressionné par JOIGNY, mais se dit surpris de voir le patrimoine dont vous disposez par rapport à la majorité des autres villes que nous avons étudiées et le peu d'animation qui en est retirée.

Nous avons la chance d'y trouver un matériau riche et plein d'avenir et si parfois, nous sommes cruels, provocateurs, c'est parce que nous croyons en Cortel, en JOIGNY et en son futur.

Ne vous y trompez pas, la plupart des méchancetés qui vont être écrites sont parfois édulcorées par rapport à ce que beaucoup de Joviniens ont pu déclarer.

La crise de désengagement, de satisfaction médiocre et le manque d'ambition de certains Joviniens peut autoriser une petite « secouée » ou quelques attaques.

Dans tous les rapports que nous écrivons, il y a des constantes. C'est ainsi que je n'hésite pas à insérer dans tous mes rapports sous ce petit vocable « *Ce qu'il ne faut pas oublier* », mes théories de praticien de l'aménagement et de l'animation.

Celles - ci s'améliorent avec le temps, se confirment et je me dois de les rappeler ; d'autres disparaissent parce que le temps les a fait fuser ou parce qu'elles ne correspondent pas au sujet étudié. J'utilise également les mêmes questions pour toutes les villes.

C'est ainsi que dans tous mes rapports, vous trouverez :

- ✓ Est ce une ville où il ne manque rien ?
- ✓ Barre de Caïn
- ✓ Métamorphose de la consommation

Et bien entendu, mes théories sur l'animation mises au point par Guy Gay Para et moi-même « *Ce qu'il ne faut pas oublier* » :

- ✓ La croissance par la séduction
- ✓ L'art de faire la différence
- ✓ Le pouvoir culturel
- ✓ La dynamique de la réussite
- ✓ Patchwork d'animations.

LES METAMORPHOSES DE LA CONSOMMATION

JOIGNY a subi, comme toutes les villes de France, la Révolution de la consommation.

Le réfrigérateur et la voiture ont considérablement transformé les habitudes de consommation de quartier.

Se sont greffés à ces deux changements de mode de vie, l'exode rural, pour la conquête du travail, et l'explosion des périphéries, pour une conquête de l'espace et de son chez soi.

Le commerce s'installe à la croisée des chemins, des indépendants d'autrefois eurent la tentation de créer des surfaces résolvant les problèmes de parking, apportant les notions de « tout sous le même toit » et le discount.

Les quartiers de JOIGNY ont vécu, comme tout le monde, la fermeture, il y a 25 ans, de tous les petits points succursalistes et coopérateurs, qui, en échange, ont ouvert supérettes, supermarchés ou hypermarchés.

C'est ainsi que petit à petit, les commerces de bouche disparurent des rues et ne furent bientôt plus qu'en centre ville, le métier de quelques petits indépendants et des marchés. Le non alimentaire de grande consommation suivit le même chemin accentué en cela par les ouvertures exponentielles des « boîte à chaussures » spécialisées en bricolage, équipement de la maison, automobiles, chaussures, luminaires et autres.

Quelles que soient les critiques morales qui puissent être faites à cette révolution, le consommateur l'a accompagnée, l'a favorisée, l'a faite. De plus des villes qui n'ont pas de grandes surfaces se voient délaissées pour d'autres proches ; et les cadres et les « cadrettes » d'aujourd'hui, jugent une ville sur sa modernité, entre autre sur la présence de grandes surfaces.

Nous savons aujourd'hui que les commerçants de métier avec un **réel assortiment** et du professionnalisme confirmé voient leurs commerces prendre de plus en plus de parts de marché, être à l'abri des agressions des « despécialistes » et inverser de façon significative certaines tendances.

Cette fin de siècle, d'après tous les observateurs économiques ou les futurologues comme le groupez de John Naissain, verra la consolidation de ces gens de métier et un réel retour au centre historique des villes, si ceux ci répondent à certains critères (Cf. Ce qui se passe aux Etats Unis et en Allemagne).

Cette évolution de fond est favorisée en cela par le vieillissement des populations et l'importante croissance que prend le marché des seniors.

Beaucoup d'experts prévoient pour cette fin de siècle, des friches commerciales aux périphéries des villes. Le turn-over des « boîtes à savon » des périphéries est symptomatique. Toutes les villes françaises vivent ce genre de consommation, excepté certaines villes de Corrèze ou de Lozère qui, elles, vivent la désertification. Paradoxalement, d'autres se voient périlcliter et leur centre se vider par la concurrence de villes voisines plus séduisantes en grandes surfaces.

JOIGNY a un centre ville dans lequel le consommateur pourrait presque tout trouver. JOIGNY a suffisamment d'enseignes en grandes surfaces, tout au moins en offres commerciales. Enfin, les consommateurs du centre ville de JOIGNY et des petites villes à caractère rural qui l'entourent, ne pourraient plus changer leur comportement en faveur des grandes surfaces, car les habitudes de consommation de part et d'autre sont prises et quasiment stables ou en voie de se stabiliser. Par contre, elles pourraient accentuer leurs visites en centre ville.

Ainsi, une famille rurale continuera tout naturellement à faire une partie de ses courses en grande surface et une autre partie en centre ville, que l'on installe une boutique dans son village ou non, malheureusement.

Par ailleurs, il est fondamental que les commerces du centre ville ne perdent jamais les **grandes marques**, en particulier en non alimentaire si elles ne veulent pas voir de nouveau, leurs parts de marché s'effriter et la tendance actuelle se briser.

Mieux encore, JOIGNY peut conquérir des marchés si JOIGNY s'attaque à la jouissance, au plaisir et pourquoi pas au **prestige** !
S'attaquer au plaisir, c'est le fait qu'on lise, à nouveau une flamme dans vos yeux !

LA BARRE DE CAÏN

La notion qui va être expliquée maintenant est fondamentale, et bien la comprendre, bien l'intégrer va permettre d'engager la revitalisation de JOIGNY avec succès.

La barre de Caïn a été le seuil dans le temps où l'achat en grande surface est devenu une habitude basique, comme celle d'avoir une salle de bains avec une douche et des WC à l'intérieur de la maison. Pour bien comprendre ce que je veux exprimer ici, il faut savoir que la Loi Royer dans sa forme originelle a été une erreur monstrueuse. Si on avait voulu enrayer réellement la création des grandes surfaces, il aurait fallu travailler sur les conditions de vente. Les grandes surfaces se sont créées grâce aux crédits fournisseurs d'une part, et grâce aux prix très bas accordés à la Distribution d'autre part. Si tous les commerces avaient été égaux dans les conditions tarifaires, et si les rabais n'avaient pas été accordés sur le volume des achats, jamais aujourd'hui nous n'aurions plus de mille hypermarchés.

Si l'on acceptait à l'époque les rabais sur le volume, les commerces de petite taille avec leurs fournisseurs et leurs grossistes auraient dû avoir la prescience de se fédérer en centrales d'achats.

En 1974, lors d'une conférence devant le syndicat de la droguerie, j'avais annoncé à ces derniers, que s'ils ne s'organisaient pas de cette façon, 80% des ventes de leurs produits se feraient en grandes surfaces. On m'a ri au nez. J'avais à faire, alors, à des lobbies, à des intérêts personnels, à des gens qui ont voulu continuer à amasser sans penser au futur.

Cette apologie du crétinisme a accéléré, au-delà de toutes mes prévisions, les phénomènes que j'avais annoncés. Il n'empêche que si à l'époque, la Loi Royer avait été basée sur l'égalité devant le crédit fournisseur et les organisations professionnelles face à la hiérarchie des conditions tarifaires, nous ne serions pas passés de 200 000 commerces dits d'alimentation générale à moins de 30 000.

La barre de Caïn, c'est le moment exact où à quelques minutes de chez soi, il y a une grande surface ou un centre commercial. La barre de Caïn, c'est le moment exact où les comportements d'achat du consommateur ont basculé pour les grosses courses en faveur des grandes surfaces.

Quand le consommateur sait qu'entre cinq minutes et une heure de chez lui, il y a un endroit où il peut tout acheter, sous un même toit, où il peut se garer sur un grand parking, où il peut trimbaler ses achats dans un chariot porteur jusqu'au coffre de sa voiture, où il peut tout payer avec un seul chèque, où il y a des animations et des promotions continues, où la fonction prix est existante, alors ce consommateur s'organisera entre sa voiture, son congélateur, son réfrigérateur et son temps pour y aller une fois ou deux par mois.

Aujourd'hui, 98% des gens font leurs courses dans au moins trois grandes surfaces : 98% ont un hypermarché principal dans lequel ils dépensent en moyenne 2 500 francs par mois, 80% ont un magasin secondaire dans lequel ils font leurs courses de temps à autre et dans lequel ils dépensent en moyenne 600 francs par mois et 75% ont un magasin occasionnel dans lequel ils dépensent 150 francs par mois.

Enfin, 100% des gens continuent à faire leurs courses dans ce que nous appelons le petit commerce et qu'ils considèrent comme commerce spécialisé pour leurs courses plaisir.

JOIGNY a complètement intégré ses grandes surfaces puisque le gros des achats alimentaires est fait chez ses dernières.

Maintenant, JOIGNY est consternante au point de vue achat plaisir !

Une ville qui perd ses achats plaisirs perd une énorme partie de sa séduction et une part importante de son pouvoir !

Ceci est en train d'arriver à Joigny !

Cortel est donc beaucoup plus important qu'on ne pense !

EVASIONS ? UN MARCHÉ ? L'ENQUÊTE QUANTITATIVE

Nous avons interviewé 212 personnes par téléphone sur quelques questions simples qui doivent nous servir à apprécier les évactions, pour estimer le marché.

- 157 personnes ont été interviewées sur JOIGNY, 15 sur MIGENNES, 2 sur LOOZE, 2 sur ST AUBIN, 3 sur CEZY, 2 sur CHAMPLAY, 2 sur PAROY, 2 sur CHAMVRES, 2 sur BEON, 3 sur CHAMPVALLON, 4 sur SENAN, 5 sur AILLANT, 3 sur LAROCHE, 2 sur BONNARD, 2 sur NEUILLY, 4 sur ST JULIEN, 2 sur LA CELLE.

Au bout de 212 interviews les réponses ne faisaient plus changer les pourcentages.

■ A la question « Où allez vous faire vos courses ? »

- **food** : 88 % vont en hypermarché ou supermarché dont 76% à JOIGNY
46 % vont au marché
42 % vont à Gambetta et sur les quais pour la boulangerie, la pâtisserie, la charcuterie
17 % vont à Cortel ou aux alentours
bien entendu les réponses se chevauchent, ne cherchez pas 100 %
- **non-food** : 88% vont en hypermarché ou supermarché dont 76% à JOIGNY
78 % vont en GMS Spécialisées (Décathlon et autres)
65 % vont en centre ville (Auxerre, Joigny et Sens)
38 % sont allés au moins une fois à Troyes !
28 % vont au marché
32 % vont à Gambetta et sur les quais
14 % vont à Cortel ou aux alentours

Il faut savoir que la zone de chalandise est de 50 000 habitants environ (Migennes est dedans), nos estimations sont corroborées par les isochrones des distributeurs en place.(CDEC)

Compte tenu des Indices de Consommation Régionale le marché se situe à 560 Millions de francs (260 MF en Food et 300 MF en Non-Food, dont 100 MF en textile !) Ceci va nous permettre d'estimer plus loin, en rapprochant les évactions des CA moyens des professions (sources : centres de gestion agréée et AC Nielsen)

Idées claires :

- nous n'avons plus la **masse critique** suffisante pour alimenter les commerces actuels
- JOIGNY n'existe plus ou pratiquement en courses plaisir non food

■ A la question « **Où allez vous faire vos courses ?** »

Nous avons limité nos investigations aux secteurs suivants :

	Ailleurs que Joigny Centre — équivalent en magasins	
- PAP Sport :	96 %	8 magasins
- PAP Enfants :	98 %	14 magasins
- PAP Femme :	83 %	17 magasins
- PAP Homme :	99 %	13 magasins
- Chaussures :	82 %	8 magasins
- Linge de maison :	72 %	4 magasins
- Arts de la table :	66 %	3 magasins

■ A la question « **et s'il y avait trois ou quatre magasins en prêt à porter féminin, reviendriez vous sur JOIGNY et pourquoi ?** »

Oui : 89 %

Non : 11 %

Pourquoi Oui :

- ce serait moins loin
- ce serait pratique rue Cortel
- C'est ce qu'on faisait auparavant !
- on peut se garer
- etc. ...

Pourquoi Non :

- ce serait trop cher
- les commerçants ne sont pas aimables (rigolo de voir l'amalgame du présent sur le futur)
- etc. ...

■ A la question « **Combien de temps prenez-vous pour faire vos courses en ville ?** »

- < A 10 minutes : 81 %
- > à 10 minutes : 19 %

Nous vous avons déjà expliqué, plus haut, combien « le temps de courses » était un critère d'appréciation fondamental de la valeur d'attractivité d'un centre ville ! Cortel n'a plus d'attraction, même plus le « bout de laine de la pelote » ! Et Gambetta vire trop vite « aux achats flèche » !

■ A la question « que souhaiteriez vous comme commerce ?

- maroquinerie : 65 %
- Restaurants : 82 %
- Chaussures : 83 %
- PAP homme : 87 %
- Femme : 93 %
- Enfants : 91 %

Idées claires et déjà des préconisations

- Sans aller jusqu'à la re-création de l'équivalent aux évasions en boutiques, il est tout à fait clair que nous pouvons nous baser sur ce que l'expérience nous donne comme seuil critique minimum de commerces pour avoir le choix et se permettre de faire ce qu'on appelle une pré-reconnaissance.
- Nous prenons le parti de « **l'anoblissement** » de l'assortiment comme nous l'avons expliqué plus haut et comme nous l'argumenterons plus loin !

- **PAP Sport** : nous pouvons nous baser sur la création de 2 magasins, l'un pourrait être du côté de Gambetta avec des marques mais aussi des gammes moyennes et des promotions, l'autre serait à Cortel dans un esprit beaucoup plus boutique dont l'assortiment tirerait vers le haut. Se souvenir qu'il y avait au coin de Gambetta et de la rivière un très beau magasin de sport et se souvenir que lorsque Capel père officiait, le magasin marchait très bien. Nous avons donc toutes les chances de pouvoir réimplanter ce style de magasin. Par contre, il faudra récupérer dans la rue Cortel au moins deux cellules pour compenser l'étroitesse des magasins actuels.

- **PAP Enfants** : nous pouvons compter sur deux points de vente et sans hésitation nous tourner sur des marques. Bien entendu, nous savons que certaines franchises n'acceptent pas aujourd'hui de venir dans les villes de moins de 10 000 habitants. C'est pourquoi il va falloir compter sur l'émulsion que créera notre projet et les effets d'annonce, ainsi que sur les organismes spécialisés dans ce genre de recherche. Il sera fondamental de sélectionner de vrais professionnels, car nous avons beaucoup souffert à JOIGNY de gens qui se sont improvisés commerçants !

- **PAP Femme** : nous pouvons compter sur trois points de vente supplémentaires à ceux qui existent aujourd'hui. Ils auront la forme de petites boutiques dont une sera très spécialisée dans une mode pointue et très jeune. N'oubliez pas que toutes les femmes sont des jeunes filles. Il est fondamental que ces boutiques soient très proches de celles déjà existantes, ainsi que du magasin de chaussures haut de gamme qu'il va falloir créer

- **PAP Homme** : nous pouvons compter sur deux points de vente, le premier sera très sport wear, homme en relâche, le deuxième sera « très Bourreau ». Il n'y a aucune raison pour que MIGENNES ait tiré son épingle du jeu seule, alors qu'il est pratiquement sûr qu'elle est gênée par la défaillance de JOIGNY en textile. Dites-vous bien que si JOIGNY et MIGENNES sont capables de casser certaines habitudes (aller systématiquement à AUXERRE) ce sera excellent pour les deux.
- **Chaussures** : un magasin comme celui qui existait dans ce type d'assortiment et qui mal placé ne pouvait pas donner sa pleine mesure. Il faut savoir également que 5 magasins de fringues pour femme entraînent deux magasins de chaussures.
- **Linge de maison** : un beau magasin de textile de maison est nécessaire. Ce pourrait être celui qui existe actuellement agrandi et avec des vitrines
- **Arts de la table** : Rousseau a tellement été cité qu'il est assez incompréhensible de voir qu'il n'a pas été remplacé. C'est pourquoi il serait peut être judicieux que Britany puisse disposer d'une boutique plus grande pour exposer de la vaisselle verrerie, et agrandir ce qu'elle fait actuellement en liste de mariage.

Food : Nous n'avons pas dans l'enquête téléphonique essayé d'apprécier les attentes des consommateurs en terme d'alimentaire, par contre, dans les nombreuses interviews réalisées par nos sociologues, nous avons ressenti une réelle demande sur de l'épicerie fine, un rayon cave, de très beaux primeurs et du traiteur. C'est pourquoi nous pensons que Huit à Huit ne doit pas se contenter de satisfaire les clientèles qu'il a actuellement, mais très vite de tirer son assortiment vers le haut. C'est ainsi qu'en épicerie il répondra aux clientèles plus populaires par les premiers prix du Groupe Carrefour, en private label par Reflets de France et d'autres marques en qualité égale, mais il devra compléter son assortiment par quelques marques haut de gamme. Nous pensons en particulier aux familles suivantes : biscuit, thé, café, huile, confiture, conserve de légumes, vinaigre ...

En cave, il doit prendre le parti d'avoir sans exception tous les vins de la Côte St Jacques de Champvallon et de sa région, la plupart des Irancy et Coulanges, ainsi que une très belle cave de Chablis. Là aussi, il sélectionnera d'une part « les sélections Carrefour » en gamme égale, et les vins de propriétaires en autres régions.

En primeurs, il doit réaliser une recherche de fournisseurs locaux qui lui assurent une qualité supérieure. Son chiffre d'affaires en fruits et légumes connaîtra une stabilité puis une croissance quand il sera reconnu. (il est à craindre effectivement qu'au démarrage, il n'ai beaucoup de pertes avant d'avoir le volume).

En fromage et charcuterie à la coupe, il devra avoir un assortiment court en autres régions mais dans les AOC et large dans notre région. Ne privilégier que la haute qualité.

Nous croyons également qu'il existera à nouveau, un jour, en génération spontanée, un traiteur de qualité : certaines clientèles nous l'ont bien précisée, en ajoutant même « *qu'un des rares endroits où elles pouvaient trouver des 1/2 langoustes à la parisienne ou des tourtes au saumon, c'était au Leclerc de Migennes ???!* »

Vous découvrirez également plus loin la très forte attente en matière de caveau de dégustation, de bar à vins, de petits établissements à caractère régional, et de la belle brasserie ! Tout cela est dans la même veine !

■ A la question « **Pourquoi venez-vous à JOIGNY centre ?** »

- pour faire des courses 21%
- pour les services (administratifs, banques, assurances)

■ A la question « **Combien de fois par semaine venez-vous à JOIGNY centre et à Intermarché ?** »

- Gambetta : 0,9 par semaine
- les quais : 0,8 par semaine
- marché : 1,5 par mois
- Cortel : 0,5 par mois
- Intermarché : 88% viennent une fois par semaine

■ A la question « **Avez vous des problèmes de parking ?** »

- Gambetta : 89% estiment qu'ils trouvent toujours une place
- les quais : 79% estiment qu'ils trouvent toujours une place sur le marché
- Cortel : 75% estiment qu'ils trouvent toujours une place sur le marché

■ A la question « **Pouvez vous nous citer des noms de commerces de la rue Cortel ?** »

En nombre de citations :

Vica : 137 fois

Britany : 122 fois

Huit à Huit : 23 fois (Codec est ressorti deux fois et 32 fois on a parlé de supermarché la haut)

Chapsy : 68 fois (dont d'autres noms)

Brigitte : 46 fois (dont d'autres noms)

Catherine : 92 fois (dont d'autres noms)

Coiffeur : 65 fois

Presse : 105 fois (sans nom en majorité)

Chinois : 142 fois

Pizzeria : 85 fois

Couscous : 35 fois

Divers restaurants rapides : 110 fois

Mercerie : 31 fois

L'arbre de Jessé : 101 fois

Les boucheries : 97 fois

La boulangerie du haut : 102 fois

Les résultats ne sont pas si mauvais que ça. Cela signifie que les commerces qui restent ont réussi à se maintenir, voire même certains à progresser.

J'ai été ravi de constater moi-même que deux commerçants de la rue Cortel avaient eu dans les six premiers mois de 2000 une évolution de chiffre d'affaires supérieure à 10%. Pour moi, c'est très symptomatique du fait de la richesse en nombre et en valeur de la zone de chalandise ; mais surtout symptomatique du fait que si on sait se débrouiller pour avoir les bons produits ou pour bien vendre, on obtient une réponse positive de la part des consommateurs.

ZONE DE CHALANDISE ET CONCURRENCE

Quand on est boucher de quartier, notre clientèle est souvent le quartier, à moins que nous ayons une réputation qui nous donne une zone de chalandise jusqu'à 20 minutes en voiture.

Quand on est férovipathe, notre zone de chalandise est la France et l'Europe, touchées par la presse spécialisée.

Quand on est musée de la Faïence à Nevers, nos chalands sont d'une part le « tout venant », d'autre part les aficionados qui peuvent venir de 5 à 5 643 km.

Quand nous sommes Intermarché ou Leclerc de petites tailles (1200 m²), peu de non alimentaire, une zone à caractère rural, dans une petite ville, malgré la taille on est l'hypermarché du coin et notre zone se limite à ¼ d'heure en voiture.

Quand nous sommes Auchan au Pontet, avec 18 000 m², un gros non alimentaire, nous touchons Bollène et Montélimar.

Pourquoi à votre avis Auchan voulait-il s'installer dans le nord du département avec un méga centre ? C'est parce que un centre commercial régional et un hypermarché de 20 000 m² recréent une partie des fonctions du centre ville, et que pour ces gens là, il est très intéressant de s'accaparer une partie des grosses courses de zone à équilibre fragile, même si ces zones ont des GMS et des GSS. Un marché saturé ne le sera plus pour cette taille de centre, puisqu'il mordra sur ses plus petits concurrents et avec la galerie commerciale et des franchises appréciées des consommateurs, il serait capable de prendre 20 à 30 % des marchés non alimentaires de centre ville. Etre placé au Nord du département ou à Auxerre pour un centre de ce style, c'est attaquer 200 000 personnes sur l'Île de France, le Gâtinais, la Seine et Marne, un bout de Champagne, un gros bout de Bourgogne. Ce ne serait pas à souhaiter, même si le professionnalisme de la dizaine de boutiques que nous pourrions recréer à JOIGNY est capable de faire la différence.

Les magasins de Troyes travaillent la marque et s'adressent aux « façon victims » sur une zone de chalandise qui peut aller jusqu'à trois heures en voiture. Ils attirent actuellement 1,5 millions de visiteurs, dont 63% viennent de départements différents. Ils sont d'autant plus dangereux que ces magasins d'usine fracassent :

- à moyen terme l'image des marques
- le repérage du niveau de prix des marques
- la confiance que les consommateurs pouvaient avoir dans les commerçants de leur ville qui vendent ces marques à des prix normaux
- une éventuelle décision d'achat indigène : « *je le trouverais peut être à Troyes moins cher !* »

Nos concurrents sont assurément aujourd'hui :

- Auxerre, parce que son centre ville est « en ville »
- Troyes
- Sens
- Paris

Sachez également que quand on **s'évade**, c'est pour craquer plus d'argent que quand on est fidèle. Demain, également on pourra s'évader à Joigny, et conquérir les « hors zone ».

Malgré tout cela, notre ambition n'est pas démesurée, récupérer 10 magasins sur 67 évasions.

Conclusion :

A la question « la terre est-elle fertile pour réensemencer du commerce ? » nous répondons : Oui.

A la question « quel type d'assortiment il faut planter ? » nous répondons : tout ce qui pourra anoblir la rue et tirer vers le haut !

CORTEL, ELLE A TOUT D'UNE GRANDE !

Étude sociologique par

- **Esthel Tholomet-Cantarano : sociologue, développement local**
- **Et Sophie Court : sociologue, historienne**

« GABRIELLE LA MEURTRIE »

Figure emblématique de Joigny, Gabrielle, « l'ancienne » de la ville, porte en elle la mémoire de tant d'histoire. Aujourd'hui Gabrielle est fatiguée. Il faut dire qu'elle en a vu la vielle ! Son corps est bossu et courbé, déformé par les années et les nombreuses épreuves qu'elle a endurées. Qu'il lui est dur maintenant de monter. Elle n'offre alors aux passants, qu'un sourire essoufflé, abîmé par les quelques dents qui lui manque. Pourtant, elle garde la tête haute et son élégance de Grande Dame qu'elle avait autrefois. Les rides profondes qui sillonnent son visage sont autant de marques des épreuves qu'elle a traversées dans sa vie.

Dans son sommeil, il lui arrive d'entendre les crépitements du feu, la sirène annonçant les bombardements. Le bruit des deux bombes qui se sont abattues près de sa maison la hante encore.

Mais elle se souvient aussi des beaux jours qui ont marqué sa vie et notamment celui au cours duquel elle rencontre, Cortel un grand résistant, qui lui donnera son nom. Il lui reste de cette période prospère et heureuse l'image de tous ses enfants animant la rue.

Dès 1977, une nouvelle épreuve vient l'accabler. Ce sont les premiers signes de la vieillesse qui l'oblige à renoncer à conduire. Pour cette battante, c'est le début de l'isolement et de l'enfermement. Il ne manquerait plus qu'une Chaîne !

Que dire ensuite des malheurs qui n'ont cessé de s'abattre sur elle ? Au moment même où elle est, pour une fois, en pleine forme, le 21 avril 1981, voilà qu'une « tempête » imprévisible et dévastatrice la renverse et lui crève la poitrine !

Durant les cinq années qui ont suivi, les pansements nécessaires à sa guérison, l'ont amaigri et enlaidi. Aujourd'hui, vieille, faible et malade, elle a peur d'une fin proche.

Mais elle regarde sa petite fille belle et pleine de vie, Aurore, Espoir, Gabrielle. Elle est en paix : elle sait que la relève est assurée. ! Notre rue est-elle maudite ? Devra-t-on faire faire un exorcisme ? Non ! Assurément pas, il suffit de créer une nouvelle ambiance, avoir une nouvelle physionomie, pour changer les choses, comme si elles n'avaient jamais existées !

LE JOVINIEN

Les descriptions du Jovinien par les nouveaux venus à JOIGNY sont déjà savoureuses, mais celles faites par les Joviniens eux-mêmes sont une gourmandise !

Notre Jovinien est d'abord attentif à son porte-monnaie :

On dit de lui qu' « *il a été élevé dans la crainte de Dieu ... et de la dépense* ». Il est capable du meilleur et du pire. Calculer sou après sou une partie de la dépense qu'il a à faire, et (plus rarement bien entendu) être dispendieux quand sa générosité est titillée par l'excitation de l'homme qui veut prouver aux autres sa grandeur.

Cet homme là dépense en famille, ou dans un cercle d'amis fidèles. Il a horreur d'être berné et se vante assez facilement de sa maîtrise à savoir éviter d'être pigeonné. (caractéristique d'un monde d'hommes)

Ce qui est intéressant dans son caractère, c'est qu'il est capable de comprendre le rendement **qualité-prix**. Il est capable ainsi de dépenser 10 sous de plus (Oh pardon ! 7) s'il sait qu'il en a pour son argent. C'est pourquoi, aussi, il a **horreur** des **non professionnels**. Il fait vite son choix et ses idées sont installées pour fort longtemps.

On dit de notre Jovinien qu'il a du mal à s'ouvrir :

L'histoire de JOIGNY est une succession de territoires, de clans, de chapelles, oh que nous savions être à St André ou à St Thibault.

Ce défaut d'ouverture se caractérise magnifiquement dans les hauts murs et les portails « collés montés ». Cette « chapellisation » se lit par l'entrée des bourgeois au nord, et route de Paris, et l'entrée des modestes par le sud vers Migennes et ses travailleurs.

Cela se manifeste aussi dans les fermetures d'esprit immédiates, lorsqu'on n'est pas content, dans les ruptures d'associations. Notre magnifique vieux pont séparera également les commerces de la tribu « des longs nez » de Magenta avec celle « des grandes oreilles » de Cortel et des quais.

Dans le commerce cela se manifeste par une attitude ou bien de repli ou bien de défensive immédiate. C'est aussi « *toujours à l'autre de faire* ».

Dans les assortiments ceci pourra se matérialiser par le **refus** de certaines nouveautés mais également par la **fidélité** aux **marques** dont on a l'habitude.

Se renfermer entraîne fatalement qu'on demande moins à l'extérieur, qu'on a moins d'exigences et que l'on se complet dans les **forces** de **l'habitude**. Alors, il faudra lui créer des rituels en animations, en communication !

Mais attention, notre Icaunais et nos Joviniens aiment la fête. Ils sont donc capables en cas d'ouverture « subreptive » d'aller jusqu'à la jubilation et à l'explosion.

C'est pourquoi on arrive à le coincer, à lui faire entrouvrir son portail, quand on est capable de l'étonner, ou quand on est capable de lui dire ceci est pour vous, ceci vous valorise.

On dit de nos paysans du pays Jovinien qu'ils sont « arriérés »

Attention arriérés ne veut pas dire imbécile, ni attardé mais plutôt, un peu en retard, comme si on avait loupé un train ! Méchants certains m'ont dit « *ils ont loupé une marche et c'est celle du siècle !* »

Il est vrai qu'ils ne sont pas bien exigeants, mais je mettrai plutôt cela sur le fait qu'ils sont assez débrouillards, car ils savent très bien s'organiser pour suivre le « bal » des promotions, zapper de magasins à un autre pour faire une bonne affaire ! Ils ont également une certaine pudeur, il y a des choses qui ne se font pas, des actes qui ne se montrent pas ! Eux aussi sont capables de vivre chichement, mais ils sont capables, également de recevoir d'une façon étonnante. Ceci est aussi vrai chez nos rustiques que chez nos rupins !

Conclusions

Ces traits de caractère n'empêchent pas le commerce de se faire, bien au contraire, car il oblige à être vigilant et à être **professionnel** !

Ce qui serait plus gênant est cette lassitude, ce désintéressement, cette façon de se débrouiller, cette indifférence, cette non-exigence !

Nous allons l'analyser plus avant et nous découvrirons que cette façon de s'afficher cache quelque chose de beaucoup plus intéressant pour notre projet !

Commerces et commerçants de la Rue

1- Le panel d'activités actuelles

Alimentaire	Non alimentaire sauf vêtement	Vêtement	Café/ Restaurant	Services
Epicerie (1) Boucherie (2) Boulangerie (1)	Fleuriste Chausseur Magasin de laine Parfumerie Photographe Linge de maison Maison de la Presse Mercerie Librairies Décoration	Confection femme (1) Magasin dégriffes Confection femme haut de gamme (2)	Pizzeria Deux restaurants Restauration rapide Bar	Coiffeur (1) Trois banques Assureur Entreprise de conseil

2- Le panel d'activités simulées par les consommateurs

Alimentaire	Non alimentaire sauf vêtement	Vêtement	Café/ Restaurant	Services
Epicerie (1) Boucherie (2) Boulangerie (1) + traiteur + chocolatier + épicerie de produits régionaux	Fleuriste Chausseur Magasin de laine Parfumerie Photographe Linge de maison la Presse Mercerie Librairies Décoration + maroquinerie + cadeaux, vaisselle, verrerie + artisans d'art 2/3 + Antiquaires 2/3	Pap femme (1) Magasin dégriffes Confection femme haut de gamme (2) + 3 boutiques femme en plus + 2 boutiques chaussures + 2/3 boutiques homme + 2 enfants tout cela en +- et en ++ + lingerie	Pizzeria Deux restaurants Restauration rapide Bar + salon de thé + belle brasserie	Coiffeur (1) Trois banques Assureur Entreprise de conseil + parfumerie

A la vue de vue de ce tableau, un constat peut être effectué :

- Ils veulent tout ce qu'il faut pour « faire les vitrines »
- Ils légitiment la rue pour du « plutôt haut de gamme »
- Ils voient Joigny bien convenir aux antiquaires et aux artisans d'art !

Ils nous disent même, « *ce serait tellement plus confortable qu'à Auxerre, car ce serait chez nous, car la rue est courte, car il y a à se garer pas loin, pas comme à Auxerre !* », « *on pourrait y venir le dimanche* », « *aujourd'hui, c'est pas propre, et y a rien !* »

3 - Quelques commerces phares

A la suite du sondage des consommateurs concernant la fréquence de leur visite dans les différents commerces de la rue Cortel, plusieurs magasins semblent se démarquer :

- **Vica** : « *Le trouve-tout des JOVINIENS* » (certains clients ont même dit Barbes !) Bien que située en haut de la rue Cortel, cette boutique de vêtements attire une clientèle non seulement Jovinienne mais aussi des villes et villages alentours. Elle doit sa popularité, étendue jusqu'à Paris (via les résidences secondaires), à la qualité, la variété et le renouvellement des vêtements dégriffés qu'elle propose :

« *C'est mieux que TROYES, finalement : on va à TROYES (magasins de démarques) et puis on revient là.* »

« *C'est le seul commerce où il y a toujours du monde, ça marche du feu de dieu !* »

« *les vendeuses, quand il y a un arrivage, elles me préviennent !* »

C'est sûrement davantage l'accueil, le conseil et la convivialité qui font la renommée de « VICA » plus que son aspect extérieur. Et si certains pensent que « les achats, ils

sont à l'intérieur, ils ne sont pas à l'extérieur », le manque d'attention accordée à la présentation de la vitrine rebute encore une partie de la population et constitue pour elle une barrière infranchissable :

« je trouve ça laid et je suis jamais rentré dedans à cause de ça »

« Même ma mère me dit qu'il y a des choses hyper intéressantes dedans mais juste à cause de la devanture, ça me donne pas envie d'y aller. »

- **Britanny** : *« ELLE A DU METIER, ELLE A DU PUNCH »*

Par le soin accordé à la boutique et la variété des articles proposés, Britanny a su s'attirer les faveurs de la population Jovinienne, de la clientèle parisienne présente le week-end mais aussi, à la différence de Vica, des touristes notamment étrangers.

Sa recette :

- ✓ savoir s'adapter à la clientèle
- ✓ pouvoir échanger en anglais avec les touristes
- ✓ pouvoir proposer des articles variés suivant le type de clientèle (articles français pour les touristes en été / article plus british pour les Joviniens)
 - proposer des articles avec un excellent rapport qualité/prix (pas d'intermédiaires)
 - attirer le regard par une vitrine soignée et colorée et des idées originales (cf la cabine téléphonique rouge qui orne l'entrée du magasin l'été.)

Accès et circulation Rue Cortel

1 - Circulation et parkings : un vrai faux problème.

Il a été possible de percevoir des difficultés de circulation tant au niveau de l'entrée de la rue que dans les petites ruelles du centre de la ville. Ce constat a été confirmé par l'ensemble des consommateurs :

« D'abord en bas, de toute façon, la circulation est dangereuse... il n'y a pas de carrefour juste devant la rue Cortel. Vous avez les gens qui arrivent de droite, de gauche, il n'y a rien de délimité, c'est vraiment fouillis... c'est dangereux aussi bien pour les piétons que pour les voitures. »

« C'est à celui qui veut laisser la priorité, c'est le rapport de force là. »

On croirait de prime abord, que les consommateurs imputent donc la nécrose de la rue aux difficultés de circulation et à l'absence de places de parking à proximité des magasins de la rue Cortel.

« Les gens sont fainéants, il faudrait qu'ils puissent rentrer la voiture dans la vitrine du commerçant. »

Dans les faits, une approche plus détaillée et pragmatique menée lors d'un travail en table ronde a révélé une nouvelle forme de discours. Lorsqu'il s'agit d'interroger les personnes sur leurs pratiques individuelles et quotidiennes, elles ne mettent plus en avant ces "lieux communs". Dans leur discours transparait au contraire la simplicité et la facilité de l'accès aux magasins de la rue Cortel (excepté peut-être les jours de marché) :

« pas de problème, on se gare vers le marché couvert et on va à pied. »

« on se gare aux chapeau, comme on a l'habitude, depuis le temps, et on traverse à pieds ! »

Ainsi, les difficultés de déplacement, communes souvent à tous les centres urbains anciens (exemple quartier saint Jean à Lyon), ne semblent donc pas affecter le commerce de la rue Cortel (d'autant que les consommateurs bénéficient de nombreux parkings gratuits !) A la question posée : « *Vous êtes avenue Gambetta et vous souhaitez vous rendre dans le milieu de la rue Cortel, quel trajet en voiture effectué vous et où vous garez-vous ?* » les tracés effectués sur une carte ont révélé des pratiques variées et des stratégies personnelles différenciées :

A la question « *et si on la remettait en circulation ?* » Les réponses sont unanimes : « *non, elle doit rester piétonne, le problème n'est pas là !* »

⇒ **circuit 1** : le plus fréquemment, les usagers se garent sur le parking du marché et se rendent à pied rue Cortel.

⇒ **circuit II** : certains utilisent le parking Rambaud. En venant du pont saint Nicolas, les conducteurs empruntent alors le quai Henri Ragobert, la rue Basse Pêcherie puis la rue Jean Leveaux, la Rue Haute des Chevaliers et atteignent enfin le parking Rambaud par la rue Antoine Benoît. A l'évidence, ce parcours est sinueux et oblige à prendre de petites rues souvent étroites, pentues et en double sens. Aussi, s'il a pour effet d'allonger le trajet effectué en voiture, il présente toutefois l'avantage d'un parking en surface tout en réduisant également la marche à pied.

⇒ **circuit III** : certains choisissent de se garer dans le parking souterrain place Jean de Joigny. En venant du pont saint Nicolas, les conducteurs prennent le quai Général Leclerc puis la rue de l'Etape, ils traversent les places Saint Thibault et du Pilori pour atteindre le parking. A la facilité de ce trajet s'opposent toutefois des désagréments de deux ordres. La configuration du lieu tout d'une part : entrée et sortie du parking pentues obligeant des manœuvres périlleuses dissuadant les moins téméraires ! La faiblesse des possibilités d'accès d'autre part : ce parking est essentiellement accessible par le côté ouest de la ville. A ces difficultés s'ajoute enfin un sentiment d'insécurité partagé :

« En ce moment personne ne l'utilise car il a eu la porte fracassée ! »

« Moi j'aurais peur d'y aller ! »

« C'est psychologique j'ai peur »

⇒ **circuit IV** : les derniers enfin utilisent les places de parking disséminées dans l'ensemble de la vieille ville (Rue Basse Pêcherie, Place du Pilori...) Cette pratique reste très aléatoire en raison de la faiblesse du nombre de places disponibles dans ces endroits.

Dans tous les cas, l'application de la réglementation d'un stationnement à durée limitée (zone bleue) n'est pas respectée par les conducteurs et ce, pour une double raison. Pour certains, cette obligation est méconnue tandis que pour d'autres, elle est négligée.

« Ah bon , première nouvelle ! »

« On le sait pas »

En dernier lieu, il apparaît enfin que les parkings ne sont pas suffisamment indiqués depuis les quais ou le haut de la ville. En outre, des indications supplémentaires renseignant sur leur localisation, le nombre de places et leur mode d'utilisation (disque, horodateur ?) apparaissent nécessaires en particulier pour la clientèle touristique.

« Joigny, ça s'apprend gamin ou ça s'apprend pas ! ».

« En plus, vous avez pas remarqué, les places en centre ville, elles sont toutes prises par les mêmes voitures tout le temps ! »

« y vaudrait mieux que toutes ces places en centre-ville soient en arrêt-minute comme dans certaines villes où on va ! »

Circulation autorisée/ Circulation pratiquée

Avant la décision novatrice de 1977 de rendre l'accès de la rue exclusivement aux piétons (premier projet de ce type dans l'Yonne), la rue pouvait être pratiquée en double sens avec un trottoir de chaque côté de la chaussée. De plus la déviation de la RN6 n'avait pas encore été réalisée (début des travaux 1988).

Si aujourd'hui encore cette décision demeure controversée pour certains usagers, elle a permis à la rue, semble-t-il, de retrouver ses lettres de **noblesse** et sa vocation initiale commerçante de "**Grande Rue**"¹. En effet la rue piétonne ne constitue-t-elle dans la quasi-totalité des centres urbains anciens le point central des échanges et du commerce. (vous comprenez pourquoi ils vont légitimer l'**anoblissement** de la rue !)

¹ La rue Cortel est l'une des plus vieille rue de Joigny, c'était l'axe commerçant dès le XIème XIIème siècle où se tenaient les marchés jusqu'en 1886.

La rue demeure toutefois encore accessible seulement par le haut ou par le bas aux camions de livraisons qui ravitaillent les magasins ainsi qu'aux usagers des deux roues. Pour les premiers, l'approvisionnement des commerces (en particulier ceux de la tranche du milieu de la rue) est difficile voire impossible

« pour la livraison, il faut que le livreur il regarde le poteau en bas à droite, l'enseigne en haut à gauche et puis la petite casquette du distributeur de billets : les livraisons c'est pas le pied ! »

Pour les commerçants dont les magasins sont les moins accessibles (milieu de rue), le ravitaillement des stocks constitue un réel problème surtout lorsqu'il s'agit d'objets lourds et encombrants.

Le problème se pose encore différemment pour les deux roues. En effet, la chaîne placée en bas de la rue ne suffit pas à les dissuader. S'engageant à vive allure, la pente aidant, ils causent au minima des frayeurs aux passants et provoquent même des accidents. Ces passages intempestifs semblent alors représentés un élément pouvant nuire à la fréquentation de la rue.

« Il y a encore des problèmes avec les scooters. Les gamins roulent trop vite : combien de fois des personnes âgées ont failli se faire renverser. »

« et puis maintenant qu'il y a des chaînes, ils sont tranquilles avec leur scooter, il n'y a plus de voitures qui peuvent les ralentir, alors y foncent ! »

« Et cette chaîne qu'est ce que cela veut dire ? »

Les usagers et les habitants en particulier décrivent la rue comme étant un lieu où violence et petite délinquance constituent des phénomènes habituels et récurrents.

« Il y a des problèmes chez Vica : il y a des jeunes qui viennent saccager. »

Choisis comme cible par un public qui semble identifié (les « poivrots », les « drogués »...) la rue devient l'objet d'actes de violence à l'égard des passants notamment :

- verbale : *« On se fait insulter, on ne sait même pas pourquoi »*

- physique : *« Quand personne se tape dessus dans le café, oui, c'est vrai que c'est pas mal. »* (à propos du Petit Montmartre sur l'espace Jean de Joigny).
- vandalisme : *« Le matin quand vous passez, il y a des fleurs arrachées. »*
« Le chiche Kebab attire du monde mais il y a des canettes de coca partout le matin. »
« bon ça c'est un peu amélioré, mais vous auriez pas honte de montrer votre rue comme ça, vous ? »

De plus, la présence dans cette rue d'un public quelque peu "désœuvré", jeune ou moins jeune, renforce le sentiment d'insécurité en particulier la nuit.

« En général, ça se passe de minuit à six heures. »

Ce sentiment semble d'ailleurs exacerbé par la visibilité de la pauvreté d'une population habitant le quartier.

« Je préfère sortir dehors gare de Lyon à la Bastille la nuit que de sortir toute seule rue Cortel à 20h00. »

« de toute façon, il n'y a plus que les marginaux qui habitent ici, les appartements sont tellement insalubres, qu'ils ne sont pas chers ! »

« les flics, quand y a du grabuge, y tournent le dos, c'est plus facile de verbaliser des gens normaux ! »

Les peurs dans la rue Cortel et le syndrome Toutatis

Nous avons bien isolé « deux casseroles » flagrantes de la rue :

- *« et si le toit ou les gouttières, elles nous tombaient dessus, et si ça explosait un autre jour ? Moi, je vous dis, ça explosera, ou quelqu'un sera tué par une tuile ! Y a pas eu de mort, mais c'est déjà arrivé ! »*

nous avons baptisé cela le « syndrome Toutatis » (le ciel va nous tomber sur la tête), cette peur est une sorte de Fatum omniprésent, on l'a ressenti chez beaucoup comme une présence, bref comme une peur inavouée, qui est gênante pour « bader » !

- *« je la vois mal partie cette rue entre les commerces arabes, les voyous, les poivrots ! Qu'est ce qui font la mairie ? »*

nous ressentons très nettement une réprobation quant à la tournure que prend la rue :

« pourquoi n'est-elle pas rénovée ? », « pourquoi on y met pas des choses bien ? », « elle est pas faite pour cela cette rue ! »

bien entendu, c'est aussi une « musique intérieure différente qui est réclamée ! »

II. La rue qui nous échappe

Répondre à la question "Comment définir la rue ?" ou encore "Qu'est-ce qui la caractérise ?" n'est peut-être pas aussi facile. En effet, elle présente une série de contradictions, de paradoxes qui rendent son appréciation et son approche complexes. Au moment même où il nous semble pouvoir la cerner enfin, elle s'échappe encore. Au final, elle ne laisse donc que l'image d'une rue qui se cherche. Peut-on aujourd'hui lui assigner une vocation ? La rue des restos ? La rue du shopping ? La rue du dépannage de certaines populations ? La rue des Arts ? Autant de questions restant en suspens tant les contrastes et les contradictions sont prononcées.

Contrastes et paradoxes

« Si la rue Cortel était un meuble, ce serait une maie »

Comme la maie, la rue Cortel est ici associée à un meuble traditionnel, ancien, prisé des brocanteurs et noble de part sa fonction. Il servait en effet à faire "monter" le pain. Cette comparaison, très imagée, reflète toutefois la dichotomie qui marque profondément cet espace. Un fossé sépare en effet la richesse du patrimoine architectural et culturel de la **pauvreté** des activités qui y sont développées.

« C'est quand même affolant de penser que pour l'été ils ont été obligés de peindre les vitrines pour camoufler la misère. »

« Rue Cortel, ce sont des magasins fonctionnels, qui n'ont aucune recherche d'esthétisme, qui puissent attirer le regard ou l'envie de... »

Il coexiste donc sur ce même espace une série de vitrines vides et désaffectées et des joyaux historiques telle que la maison à pan de bois reconstruite sur laquelle figure trois poteaux sculptés du XVIème siècle. Le contraste est aussi saisissant lorsqu'on observe l'état du bâti.

« Si la rue Cortel était un livre, ce serait les misérables »

En suivant l'inspiration des Joviniens, il apparaîtrait plus amusant de traquer Valjean, ou d'« aller à la chasse au Dahu dans cette rue que d'y faire ses courses. » Cette image illustre alors l'aspect actuellement triste et dénudé de cette rue.

« Pour les touristes, c'est un peu tristounet les rues de Joigny. »

Le contraste est d'autant plus fort que l'on connaît le rôle et la place que cette rue a joué et occupé dans l'histoire. Considérée comme l'entrée de la ville, la " Grande Rue", elle abrita pendant longtemps les principaux commerces de Joigny, occupant ainsi une place centrale dans la ville. Mais derrière les « misérables » se cachent la force de caractère de Valjean, sa noblesse, son honneur !

« Si la rue Cortel était un objet, ce serait un entonnoir. »

Un simple coup d'œil sur le plan de Joigny suffit à révéler la rue Cortel comme La "pénétrante" de la vieille ville, l'axe direct et évident de prolongation du pont. Dans la réalité, c'est plutôt l'impression d'une rue qui cherche à s'esquiver, à se dérober, à se faire oublier qui domine. Trop discrète, presque invisible, elle refuse de se donner au premier regard de celui qui se trouve sur le pont. A son entrée, elle n'ouvre au visiteur que timidement son cœur se parant d'une façade borgne et délimitant son espace par une chaîne.

Bref, on ne la devine pas !

« et si on refaisait la place du pont et qu'on en profite pour refaire l'entrée ? »

Un urbaniste qui s'ignore mais qui sent fortement ce qu'il faut faire et que reprennent en cœur les autres consommateurs de la table ronde !

Une rue tirillée entre deux mondes

En raison de son emplacement et de l'évolution du commerce ces dernières années, la rue Cortel relie les deux pôles que sont le patrimoine culturel matérialisé par le "kilomètre historique " et la zone commerçante qui s'étend des quais à l'avenue Gambetta. Prisonnière de ces deux espaces d'attractivité, elle semble aujourd'hui hésiter sur ce qui pourrait être sa propre vocation.

Afin de répondre à la question « qui est-elle ? » il est important de mieux connaître ceux qui la pratiquent tous les jours ou qu'occasionnellement à travers la réalisation d'une typologie.

Deuxième partie : TYPOLOGIE DES USAGERS DE LA CORTEL

Ou matérialisation de « l'écart »

« Les Tankyaças »

Les « Tankyaças » représentent l'ensemble des individus qui montent la rue Cortel avec l'objectif précis de se rendre dans leur magasin favori (les achats flèches). Joviniens, parisiens ou habitants des environs, ils lui manifestent une fidélité infaillible. Si ce magasin précis venait à disparaître ou à déménager, la rue ne présenterait à leurs yeux plus aucun intérêt. Ce sont avant tout des clients **d'un** magasin avant d'être des arpenteurs de la rue Cortel.

En parlant de sa boutique préférée : *« Je regarde tout dans le détail, le petit objet qu'elle pose, elle a des trucs qu'on voit même pas dans les villes d'Auxerre, c'est étonnant, c'est recherché. »*

« A force, on se connaît bien depuis des années. »

« Les Onnavets »

Les « Onnavets », Joviniens de souche le plus souvent, continuent à espérer le retour du "Joigny de toujours", celui qu'ils ont connu dans leurs jeunes années et qui demeurent pour eux la référence et le modèle. Difficile alors d'imaginer comment les choses pourraient évoluer sinon dans une direction tournée vers le passé.

« Avant, on avait le Sablier Bleu, qui était juste de l'autre côté du pont... C'était très bien... malheureusement il est parti ».

« Avant, y'avait un petit resto sympa (la marmite), y'avait du monde, une bonne fréquentation. »

« Quand je suis arrivé à Joigny, il y avait beaucoup de commerces, c'était très vivant. Bon maintenant, il y a de moins en moins de commerçants donc je ne sais pas ce qui pourrait y avoir pour remplacer. »

« Avant, on avait des chapeliers, des vêtements pour dame. »

« Les résiniés »

Les «résiniés » sont aussi indifférents tant à la fermeture des magasins qu'à la baisse de la fréquentation de la rue Cortel. Ils n'en ont pas pour autant changé leurs habitudes et continuent d'y faire leur shopping. A aucun moment ils n'imaginent leur rue autrement. Dans tous les cas, ils sont donc peu bavards, peu inventifs et se refusent à prendre des risques.

« Oh ben, je pense qu'il y a tout ce qui faut par ici : il y a une pharmacie, il y a le boulanger, il y a tout. Oh ben, ce que j'voudrais c'est qu'elle reste propre comme ça, qu'on puisse s'y promener. »

« La rue elle est comme ça, elle est comme ça, on peut pas la changer. On va pas repousser les murs des magasins, c'est pas possible. »

« Les Occasionnels »

Les « Occasionnels » ont, à l'inverse, définitivement tourné la page de la rue Cortel. Pour eux, l'affaire est désormais classée et leur centre d'intérêt et d'achat se sont résolument déplacés vers les autres pôles que sont Intermarché, Sens, Auxerre...

« J'ai pris d'autres habitudes : je n'y vais pas du tout »

« A Joigny, il n'y a rien »

L'une des raisons les conduisant à désertir cette rue repose sur le **déficit d'image** associé à cet espace. En effet, le **lieu d'achat** (ville et magasin) **importe autant** que l'objet acheté.

« Les gens trouvent ça mieux d'aller à Sens ou à Auxerre. »

ils courent alors dévaliser les magasins franchisés ou de marques leur permettant tout à la fois de se référer au modèle uniformisé tout en ayant l'impression de cultiver une certaine originalité.

« Les Safépènavoirs »

« Les safépènavoirs » occupent les logements insalubres situés derrière le cache misère que représente la rue Cortel.

« Monsieur Safépènavoir » est un habitué inconditionnel du "bar de la Cuvette" où il gratte fébrilement des millionnaires en fumant ses gitanes maïs. « Madame Safépènavoir » quant à elle se montre plus discrète car pour elle dans cette rue :

« c'est pas encore ça qu'est ça ! »

Effectivement, Cortel est d'abord trop chère pour elle d'autant qu'elle n'y trouve pas son bonheur.

« C'est vrai qu' y a des belles boutiques pour ceux qu'ont les moyens. »

Quand son beau-frère peut l'emmener, elle passe alors le samedi après-midi « à l'Intermarché » mais pour rien au monde, elle ne rate le marché du mercredi matin où elle dégotte ses bonnes affaires.

« Les Ceukifonpeurs »

« Les Ceukifonpeurs » sont les blousons noirs de la rue Cortel, un peu voyous, un peu canailles, ils sont là, ils traînaillent. Pas de difficulté pour les repérer : ils sont toujours en groupe, que l'on n'ose aborder le soir ou la nuit dans les recoins des boutiques qu'ils se sont appropriés.

« On devrait éviter tout ce qu'il y a d'encoignures pour éviter que les voyous dégradent. »

Les petits trafics ne suffisent pas à occuper toutes leurs journées. Pour passer le temps, ils alpaguent alors les passants de la Cortel laissant ainsi planer ce sentiment de crainte et d'insécurité.

« Moi j'ai déjà vu des gens qui se faisaient provoquer par des jeunes voyous ! »

« On passe, on se fait insulter, on sait même pas pourquoi. »

« Les Foxabouges »

« Les Foxabouges » sont des militants dans l'âme. Toujours en gagés et impliqués, ils luttent vaillamment contre la mondialisation, l'uniformisation, l'américanisation, le maïs transgénique, le poulet aux hormones et les grandes surfaces. Fortement sensibilisées aux problèmes de la rue Cortel, ils sont les "José Bové" de Joigny en défendant la ville comme une cause personnelle.

« A chaque fois que je viens là, tous les samedis, je me dis "Non de dieu que c'est beau"! C'est vrai, je suis très très amoureuse de Joigny, très très amoureuse de Joigny donc voilà. »

Sous aucun prétexte ils n'abandonneraient la rue et les commerçants qu'ils soutiennent. Bien qu'ils rêvent parfois d'une autre Cortel, plus vivante et plus attrayante, ils continuent et s'efforcent cependant d'y faire quelques achats parce que, plus que jamais, ils croient en elle !

« Il faudrait des petites choses avec plus de caractère peut-être et des lieux qui pourraient amener un peu de monde, un peu de vie, mais on arrive quand même à trouver tout ce que l'on veut, faut dire ce qui est. »

« Les J'nyvéplu »

« Il n'y a plus rien là-bas, qu'est-ce que vous voulez que j'aille y faire ?! »
« Oh, c'est pas grave on se débrouille autrement : Intermarché, Bricomarché, Décathlon, les magasins d'Auxerre, et si on veut faire de grandes courses pour toute la famille et des affaires, il y a Troyes ! »

Ce dernier discours est le plus **répandu** !

Toutes ces typologies tiennent plus des Pokémons que de Cathelat, car comme on vous l'a dit plus haut, la rue et ses indigènes sont difficiles à cerner car, il y a interférences et brouillage avec les peurs, avec l'état actuel de la rue, les habitudes qui ont changées. Oh, ils sont capables de dire ce qu'ils voudraient, mais presque dans une rue imaginaire, sur lequel, ils ne mettent pas facilement le visage de Cortel

tellement elle est défraîchie ! Comme il est compréhensible de difficilement trouver « Casque d'or » dans Mme Rosa !

Ce qui est visible dans tout cela, c'est que nous avons des problèmes à sérier des « prescripteurs » ou même des « exclus » tant la couleur grise a teinté jusqu'aux mentalités ! Le rejeton de tout cela, le bébé d'une sorte de déception, c'est l'indifférence, le non-besoin de réclamer à Cortel, ce qu'on pense qu'elle n'est pas capable de nous donner !

Ne plus avoir d'exigences et s'organiser en conséquences !

Ceci montre bien qu'il nous faudra vraiment faire tout neuf, tout bougeant, d'un seul coup !

Mais s'il y a indifférence, déception, c'est que pas loin il y a désir d'être étonné, surpris, de vouloir avoir tort, de ne penser qu'au miracle !

Mesdames, Messieurs, les futurs décisionnaires, il y a un **cri** derrière tout cela ! Le Jovinien est triste de sa mauvaise figure ! Il nous donne à voir que ce qu'il veut bien nous montrer !

Alors banco ! Nous leur avons demandé de rêver à des scénarii de futur Cortel, nous les avons aidés à aller loin.

Ils ont été jusqu'au « panard intellectuel » de penser que le **luxe** et la **distinction** étaient faits pour Joigny !

QUELQUES SCENARIIS

- La vieille ville pleine de petits hôtels et de petites gargotes.
- La rue Cortel pleine d'artisans d'art et d'antiquaires.
- La rue Cortel possédant des magasins avec des très grandes marques.

Ils ont commencé par les artisans d'art ! Une personne l'a d'abord proposé et tous d'acquiescer comme si c'était d'une évidence incontestable, ceux là même qui se lamentaient sur « ceux qui faisaient peine à voir ».

Puis les antiquaires sont arrivés aussitôt, on se demande même pourquoi ils ne sont pas déjà là ! « *c'est vrai, c'est tout de même bizarre qu'il n'y en ait pas !* »

Puis, ils ont même dit que « *là haut, à coté de l'arbre de Jessé, c'est là qu'il y avait les plus beaux magasins pour y mettre un beau parfumeur avec des grandes*

marques, ou un magasin rassemblant des accessoires de chez Hermes, un truc comme cela ! »

Ces gens s'emportent avec juste titre, car ils sentent dans leurs tripes ce que leur ville est capable de produire !

Quand l'aménagement rejoint l'animation, c'est que le pouvoir C fait des siennes !

Bravo les consommateurs, Bravo les Joviniens vous n'êtes plus indifférents quand vous mettez votre ville en majesté !

Troisième partie : QUELLE RUE CORTEL POUR DEMAIN ?

Attentes des usagers

Projet 2000 : Création d'une ZACA : « Zone d'Aménagement Carrément Attrayante »

La Rue Malmenée : « Y-a-t-il un flic pour sauver la rue ? »

A la récurrence des propos énoncés par les usagers concernant les phénomènes de violence et d'insécurité s'oppose une invisibilité de prise en considération de ces problématiques. Les constats sont effectués, mais les solutions apportées pour y remédier sont quasi-inexistantes tant aux yeux des usagers que des riverains. Selon eux, elles procèdent davantage d'un mode curatif, de réparation que préventif.

« Le matin à cinq heures quand vous passez il y a des fleurs arrachées. Si vous venez à huit heures, elles seront déjà ramassées. »

Si l'efficacité de la chaîne placée à l'entrée de la rue n'est qu'un médiocre pis aller, elle conserve un caractère encore trop perméable face aux problèmes de petite délinquance. (même s'ils disent qu'il y eu tout de même des améliorations !) Les consommateurs réclament avec véhémence de renforcer les moyens de lutte contre la violence par une forme de traitement plus radicale : la présence des forces de l'ordre.

« Avant il y avait un maître chien et un policier de la ville. »

« Quand on a mis un flic sur la place pour verbaliser, je peux vous dire que les gens, au bout de trois jours, ils se sont pliés. »

A l'exemple de ce qui a pu être pratiqué, il y a quelques années au niveau de la place du Pilori, le maintien pendant quelques jours d'un policier permettrait peut-être de bouleverser les habitudes des contrevenants. Toutefois, si la présence des forces de l'ordre apparaît souvent nécessaire, peut-être faudrait envisager d'autres actions notamment en direction des jeunes. Disposent-ils dans ce quartier (ou dans un autre) d'espaces d'activités et d'expression de type « **café pour eux** » (jusqu'au cybercafé, évoquent-ils ces jeunes) et d'espaces de détente (en plus des équipements sportifs, dont ils sont contents).

« La rue, c'est un lieu de rencontre avec des copains, on se promène dans la rue, on discute, si on veut se taper un petit baby-foot, un petit truc comme ça, ben... mais là y'a rien dans la rue piétonne. »

(et les moins jeunes à propos des jeunes) : *« Ce qui me fait le plus mal au cœur, c'est les jeunes qui sont là, comme ça... alors ça, ça me tue. »*

La Rue Délaissée : « Mais que fait la mairie ? »

Il est dans l'habitude, surtout en cas de crise aiguë, de pointer du doigt un "coupable", un "responsable". La population, profondément marquée par le drame de l'explosion et des effondrements successifs, a cette tendance à reporter son malaise sur la municipalité. En effet, ils lui font communément porter le poids de :

- l'absence de rénovation et d'entretien du bâti (cf. bâtiment de la Marmite)

« C'est quand même du ressort de la municipalité, c'est dangereux, on laisse pas en centre ville un bâtiment qui à la rigueur va s'écrouler. »

- **le défaut d'un projet mobilisateur** permettant de créer un lien, de la cohérence et l'établissement d'une certaine coordination. Il en résulte un manque de communication préjudiciable tant au développement de la rue qu'à l'image de celle-ci auprès des usagers. *« y faut qui prennent des décisions ! »*

« On a vu des petites villes qui se sont mises à revivre parce que derrière il y avait des gens, oui une envie collective mais seule non non. »

Il est vrai que le malaise des Joviniens concernant les drames qui ont ébranlé la rue Cortel (explosion, effondrements de planchers, chute de cheminée...) est réel au point que certains redoutent encore aujourd'hui d'emprunter cette rue. On peut parler ainsi d'un véritable "syndrome de la rue Cortel" (le syndrome Toutatis) dont nous parlâmes plus haut.

L'absence de réparation, de rénovation ou le manque de communication sur les projets envisagés à propos du bâtiment de la Marmite entretiennent ce syndrome et **empêchent les joviniens de faire le deuil de ces drames**. Pourtant, le fait de pouvoir tourner la page constituerait une condition sine qua none à la mise en perspective de projets futurs novateurs.

Cortel : une rue à la hauteur

A. Pour soigner sa longévité : offrons-lui un bon lifting

A la question « Quels changements pourrait-on envisager dans la rue Cortel pour améliorer son aspect ? », les usagers ont souvent exprimé des envies et des idées de changement similaires. Ainsi, quelques thèmes sont revenus de façon récurrente :

- **Restaurer et colorer les façades** pour que l'on ne puisse plus dire : « Si la rue Cortel était une couleur se serait le gris ».

« Quand on arrive comme ça, une maison toute fleurie ça changerait tout. »

« Cet immeuble là il faudrait qu'il rappelle le vieux Joigny : en torchis... en ocre comme la haut ! »

- **Mettre la rue en scène** au travers d'éclairages valorisant le patrimoine (l'Arbre de Jessé et les maisons à pan de bois) et assurant une plus grande luminosité pour rassurer les passants qui traversent la rue Cortel de nuit.

- **Créer des espaces conviviaux** avec un agencement esthétique et fonctionnel : bacs à fleurs, fontaines, bancs, verdure afin que le touriste, la mère de famille avec ses enfants, les personnes âgées puissent bénéficier d'un endroit agréable pour se reposer. Pourquoi ne pas envisager cet espace place Cortel qui aujourd'hui n'invite pas à une halte ?

« Il faut qu'on respire, qu'on respire »

- **"Redresser la pente".**

« Cette rue, elle a un gros défaut : elle monte. »

Avec la diminution de l'offre commerciale (choix et quantité) due à la fermeture des magasins, les efforts à fournir pour gravir la côte paraissent plus coûteux :

« Quand il y avait tous les commerces, on ne se rendait pas compte que la rue montait »

Ils disent même que l'idée pourrait être alors de recréer une montée en paliers successifs par l'aménagement de grandes marches d'escaliers, de bandes plates, qui permettraient aussi

d'installer des terrasses de café. De plus ce réaménagement permettrait de reconquérir une clientèle âgée qui craint de tomber dans cette rue pentue.

« Les personnes âgées au bout d'un moment, elles peuvent plus la grimper cette rue donc soit elles restent en haut et elles font leur marché la haut, soit, elles déménagent et puis elles vont ailleurs, soit encore elles prennent un taxi et elles vont au marché ou à l'Intermarché. »

- « et puis vous croyez pas que la mairie, elle devrait pas demander aux propriétaires de tout refaire, il est quand même temps ! Y attendent l'accident, y pensent que c'est pas encore assez pourri ? »

Ce serait donc le moment de répondre au cri du cœur !

B Perceptions des consommateurs : quelles attentes ?

Les commerces qui manquent

Revenons sur le panel de commerces qu'ils souhaitent dans ce nouveau réaménagement. Au cours des tables rondes et des entretiens pratiqués, il est apparu un déficit de commerces, ceux là même qui pourraient avoir une clientèle. Toutefois, les requêtes peuvent être regroupées en deux catégories, selon qu'elles sont récurrentes ou non.

Requêtes :

<i>Les impondérables</i>	<i>Les originales</i>
<p>Un salon de thé <i>« Il y a eu un salon de thé il y a déjà un certain temps, ça faisait aussi pâtisserie, moi j'emmenais ma fille boire un chocolat et c'est vrai que ça manque. »</i></p> <p>Un café sympa <i>« Moi je viens d'une grande ville où on peut aller boire un petit café entre copines, c'est vrai qu'à Joigny y'en a pas... On a testé le bar de la Civette et euh... hum... »</i></p> <p><u>Gastronomie régionale :</u> Un bar à vin, un caveau, il s'agit de proposer aussi bien aux joviniens qu'aux touristes un lieu où l'on puisse déguster des mets du terroir agrémentés de petits vins.</p> <p>Une épicerie fine Pourquoi ne pas associer la dégustation du vin à la vente de produits régionaux voire nationaux pendant la période touristique. <i>« Il faudrait une petite boutique qui offre des produits du terroir : la petite bouteille de Chablis, les</i></p>	<p>Un Cybercafé <i>« Il faudrait un bar Internet qui attire pas mal de monde, ceux qui ne l'ont pas forcément. Ca se fait à la Poste et ça marche. »</i></p> <p>Un bar/salle de jeu <i>« Y'a pas de lieu où l'on se retrouve, où on pourrait se faire un baby-foot ou un flipper, un bowling</i></p> <p style="text-align: right;"><i>escargots</i></p>

A la vue de ce tableau, une attente très marquée se dégage en matière de création d'espaces de sociabilité ouvert notamment à la clientèle féminine peu à l'aise dans les bars actuels de la rue Cortel.

« Rue Cortel, dans les cafés, il n'y a que des poivrots »

Cet espace pourrait également capter la jeune clientèle (lycées alentours) qui passe rue Cortel mais ne sait où s'arrêter pour discuter, se retrouver entre copains. D'autres ont proposé de *« déplacer les jeunes à côté de la gare et de faire dans l'ancien Intermarché un bowling avec un Cyber café ! »* Ceci nous est apparu comme une excellente idée !

Enfin, on a du mal à imaginer que l'unique café au bas de la rue Cortel et ceux des quais (tellement décriés : *« vous avez vu ces endroits ? »*) puisse satisfaire l'arrivée massive des visiteurs si nombreux. Où sont donc les petites terrasses pour les accueillir, les endroits sympas où l'on peut s'arrêter pour écrire une carte postale ou encore lire ?

Davantage de professionnalisme

- Les horaires d'ouverture et de fermeture des commerces, ont systématiquement été incriminés comme cause première de la désaffection des magasins de la rue Cortel.

« C'est aux commerçants de donner envie d'entrer. »

A ce sujet, trois types de reproche ont pu être évoqués par les consommateurs :

- Trop grande coupure entre 12 heures et 15h30

« Si on veut être compétitif par rapport aux intermarchés qui sont ouverts entre midi et deux et que tous le monde soit pareil. »

- Absence d'uniformité entre les différents commerces du centre ville

« Moi qui suis extérieur, je trouve que les horaires des commerçants sont un peu farfelus ».

« On se dit : tiens, on va faire les commerces, ça ouvre à 14h30 et puis à 15H00 c'est fermé... moi je reviens plus. »

- Manque de flexibilité

« Moi déjà, j'ai déjà vu une grille se fermer devant moi à midi, ça m'avait fait drôle. »

- Puis arrive le manque de choix à la fois dans le nombre de magasins et dans les marques ! Mais nous le reverrons plus loin !

B Les scénarios de Cortel

Et si vous aviez à recréer la rue Cortel ?

Croyez-vous qu'ils vont aborder le prêt à porter féminin ou masculin, les vêtements pour enfants, ou la maroquinerie ? Non cela viendra dans un deuxième temps, comme s'ils en avaient pris leur parti, comme s'ils s'étaient depuis longtemps organisés autrement !

La discussion autour de la table ronde a fait émerger trois projets différents destinés à redynamiser la rue (aussi étonnant que cela soit !):

1 -Un pôle artisanal et artistique

L'idée émise par plusieurs personnes interviewées consiste à créer un pôle artistique (expositions, ateliers, galeries) et/ou artisanale (maroquinier, potiers) rue Cortel. Le lieu, de par sa situation topographique et historique semble en effet tout à fait approprié à l'installation de ce type d'activités. La question qui reste encore posée concerne les différentes formes de mise en application : ouverture pendant la saison estivale uniquement ? les week-ends ? tous les jours de la semaine ? Commerce capable de vivre sans subventions ? Peut-être, disent-ils, qu'il faudrait imaginer l'installation d'une zone artisanale et artistique vivante et interactive qui permettrait alors aux usagers de profiter d'ateliers d'initiation ou de formation (stage de découverte, week-end...)

« On veut quelque chose d'artistique, de beau, des gens qui fabriquent des choses de qualité, pour une ville comme ça c'est logique !. »

« Moi je ferai des lieux où il y ait du beau, moi je ferais quelque chose de beau ici. »

« Il y a plein d'artistes dans le coin qui souhaiteraient venir s'installer, qui sont passés à différents moments pour voir ce qui se passe. »

2 Une rue à thème

A l'image des différentes festivités qui sont déjà organisées (Les Nuits Maillotines, La fêtes des vendanges) l'histoire de la ville de Joigny ne pourrait-elle pas aussi inspirer les projets d'animation de la rue Cortel ? Reste là encore à déterminer la périodicité (une animation par mois ? pour un week-end ?...) et son mode de fonctionnement (financement par la ville ? les commerçants ?) *« Et si c'était la rue de la gastronomie de la région, et de Joigny ! »*

3 Un espace haut de gamme

Pour le moment, il semble que les commerces de Joigny ne soient pas encore en mesure de capter la clientèle aisée. Car il ne fait plus de doute qu'elle est présente sur Joigny. Il s'agit d'abord des familles de la bourgeoisie jovinienne et de tous ceux qui disposent d'une résidence secondaire dans la région. A cela s'ajoutent les nombreux touristes (13 700 en 1999 dont 10% sont étrangers –Anglais, Allemands et américains) souvent clients de Lorain ou ceux qui arrivent à Joigny attirés par le tourisme fluvial (pénichettes, l'Anacoluthé).

« Il y a une clientèle aisée à Joigny, mais elle va à Paris parce qu'il n'y a rien ici. »

« Il y a tout ; il y a même un super restaurateur... il y a quand même une clientèle aisée... c'est une ville de Bourgogne qui est superbe»

Bref ils sentent, ils expriment que la légitimité de Cortel passe par quelque chose de « tiré vers le haut » !

Conclusion :

Quand on se met à rêver de Cortel, quand on les prend en flagrants délits d'excitation amoureuse sur leur ville, **l'indifférence disparaît, le marché potentiel apparaît !**

Avec lui doivent apparaître de vrais professionnels !

Dans l'histoire que nous avons commencée à raconter nous avons maintenant des personnages forts !

JOIGNY, UNE VILLE A QUI IL NE MANQUE RIEN ?

Puis-je déceimment la présenter à des cadres ?
Tout est-il prêt pour le grand bond en avant ?
La population est-elle assez jeune ?
La population est-elle assez brassée ?
Y a t il une brillante zone industrielle ?
Y a t il un centre historique suffisamment **vivant** ?
Y a t il des classes moyennes ?
La bourgeoisie locale a t elle accepté les mutations sociologiques ?
Est ce une ville où l'on a le sens de l'accueil et des traditions ?
Les jolies femmes sont-elles particulièrement nombreuses ? (ndlr)
Est ce une ville qui a une très belle image de jeunesse et de dynamisme ?
Est ce une ville où l'on a très bien su s'adapter à la modernité ?
Est ce une ville où l'on trouve une animation garantie ?
Est-ce une ville réputée pour un grand restaurant ? (ah ! ça oui !)

Si oui,

JOIGNY s'empare t elle d'une partie du pouvoir culturel régional ?

Il y a tout à JOIGNY /

- des services administratifs complets
- des écoles d'enseignement primaire et d'enseignement secondaire
- des collèges publics et privés
- des lycées professionnels
- des BTS
- de multiples entreprises ayant plus de 25 salariés
- des zones d'activités
- des zones industrielles
- des musées et bientôt encore mieux
- une salle de cinéma, salle de spectacle
- un splendide marché
- des salons superbes en [mairie] Caisse d'Epargne
- un Château Gondi
- des salles d'exposition
- la maison du Bailli
- d'autres maisons exceptionnelles
- une Sainte
- des serres municipales
- un vignoble

Bref, autant d'endroits où l'on peut recevoir du monde.

- Stades et gymnases
- piscine
- Des cours de tennis
- Des associations sportives (22)
- Des restaurants, dont certaines exotiques, pourvu qu'il y en ai pas de trop de ceux là !
- De sites touristiques
- Des associations musicales

- Une gare
- Une bibliothèque
- Des banques
- Des hôtels
- Un camping
- Des médecins
- Un hôpital
- Des professions libérales
- Un notaire
- Des huissiers
- Des églises
- Des ruelles, des traboules
- St Thibault, St Jean, et St André
- Des grandes surfaces
- Une qualité de vie exceptionnelle
- Un fleuve

Bref, on a tout !

Sauf ...une partie du Pouvoir **C**

JOIGNY MONSIEUR ÇA VOUS RAPPELLE QUOI ?

JOIGNY ça me rappelle Lorain (18/20 GM)

STOP

- Bien sûr ça ne nous rappelle pas Cagnes sur Mer quand on va au Cagnard (16/20 GM)
- 9 fois sur 10 quand on est au Cagnard on va se promener dans le vieux Cagnes ; il le mérite
- JOIGNY le mérite aussi !
- Bien sûr quand on va chez Trois Gros (18/20 GM) on ne se promène pas dans Roanne, car cela ne le mérite pas ...
- JOIGNY lui le mérite !
- Bien sûr quand on va « A l'Auberge des Cimes » ((18/20 GM), Monsieur Marcon a aménagé son petit village, on s'y promène !
- On digère sur le bord de L'III
- Ne pourrait-on faire un petit « rot » discret sous la voûte de St Jean ?

Il va falloir donner en plus du nom Lorain un **cadre** à JOIGNY

Il va falloir redonner une **personnalité** à la ville

Il va falloir faire couler la vie à JOIGNY,

Il va falloir donner une image à la ville et de la couleur.

Y CROIRE !

Non seulement il va falloir passer de l'hébétude et de la morosité à l'euphorie, mais également comprendre que les gens sont prêts à dépenser de l'argent pour leur plaisir.

Vous allez me dire que par les temps qui courent, Stop ! On sort d'une neurasthénie de la consommation : les gens ne restreignent plus leur budget comme avant, sur beaucoup de secteurs, mais préservent une partie de leurs dépenses pour leur bien être et pour se faire des « petites gâteries ». Quant aux gens qui viennent chez Lorain, ou ceux qui « pénichent, ils sont prêts à « craquer » !

Si 22 500 personnes se promènent en voulant dépenser de un peu, « la petite gâterie », à beaucoup, il vaut mieux qu'ils le fassent à JOIGNY qu'ailleurs, et il vaut mieux que les Joviniens le fassent à JOIGNY.

Les affaires se font quelques parts et en particulier dans ces moments là, et nous serions coupables de ne pas tenter d'en prendre une partie.

JOIGNY DOIT CROIRE EN JOIGNY...

Votre ville a toutes les caractéristiques pour devenir une ville conviviale, si elle ose se doter d'attributs de séduction. Il va falloir oser sortir des schémas usuels. Il va falloir aussi savoir être un peu poète, historien, visionnaire, et ne pas craindre de parler de choses qui étonnent, afin de proposer pour cette ville des initiatives qui sortent de l'ordinaire. JOIGNY peut se le permettre et doit travailler le convivial. Le spectacle des autres, la grande comédie de la vie, donneront aux Joviniens l'envie de consommer de plus en plus à JOIGNY. Ma fameuse **contamination** !

Il va falloir rajouter un peu de prestige et de panache à JOIGNY !

Le panache, ce n'est pas seulement quelque chose de cher, mais c'est réussir à travailler en homozygotie, en patchwork, afin d'attirer les clientèles pilotes qui attirent elles mêmes les autres clientèles.

Notre objectif est de renforcer autant que faire se peut l'image de la ville et sa capacité attractive générale. Cela passe d'une part par Cortel, du pont à Jean de JOIGNY, d'autre part de la Caisse d'Epargne à saint André, kilomètre historique qu'il faut faire vivre !

Avoir des bons projets et avoir des projets tout court, sera non seulement le combustible que vous fera avancer, mais également le booster qui vous fera vous dépasser.

L'Opération CORTEL va permettre à JOIGNY de passer des interrogations à la hardiesse. L'Opération CORTEL va être ce fameux déclic qui va nous emmener à la réussite.

Il va vous falloir intégrer la notion de pouvoir **C** dont je vais peut-être me décider à vous entretenir. La chose prioritaire majeure est de créer une image forte que votre ville est capable de se forger très facilement. Pour cela, il va falloir être poète, avant d'être technicien, visionnaire avant d'être gestionnaire, gestionnaire avant d'être ruiné.

Alors ce pouvoir **C** ?

Ce qu'il ne faut pas oublier

QUELLE EST LA DIFFERENCE ENTRE...

Et	Un très grand acteur Une vedette mondiale	Philippe NOIRET Jacques NICHOLSON
Et	Une femme superbe Un mythe	Juliette BINOCHÉ Ava GARDNER
Et	Un excellent chanteur Une star internationale	Claude NOUGARO Franck SINATRA
Et	Un grand magasin chic Un grand magasin luxueux	Le Printemps Harrod's
Et	Une voiture qui plaît Une voiture qui séduit	Laguna BMW 525
Et	Une université réputée Une université consacrée	Toulouse Harvard
Et	Une technopole célèbre Une Sun belt prestigieuse	Sofia Antipolis Silicon Valley

REPONSE : beaucoup de choses, mais aussi et surtout :

Etre soutenu par un « POUVOIR CULTUREL »

ETRE SOUTENU PAR UN « EMETTEUR CULTUREL »

Pourquoi, quel rapport avec Joigny ?

Ce qu'il ne faut pas oublier

QUELLE EST LA DIFFERENCE ENTRE ...

Et Une femme charmante à qui on offre des babioles,
Une femme ravissante à qui on offre des objets de valeurs,

Et Un restaurant où, après le repas, on commande un pousse-café,
Un restaurant où, après le repas, on commande du champagne,

Et Une ville où l'on décide d'installer une entreprise,
Une ville où l'on décide d'installer un siège social,

Et Une ville où l'on se rend avec plaisir, mais seulement quand on doit le faire,
Une ville où l'on se rend avec envie, en saisissant chaque occasion possible.

REPONSE :

Beaucoup de choses,

Mais aussi et surtout :

DETENIR UNE PART DU POUVOIR CULTUREL

Là on est en plein dedans !

Ce qu'il ne faut pas oublier

- Pour soi même
- Pour sa famille
- Pour ses enfants
- Pour ses contacts

La qualité de vie est un moteur économique

- L'animation
- Les loisirs
- La convivialité
- Le plaisir
- Le cadre de vie
- L'amusement

Le pouvoir C en est « L'Over Drive »

- La fierté de montrer où l'on vit
- L'assurance de séduire ses visiteurs
- Le sentiment qu'il n'y a pas mieux ailleurs
- Bénéficier d'un cadre de vie « sublime ».

MAIS

**POUR FAIRE TOURNER LE MOTEUR, IL FAUT UN PROJET, UNE
THEMATIQUE, UNE HISTOIRE, DES PERSONNAGES... DES ACTEURS**

Ce qu'il ne faut pas oublier

AUX USA

NEW YORK
LOS ANGELES
CHICAGO
DALLAS
SAN FRANCISCO

ne fait pas de l'ombre à
ne fait pas de l'ombre à
ne fait pas de l'ombre à
ne fait pas de l'ombre à
ne fait pas de l'ombre à

LOS ANGELES
CHICAGO
DALLAS
SAN FRANCISCO
BOSTON

EN RFA

MUNICH
FRANCKFORT
BERLIN
HAMBOURG

ne fait pas de l'ombre à
ne fait pas de l'ombre à
ne fait pas de l'ombre à
ne fait pas de l'ombre à

FRANCKFORT
BERLIN
HAMBOURG
STUGGART

EN ITALIE

MILAN
ROME
VENISE

ne fait pas de l'ombre à
ne fait pas de l'ombre à
ne fait pas de l'ombre à

ROME
VENISE
NAPLES

Pourquoi ? Parce que toutes ces villes, dans leurs pays respectifs :
DETIENNENT UNE PART DU POUVOIR CULTUREL

C'est à dire

Les grandes entreprises
La vie des affaires
Les grands médias

Plus

les créateurs de mode
Les évènements culturels
Les hôtels de grand luxe
La vie mondaine, etc. ...

EN FRANCE

PARIS
PARIS
PARIS
PARIS
PARIS
PARIS
PARIS

fait de l'ombre à
fait de l'ombre à
fait de l'ombre à
fait de l'ombre à
fait de l'ombre à
fait de l'ombre à
fait de l'ombre à

LYON
MARSEILLE
STRASBOURG
TOULOUSE
NICE
BORDEAUX
GRENOBLE

Et bêtement certains rajoutent que :

Auxerre et Sens font de l'ombre à Joigny !

NON Joigny a simplement un **déficit d'image et de pouvoir C** alors que Joigny a un grand nom !

Ce qu'il ne faut pas oublier

LE POUVOIR CULTUREL POUR « FAIRE LA DIFFERENCE »

Le pouvoir culturel est ce « truc », dont vous avez besoin !

Pour se démarquer au mieux et asseoir sa propre image.

Pour devenir l'égal de villes qui n'ont ni votre physique, ni votre contenu, mais qui vivent alors que **vous ne vivez pas !**

Pour attirer le meilleur monde ...

Mais aussi tous ceux qui s'affirment exigeants :

- les créateurs d'entreprises
 - les avocats internationaux (j'ai vu chez Lorain)
 - les bureaux d'études
 - les agences de communication (j'ai vu chez Lorain)
 - les grands journalistes
va, vous avez déjà l'Yonne républicaine !)
 - les artistes de renom
 - les artisans de talent
 - les clients généreux
 - les grandes bourgeoises
- mais aussi* - les affairistes
- les avocillons
 - les marchands de conseils
 - les vendeurs d'entregent
 - les potiniers plunitifs (ça
 - les barbouilleurs
 - les existentialistes
 - les pique assiettes
 - les demi-mondaines

Pour attirer ceux qui ont déjà réussi et aussi tous ceux qui veulent réussir.

Joigny quel nom, quel renom ?

JOIGNY possède d'abord et avant tout un nom, et quel nom !

En tout état de cause, une politique de restructuration et d'animation du centre ville, ne peut aujourd'hui viser à moins que quelque chose qui soit dans le thème du nom !

Pour ce faire, le technicien sera au service du visionnaire. Il ne devra plus, comme le passé, imposer ses vues, et fabriquer de la contrainte, basée sur une prétendue rationalité. En effet, cette rationalité, souvent, ne correspond à rien. Sachez que les « **décrétés tels** » des techniciens, nous jouent souvent des mauvais tours. Ainsi, on voit, dans de très nombreuses villes, à quoi ils peuvent aboutir :

- banaliser les espaces, et leur enlever ainsi toute leur personnalité
- créer un moule dans lequel les commerçants et les clients doivent s'adapter
- figer les choses et interdire toute créativité et toute vision

Nous verrons plus loin que dans cet état d'esprit, la rue Cortel et une partie du kilomètre historique devront être dotés d'espaces porteurs de pouvoir culturel. C'est ainsi, qu'un certain nombre de magasins porteurs d'image (boutiques de prêt à porter, galeries d'art, brocantes et antiquaires, petits bistros, échoppes de souvenirs, ...) devront être créés car ils seront destinés :

- à présenter des aspects avenants
- à illustrer une image de JOIGNY qui parle de son passé et de son futur
- à offrir un peu de rêve et de plaisir
- à remplir une fonction comédie de la vie

Cela ne veut pas dire non plus que les autres commerces ne devront pas être porteurs d'image et créateurs d'animation.

Vous sentez bien déjà que le projet aura une caractéristique majeure : celle d'une **ambition** que vous devez considérer comme **justifiée**.

Les investissements qui ont coûté le plus cher, ont déjà été faits depuis 2 000 ans par vos ancêtres.

LA REUSSITE

Nos riches voisins ou de puissants groupes ne s'y trompent pas, ils savent que la fortune ne se trouve plus dans les standards.

Il faut aujourd'hui oser sortir des sentiers battus, il faut avoir le courage d'anticiper les grands mouvements annoncés par les sociologues.

Aujourd'hui, il y a la puissance, et le retour aux saveurs non stérilisées.

Pour le moment, **JOIGNY est Non Identifiée ! (JONI)**

CHALLENGE

JOIGNY DOIT DEVENIR UNE DESTINATION A PART ENTIÈRE ET PAS SIMPLEMENT UNE PARTICULE D'UN GRAND CHEF, C'EST A DIRE UNE IDENTITÉ POUR LAQUELLE ELLE SERA CONNUE, RECONNUE ; ET DÉSIGNÉE. LE TRAVAIL REALISE DANS CETTE DIRECTION PAR EMILE ET SON EQUIPE EST REMARQUABLE !

ON DOIT POUVOIR VENIR A JOIGNY TOUT AU LONG DE L'ANNÉE PARCE QUE CE SERA PLAISANT. LES ICAUNAIS DOIVENT RETROUVER JOIGNY COMME LIEU DE PROMENADE ET DE CONSOMMATION!

ET SI VOUS N'AVEZ PAS LA PRÉTENTION DE TAPER FORT ET DE FAIRE FORT EN GOÛT, VOUS VIVOTEREZ EN FONCTION DES ALÉAS DES ENTREPRISES QUI SE FERONT OU SE DÉFERONT DANS VOTRE VILLE. LE COMMERCE SERA A LA MERCI DE LA COMPETENCE DE QUELQUES PERSONNES ! CORTEL SE « MEDITERRANISERA », PUIS S'ETEINDRA !

ÊTRE A LA MODE, SIGNIFIE CRÉER LES CONDITIONS DE DECORUM, DE MISE EN SCÈNE, QUI FONT QU'ON RECHERCHE TOUTES LES OPPORTUNITÉS POUR Y VENIR, QU'ON SOUHAITE RAPIDEMENT Y HABITER OU Y CRÉER RAPIDEMENT UNE ENTREPRISE.

UNE VOLONTE : Réanimer par ... l'animation

UN MOYEN DE RETOURNER LA SITUATION

- L'animation urbaine est un créneau
- L'animation met en valeur l'ensemble du patrimoine d'une ville (culture, identité, histoire)
- L'animation est un « produit » dont le client a besoin (contacts humains, convivialité)...
- L'animation a déjà prouvé sa grande capacité à être un moteur économique pour une ville
- L'animation est cependant un vrai métier, avec ses règles, ses contraintes et ses obligations

Les idées fortes d'animation et de restructuration de cette ville sont donc les bienvenues, puisque :

- bien menée, une telle action aura également pour effet de renforcer l'activité commerciale de Cortel ce qui est l'objet premier de notre mission
- et par ailleurs, toute action de revitalisation d'une ville est à mener dans le centre, puisque par définition c'est lui et non la périphérie qui porte l'image de la ville
- de plus, JOIGNY se prête particulièrement bien à ce type d'approche, car la ville possède un patrimoine qui pourrait déclencher l'imaginaire.

Jamais encore ce patrimoine n'a été exploité réellement ! Mais jamais, non plus, il n'avait été aussi prêt à être utilisé ! (bravo Gondi et bien d'autres endroits sont prêts !)

Distinction » et convivialité

En conséquence :

- cette ville aujourd'hui a une obligation de « **distinction** » et de **convivialité** et c'est Cortel, « **le lien** », qui lui donnera, en plus de la carte postale générale, et du renom,
- Cette ville peut se permettre quelques excentricités
- Alors cette ville gagnera en meilleure(s) ... fréquentation(s)

Si une ville comme la votre n'est pas persuadée qu'elle doit jouer la distinction, l'excentricité et la meilleure fréquentation compte tenu de son patrimoine, compte tenu de son physique, de son fleuve romantique, des clientèles amenées par M Lorain et le fleuve, alors que fera t on à Nœud les mines ?

JOIGNY A L'OBLIGATION DE SE CONFORMER A L'IMAGE TRADITIONNELLE DE LA QUALITE ET DU CHARME FRANÇAIS

Enrichir Joigny en « anoblissant Cortel : enrichir son commerce, enrichir son attraction une opération hautement commerciale

Pour capter et fidéliser au plus vite cette clientèle « potentielle », il convient donc de doter le site d'éléments réellement attractifs et non décréétés comme tels.

Les critères de séduction pour engendrer une contamination

Dans cette perspective, on gardera à l'esprit la distinction entre :

- la qualité objective d'un espace ou équipement
 - la valeur psychologique ajoutée que celui ci doit aussi fournir.
- la **qualité objective** d'un site attractif, réside on le sait, dans l'existence d'éléments tels que la beauté des sites, la facilité d'accès, la richesse culturelle, le professionnalisme du commerce, celui des prestations hôtelières, l'adaptation des équipements sportifs et de loisirs,... et aussi dans la prédisposition générale à l'accueil. Il s'agit là de données relativement aisées à rationaliser.
- Et la valeur **psychologique ajoutée** réside, elle, dans sa capacité à déclencher en plus, des phénomènes de convivialité et d'animation générale, des attitudes de « montre » ou de snobisme, qui fournissent une partie des spectacles, voire des effets d'identification à des modèles de comportements qui sont dans l'air du temps. Nos « bourges » de Joigny vont réclamer « une fashion atmosphéra » Elle relève donc à l'évidence, d'une démarche plus subjective. Cette valeur, est une condition indispensable pour déterminer dans l'esprit du consommateur, le pressentiment de satisfactions qui provoque son désir de ce rendre dans un lieu .

Vous avez compris que dans ce projet, nous avons besoin **d'attractions phares** et tout ce qui va suivre, mais nous avons besoin également **d'attractions d'appoint saupoudrées** sur le site, et de touches d'aménagement, qui permettent de créer une attractivité supplémentaire au site.

Ce genre de distinction porte à conséquence :

Ainsi, comprenez que l'utilisation d'un endroit populaire, par exemple une **brasserie/caveau** ou d'une activité culturelle, par exemple des Humanités dont on va vous parler plus tard, ne doivent plus être considérés comme une fin en soi, comme « la finalité objective » de la venue du client, mais comme devant être en plus, l'occasion voire le **prétexte d'une vie sociale**. Cette vie sociale, le client est libre d'en définir le contenu (contacts humains, spectacle des autres, frime, drague, etc. ...) et nous, nous devons imaginer l'aménagement qui favorisera ce contenu.

**Produire des fonctions attractives
...car elles attirent les client pilote**

Et

- La bonne animation et la convivialité
- Les attitudes de montre et le snobisme
- La pratique facile de multi activités
- Le plaisir de rester à ne rien faire

d'o

- Définir les équipements qui sont supports de ces fonctions
- Les structurer de manière à renforcer leurs capacités attractives

**Privilégier les clients pilotes
... car ils sont eux-mêmes une attraction**

Et

- La jeunesse de qualité
- Les clients socialement privilégiés
- Les fans de certaines activités
- Les clients qui savent s'amuser

d'où

- Définir les manières de gestion qui « satisferont » ces clientèles
- Les mettre en application au sein des équipements supports adaptés

**Afin de-créer dans Joigny un ethno système
« complet » dont on connaît les effets**

- Recréer le « living théâtre » avec tous ses acteurs, pas seulement ses...spectateurs
- Recréer la fonction « activité des uns = spectacle des autres » (sport, culture, frime, bonne humeur)
- Recréer la « coexistence pacifique » entre toutes les clientèles
- Recréer l'atmosphère qui rétablira Joigny dans sa fonction de décor de la grande comédie de la mode.

STRUCTURATION D'UN PROJET BASE SUR LE POUVOIR C

Les grands principes

La structuration de l'espace

Objectif 1 : Créer un espace à forte teneur culturelle (l'esprit du projet)

Objectif 2 : Créer un espace déclencheur d'animations (l'ambiance du projet)

Objectif 3 : Créer un espace en fonction de clients cibles (le succès du projet)

Ac – Définition des équipements classiques (rentabilisateurs du projet), je ne devrais pas commencer par eux, mais il faut asseoir d'abord le pragmatisme !

Aa – Définition des équipements phares (porteurs d'image du projet)

Ab – Définition des touches d'aménagements (enrichisseurs du projet)

B – Les formules d'exploitation

C – Les procédés de commercialisation

D – Les diverses actions de promotion (étapes ultérieures de travail)

Les grands sentiments

Créer de forts pôles d'attraction qui mêlent :

- la culture (qui ne rapporte que peu)
- l'animation (qui peut rapporter gros)

capables d'enclencher des effets entraînement :

- aux yeux de ses propres habitants
- aux yeux des visiteurs extérieurs :
 - habitants de la région
 - vacanciers, congressistes, touristes
 - résidents semi-permanents
 - investisseurs éventuels.

Créer des emplois et richesses directs supplémentaires

Créer des emplois et richesses induits supplémentaires

Doter l'institutionnels d'outils de relations publiques

Doter l'institutionnel d'arguments publicitaires forts

LES PRIORITES ET LES TRAVAUX PREALABLES

1) Créer un dispositif jovinien

Nous ne pouvons pas envisager quelque projet que ce soit si nous n'effaçons pas les casseroles et ne « chassons pas un clou par l'autre » en faisant un grand œuvre de rénovation ! Vous nous voyez aller prospecter des franchises ou autres commerçants avec les cellules commerciales dans l'état où elles sont !

Si vous devez attendre sur le « bon-vouloir » des propriétaires, sur les « porte-jarretelles et le décolleté » de la loi Malraux vous ne démarrerez jamais ! Votre projet sera morcelé, et nous perdrons en puissance !

Nous avons vu avec M Wagon que la loi, dans un périmètre sauvegardé, pouvait permettre d'obliger les propriétaires à un **Ravalement Obligatoire** ! (clos, couvert, partie commune...) J'attends à la fois les textes qu'il doit me faire parvenir et le recensement du secteur !

La première étape consistera à le lancer afin que vous n'attaquiez pas le décorum de la rue sans que la rue Cortel ne puisse accepter, grâce à des locaux dignes de ce nom, de nouveaux commerçants et de nouvelles activités.

Ce **Ravalement Obligatoire** aura une date butoir, afin que nous soyons sûrs que cela se lance.

Il nous faudra prévoir des mesures d'accompagnement :

- fonds pour acheter les locaux que les propriétaires vendront faute de pouvoir faire leurs travaux ! (la Caisse des Dépôts et consignation a mis en place des dispositifs dans ce sens là)
- fonds façades,
- loi Malraux (le Plan de sauvegarde sera-t-il signé ?)
- 2^{ème} OPAH, elles marchent généralement mieux que les premières,
- le Fisac permet de financer des études, mais aussi des travaux, rues, mobilier urbain, éclairage, formation, communication, projets phares, etc., (si ce projet est accepté, il nous faudra le transformer en plan Fisac sur trois ans, en enlevant tout « le baratin »)
- une Oparca, dans le cadre du pays, car Joigny peut-être le fer de lance d'un démarrage de Pays ! (commerces rénovés, label Val d'Yonne, produits Val d'Yonne, etc., ...)
- et pourquoi pas appel aux investisseurs privés dans le cadre d'un Fonds d'Expansion

Ce dispositif et sa présentation avec conférences, maquettes, etc., devra être monté en épingle pour susciter des vocations et nous aider plus tard à recruter des commerçants ! (la « Mayo »)

Je ne pense pas que nous puissions, à Joigny, simplement « tricoter » un rafistolage ! D'autant, comme vous l'avez vu, qu'il sera légitimé par la population d'une part, et d'autre part, il permettra « aux grands Indifférents » de sortir de leur réserve !

2) Organismes genre E.P.F S.M.A.F ou la Caisse des dépôts et consignation

Ces organismes peuvent se substituer à la municipalité pour faire l'acquisition de biens immobiliers qui pourraient être revendus à des entreprises commerciales.

Une véritable organisation est à mettre en place avec eux, car il faut choisir correctement les futurs commerçants !

3) Les corps consulaires

- **La Chambre des Métiers** est prête à nous assister dans la recherche des artisans d'art, (entre autre avec l'Association des artisans d'Art de l'Yonne), des antiquaires, des commerces de bouche, mais aussi à nous aider dans la réalisation des dossiers et la rédaction des Fisac et autres Oparca. Il faut savoir que certains artisans sont parfois perdus dans la nature, mal logés, à l'abri du commerce et qu'ils pourraient être intéressés par se déplacer ! (attention, nous aurons à mettre au point un système de loyers « ultra light » pour le démarrage !)
- **La Chambre de Commerce** est prête à nous assister dans le montage de tous les dossiers commerçants, ainsi que dans la recherche et la sélection des commerces prioritaires, mais aussi à nous aider dans la réalisation des dossiers et la rédaction des Fisac et autres Oparca. La CCI nous organisera une « belle réunion » avec les commerçants pour le montage de la Fédération « **Les comptoirs de Joigny** » ! (attention, nous aurons à mettre au point un système de loyers « ultra light » pour le démarrage !)

4) Les courroies de transmission pour réussir le projet

Dans l'industrie ou chez les grands capitaines du commerce moderne, les projets sont menés :

- en **Task Force**: il s'agit d'une équipe chargée d'aboutir les projets, composée d'élus, d'acteurs locaux, mais aussi de professionnels du sujet,
- avec des **Project Leaders** : il s'agit de choisir dans chaque équipe celui qui a la meilleure chance de conduire le projet à terme, nous savons tous que c'est toujours une histoire de choix des hommes !
- sous la houlette d'un **Comité de Pilotage** : ce comité fixe les plannings, approuve les projets, contrôle le respect des budgets.
- Sous la Présidence de vous, M le Maire, car ce projet a besoin d'un fort engagement !

Vous savez tous que beaucoup de beaux projets n'aboutissent pas parce qu'ils sont mal organisés. (il faudra éviter l'amateurisme !)

5) Effets d'annonces

Si ce plan est accepté, il est obligatoire de faire monter une mayonnaise afin que des projets puissent se développer le plus rapidement possible, portés par la conviction populaire.

- **Réunions :**

- Avec la municipalité et la Chambre de Commerce/Métiers
- Avec les architectes
- Avec les commerçants
- Avec les banquiers
- Avec les entrepreneurs
- Avec les humanistes

- **Grand Show :**

- Conférence de presse
- Réunion en public et annonce des projets
- Expositions et maquettes

- **Recherches :**

- Réservation plusieurs fois de demi-pages dans la presse pour faire des appels à projets,
- Réservation par l'organisme genre pf de sites et commerces prioritaires,
- Utilisation de Transcommerce,
- Un chef de projet communication devra être désigné (système des task force)

- **Communication violente**

Ce projet devra faire l'objet d'une plaquette, peut-être d'un lancement « Joigny 2^{ème} Millénaire » !

De sa bonne communication dépendra son envergure !

Ac – Définition des équipements classiques (rentabilisateurs du projet)

Nous avons une petite vingtaine d'emplacements à réoccuper. De l'autre côté nous avons une dizaine de commerces à réimplanter. Avec la CCI, la CMY, Monsieur Wagon qui connaît très bien tous les emplacements, l'Atelier de Monsieur Chémetov, nous simulerons lors d'une réunion les emplacements, leur taille, les occupants. En particulier les « phares » que nous verrons en Aa .

1. Quels commerces ?

Nous avons en caractères gras, les nouveaux commerces que nous avons décrits au milieu de l'enquête quantitative, mais il va falloir envisager le déplacement de la presse, du restaurant de couscous, de PME Conseil, ainsi que l'agrandissement de certains commerces présents dans la rue (peut être Vica, Huit à Huit et quelques autres). Nous monterons bien entendu jusqu'à la rue St Jacques et la rue Montant au Palais. (en particulier à Jean de Joigny où une laverie automatique et une entreprise de fenêtres ne sont pas forcément appropriées à faire vivre ce qui était une bonne idée : la tête de médian du haut de Cortel !)

Alimentaire	Non alimentaire sauf vêtement	Vêtement	Café/ Restaurant	Services
Epicerie (1) Boucherie (2) Boulangerie (1) + traiteur + chocolatier + épicerie de produits régionaux	Fleuriste Chaussureur Magasin de laine Parfumerie Photographe Linge de maison la Presse Mercerie Librairies Décoration + maroquinerie + cadeaux, vaisselle, verrerie + artisans d'art 2/3 + Antiquaires 2/3	Pap femme (1) Magasin dégriffes Confection femme haut de gamme (2) + 3 boutiques femme en plus + 2 boutiques chaussures + 2/3 boutiques homme + 2 enfants tout cela en +- et en ++ + lingerie	Pizzeria Deux restaurants Restauration rapide Bar + salon de thé + belle brasserie	Coiffeur (1) Trois banques Assureur Entreprise de conseil + parfumerie

2. Quelle stratégie de reconquête commerciale ?

Je vous rappelle que nous allons avoir :

Une stratégie de développement des produits :

- Par l'extension des gammes à la fois en premiers prix, en private label pour l'alimentaire et un développement tiré vers le haut
- Par l'extension du nombre de magasins en particulier en prêt à porter pour :
 - le choix
 - l'anonymat
 - le passage
 - la pré-reconnaissance
 - les commerces anti évasion
 - les lacunes de l'offre

Une stratégie du développement du marché et d'attaque :

- la légitimation de Joigny par la communication : lancement des associations de quartier et des Comptoirs de Joigny
- la fidélisation et l'optimisation de la ville par le lancement de la Carte : Passe Muraille
- la prospection hors zones et zones par une communication appropriée

3. Les Comptoirs de Joigny

Il nous a semblé avec nos équipes, qu'il était intéressant de donner un nom qui anoblisse Joigny. Les Vitrines de Joigny ou les Enseignes de Joigny développent nettement moins d'imaginaire que les Comptoirs de Joigny.

Nous allons organiser des réunions présentant la communication, les rituels et les animations annuelles.

Ceci se ferait par quartier et pour la totalité de Joigny. En effet, le meilleur moyen de rassembler tous les commerçants est bien de créer une fédération, les Comptoirs de Joigny, unissant les associations suivantes :

- **Cortel** : il s'agit de l'association rassemblant les commerçants de la rue Cortel, ceux de St Jacques et de la rue Montant au Palais. Cortel s'est lancée officiellement le Vendredi 27 octobre 2000 avec la quasi-totalité des commerçants de la rue. Il y aura une présidence tournante pour éviter les lassitudes, et un fonctionnement collégial. Deux commissions ont déjà été créées : la première va réfléchir sur l'animation de Noël 2000, la deuxième sur les projets de la rue afin d'avoir des interlocuteurs pour la Mairie.
- **Gambetta** : il faudra proposer à tous les commerçants de Gambetta de faire comme Cortel.
- **Sur les quais** : il faudra proposer à tous les commerçants des quais de faire comme Cortel.
- **Le marché** : il faudra proposer à tous les commerçants du marché de faire comme Cortel.

- Insérer les logos de Sylvie sur les comptoirs

4. Création de la carte passe muraille

La Ville et les Comptoirs de Joigny vont décider de faire passer Joigny réellement dans l'an 2000.

C'est ainsi qu'ils souhaitent créer une carte **qui optimise l'utilisation d'une ville**.

Préalable :

Paradoxe : pourquoi les grands distributeurs ne jurent-ils plus que par les cartes de fidélité, et pourquoi, d'un autre côté, les cartes de nombreuses unions commerciales sont-elles considérées par beaucoup comme des échecs ?

Les cartes de fidélité, paiement et crédit de la grande distribution ou des chaînes hôtelières, par exemple, prennent de plus en plus de part de marché (sur les cartes des organismes bancaires).

Réponse : il y en a qui ont cumulé des atouts positifs et ont regardé l'avenir, d'autres qui ne sont pas rentrées dans une vraie modernité. Joigny ne regardera pas les cartes d'un autre temps. Les villes qui les ont utilisées et échoué sont légions.

Nous savons ce que nous voulons et nous n'accepterons que les projets qui suivront notre cahier des charges. « Cramponnés du 19^{ème} siècle s'abstenir !

C'est pourquoi, il nous semble important que la ville de Joigny et les commerces de centre ville rejoignent de toute urgence le client de l'an 2000, en ayant un passeport d'utilisation de la ville.

Il était peut être très bien, dans certaines villes, de commencer par de simples cartes de fidélité, mais il sera encore mieux de rentrer directement, le plus vite possible dans l'an 2000 par une carte complète : c'est notre challenge et notre pari ! Nous pourrons utiliser tous les travaux engagés avec les Enseignes de Sens qui lanceront leur carte à Pâques 2001.

Le consommateur des centres villes est le même que celui des centres commerciaux, et s'il est capable d'adopter une carte de crédit Auchan, Carrefour, Leclerc, Super U, etc... il doit être capable d'adopter la carte Passe Muraille de Joigny. (et si Migennes réussit sa carte actuelle, pourquoi ne réussirions nous pas une carte encore plus évoluée ?).

Quelques critères pour réussir une carte :

- Elle doit être cumulée avec la **carte de la ville** (nous verrons plus loin de quoi il s'agit). Ceci, d'un seul coup, lui donne de la puissance d'utilisation et ne la limite pas à du pur marketing.
- Autrefois, les terminaux de paiement devaient être des matériels nouveaux ou supplémentaires payés par des commerçants. Aujourd'hui, la majeure partie des commerçants ont des terminaux de paiement, il suffit souvent de rajouter un logiciel afin que les processeurs des cartes puissent être automatiquement complétés lorsqu'il y a l'ajout d'une fonction ou la transformation d'une autre.
- Les dossiers cartes paiement et crédit, doivent être ouverts dans une **boutique spécialisée**, car il est bien évident que ce ne sont pas les commerçants qui peuvent faire remplir les dossiers habituels. (ainsi, lorsqu'un grand distributeur lance sa carte de fidélité, de

paiement et de crédit, il prévoit lors du lancement une dizaine de petites cabines et des hôtesses « informatisées » pour l'ouverture de ces cartes. Il n'y a plus un hypermarché en France qui ne soit pas doté de quelques box pour l'ouverture de ces cartes). Joigny est un centre commercial comme les autres, qui se dotera des mêmes moyens. Ne pourrions nous pas utiliser des locaux ou à l'OTSI ou dans la maison du bailli pour créer le bureau des Comptoirs de Joigny où s'ouvriraient les dossiers. (FISAC à l'appui).

- **Une communication forte**, avec cadeaux à l'appui, doit être organisée pour le lancement de la carte.
- Il faut **faire vivre la carte** tout le long de l'année.
- La carte doit être assistée de tout un **environnement marketing** direct pour les commerçants et les associations (individuels et collectifs).
- On pourra même prévoir plus tard un **assistant marketing** à la disposition des commerçants pour leurs mailings ou pour l'analyse marketing. Nous devons prévoir, avec les organismes consulaires, une véritable organisation. Vous imaginez très bien ce que seront les commerçants de l'an 2000 qui auront à leur disposition des mailings des clientèles d'une ville, ou la gestion de leur propre fichier, et qui pourront analyser les informations croisant consommateurs et achats.
- La carte doit permettre de **rémunérer** celui qui la gère.
- La carte doit permettre de **financer** de futures publicités : financer les campagnes publicitaires des commerçants de la ville, par un prélèvement sur les ventes.
- La carte doit être une **véritable monnaie**, et un véritable **moyen de paiement**.

Insérer la carte Passe muraille

RAPPEL DE CE QU'EST LA CARTE PASSE - MURAILLE :

Mise au point :

Il faut distinguer plusieurs fonctions :

- **la fonction fidélité** : elle peut générer des pourcentages de fidélité (par exemple, 3% pour les alimentaires, 5% pour les non alimentaires) ou des cadeaux individuels, ou alors elle pourrait générer des bons d'achat valables chez tous les commerçants de Joigny

- **la fonction paiement** :
 - fonction paiement cash : à celle de n'importe quelle carte bancaire (au-dessus de 100 francs)
 - fonction paiement services publics : pour des problèmes fiscaux et légaux, cette fonction doit être séparée des paiements privés. Les consommateurs pourront payer les horodateurs (sauf s'ils sont concédés à une société privée), les musées, les piscines, les crèches, et autres services municipaux
 - fonction paiement porte-monnaie électronique : cette fonction remplace ce que nous appelons la « petite ferraille ». Il faut étudier les systèmes de chargement. On peut l'utiliser pour payer son pain, pour payer des horodateurs concédés à une société privée, pour payer tout ce qui est inférieur à 100 francs. Mais on peut également utiliser ce porte-monnaie pour donner cette carte aux enfants, avec un certain montant qui puisse être rechargé. Nous devons sans doute rapprocher cette application de Monéo et Modéus, puisque le Ministère du Commerce souhaite qu'il n'y ait qu'un opérateur. Il est peut être possible également de ne lancer cette fonction qu'au moment où l'Euro sera mis en pratique.
 - fonction paiement avec prélèvement différé
 - fonction paiement revolving
 - fonction paiement à crédit

A partir de 2001, nous pourrions lancer une carte qui aurait trois dimensions :

- la carte « Passe Muraille » Ville avec laquelle nous payerons les services privés et publics
- la carte «Passe Muraille », carte de fidélité des Comptoirs de Joigny : elle est une véritable carte d'identité, personnelle et confidentielle
- la carte « Passe Muraille » carte de paiement cash, à crédit ou en porte-monnaie électronique

Nous pourrions éditer un passeport pour Joigny, où l'on indiquerait :

- ce que sont les Comptoirs de Joigny : des centaines de personnes au service des clients, des m2 de surfaces de vente, des places de parking, des gammes étendues, le service
- les engagements des commerçants des Comptoirs de Joigny
- des plans indiquant les services municipaux et généraux payés par la Carte Passe Muraille
- l'adresse et la situation des commerçants participant
- le guide et l'explication de la carte, comment réaliser le dossier de l'ouverture de la carte

5. Animations et communication

Nous pourrions prévoir les rituels suivants à titre d'exemple :

- « **Les Samedis Ratafia** » de 12 à 13 heures, avec tarifs spéciaux et apéro, le but étant pendant quelque temps de refaire découvrir aux consommateurs qui vont au marché, la rue Cortel
- « **Les Jours J de Cortel** » : il s'agira d'une quinzaine commerciale dont nous choisirons la date, sachant que nous aurons J comme Joigny
- Une opération spéciale **de lancement des Comptoirs de Joigny** avec une très grosse animation, des affiches spécifiques, des prospectus, une charte des Comptoirs, etc ... (je vous rappelle que le FISAC finance à 50 % ces communications).
- **Des opérations spéciales** à déterminer pour :
 - Pâques
 - St Valentin
 - Fête des Mères
 - Rentrée de septembre
 - Foire aux vins
 - Salon des antiquaires
 - Vide grenier
 - Marché de Noël
 - Etc ...

6. Horaires d'ouverture

Il a été décidé lors de la réunion avec les commerçants de la rue Cortel que les magasins resteraient ouverts jusqu'à 12 heures 30 et jusqu'à 19 heures 30.

Il sera réfléchi plus tard à l'ouverture éventuelle du dimanche de certains commerces et du lundi après midi.

Aa – Définition des équipements phares (porteurs d'image du projet)

1. Quel thème central ?

Les publicitaires disent toujours qu'il ne faut chevaucher qu'une idée à la fois !
C'est ce que nous ferons.

Pourtant, les thèmes suivants auraient pu être abordés en thème principal et le seront en animations :

- **la rivière**
- « **chercher la femme** » ou comment s'appuyer sur des femmes extraordinaires de l'histoire de Joigny qui ont eu une aura hors la ville, sinon internationale : notre Sainte Madeleine Sophie (Dieu sait qu'elle peut attirer ce qu'on appelle le tourisme religieux, qui est un tourisme encore très fort et déplaçant beaucoup de monde), Anna Carnot, féministe distinguée qui pourrait être pour nous un alibi de petits séminaires organisés autour de la condition féminine, enfin Madame Irène Chiot, notre résistante, là aussi il est possible d'avoir un thème de convention sur la femme militante et combative.
- **Joigny, ville d'art et d'histoire et son village suisse** : si nous arrivons à recruter des antiquaires, brocanteurs et des artisans d'art que nous pourrions disperser dans la vieille ville, il est bien certain que plusieurs manifestations pourraient être organisées dans la ville.
- Enfin, et c'est le thème que nous vous recommandons, « **Patrimoine et gastronomie** » : Joigny par le renom de la famille Lorain, par ses vins, par sa position bourguignonne, par ce qu'elle va créer dans son sein, est capable d'attirer la grande foule des gourmands. Vous pouvez imaginer facilement les manifestations que cela peut déclencher mais surtout ce qu'apportera la présence d'établissements tournant autour de ce sujet en permanence dans la vieille ville.

2. La brasserie Caveau « La jument verte »

Le caveau et la brasserie « à la Jument verte », (autres noms possibles : « chez Marcel » « au St Vincent », « Au Cardinal »), sont un point **épicerique** de la construction que nous faisons, entre autre vis à vis de notre thème central !

En plein milieu de Cortel, dans le pâté de maisons allant de la marmite à la Maison de la presse, il nous faut abattre, creuser, puis bâtir une brasserie, véritable lumière, phare, signal de centralité de Cortel. Elle aura de grandes baies vitrées à la parisienne, un escalier majeur descendant au caveau qui présentera les vins de Joigny et les produits labellisés du Val d'Yonne. Derrière cette brasserie, nous créerons la petite place St Vincent qui pourra par beau temps offrir terrasse et parasols, créant ainsi cet espace informel qui nous manque gravement dans la rue.

Les bars actuels ont leur clientèle, mais n'attirent pas forcément toutes les clientèles et en particulier les clientèles pilotes de la grande comédie de la vie. (nous savons qu'ils attirent de fidèles « poivrots », caricatures des brèves de comptoir)

Un des souhaits, le plus largement exprimé :

- d'une part par les visiteurs, d'une **façon vigoureuse**,
- d'autre part par tous ceux qui voudraient **profiter** de Joigny,

est d'avoir cet endroit genre brasserie type parigot/bourguignon, véritable point de rencontre de toutes les clientèles. Tous les grands urbanistes savent aujourd'hui qu'une ville n'existe pas si elle n'a pas ces points de convivialité informelle et de mélange de classes sociales. Mais oui M. Lennox peut trinquer avec « Lucien » !

La brasserie/caveau a sa terrasse, son coin thé-gâteaux, son zinc, son coin bistrot aux petits plats rapides et peut être même son coin restaurant rétro 1900. En plus nous aurons notre « descente de caves » !

Un tel endroit exige un **vrai professionnel** et des moyens financiers. Si nous arrivons à solutionner ce problème, qui pour moi est un des plus délicats, nous gagnons à coup sûr la création d'un émetteur épique de tout notre centre ville.

« **La Jument verte** » servira très tard, et on le saura une demi-heure à la ronde. Gai et coloré le jour, ses lumières la nuit feront vivre notre entrée de ville et notre centre historique, son importance est capitale.

3. Salons de thés, petites gargotes, petites boutiques, et autres échoppes

Aujourd'hui, une fois qu'on a tourné autour de... , autour de quoi d'ailleurs, rien nous attire, rien nous séduit, et dans les ruelles, aura-t-on le plaisir de trouver ces petites boutiques où craquer un peu d'argent, ces petits pubs où boire une rousse, en contemplant une blonde ?

Non ! Aujourd'hui JOIGNY n'a pas ce supplément d'âme, mais JOIGNY en a le décor. Nous allons favoriser, d'une façon organisée et systématique, par appels à projets, les créations de ce genre d'endroit .

Lors de mon immersion, j'ai rencontré plusieurs personnes ayant l'idée de créer ce genre de boutiques ou ce genre de pub. Cela signifie que l'effet d'annonce et la mayonnaise seront indispensables dans l'Opération.

Ainsi, il serait intéressant d'aménager certaines **caves** qui sont de véritables **cathédrales** !

4. Quelles animations en Pouvoir C ?

Quand un « type débrouillard » et professionnel, une excellente secrétaire peuvent faire plus que n'importe quel système pour attirer du monde et animer, et cela parce que vous avez rénové des endroits magiques !

Faire venir à Joigny par de multiples petites animations dans notre patrimoine. Nous travaillons en plein en homozygotie !

Il ne faut pas sourire, des entreprises privées vivent magnifiquement seulement en organisant des manifestations ! Nous avons les endroits, aménageons-les, trouvons des thèmes, prospectons et vendons !

Les Humanités de : Des aficionados de n'importe quoi, mais peut-être en particulier de la gastronomie !

la Halle aux grains, la salle Debussy, la maison du Bailli, l'espace Jean de Joigny, le Pilon, etc., ou de tous les endroits où on peut se réunir !

Quand on a de tels sites, on a le devoir de les utiliser ! De telles salles peuvent se permettre de vendre une multitude de petits colloques ! Imaginez qu'avoir quarante fois par an une cinquantaine de personnes qui se réunissent autour des sujets qui font leur passion, n'est pas si compliqué à organiser. Il faut trouver les sujets, puis les intervenants, puis imprimer de petits prospectus, enfin envoyer **aux « aficionados »** de chacun de ces sujets les prospectus.

Il faut pour cela un bon animateur et une excellente secrétaire. (enfin un très bon professionnel avec un bon carnet d'adresses !)

Chaque colloque ne démarre que s'il a suffisamment de participants.

5. Le Château des Gondi :

Nous avons ici de très grands espaces dans un site à haute valeur culturelle. La tentation serait de créer un musée (sujet qui bloque les escarcelles européennes ou celles de la DRAC ! et qui n'est plus du tout en odeur de sainteté).

Par contre, nous avons des collections que ce soient celles de Delpy, ou de Hardy, ou d'autres que je ne connais pas, mais qui peuvent servir de décor à la fois au Château des Gondi ou à la Caisse d'Épargne.

Cela signifie qu'il nous faut occuper toutes les pièces avec nos richesses et les aménager pour recevoir nos humanités, ou nos grains de folie dont nous parlerons plus tard, ou tous les séminaires que recherchent des chefs d'entreprise qui veulent trouver des lieux originaux.

Bien entendu, le week-end peut être consacré à des expositions ou à des manifestations populaires.

De tels lieux prennent toute leur valeur quand ils deviennent vivants.

Si nous ne décorons pas toutes les pièces avec les trésors cachés de Joigny, nous pourrions imaginer de réserver quelques pièces pour une exposition permanente, un peu folle, excentrique genre musée des extravagances.

6. La Collection extravagante :

Tous les musées de France regorgent dans leur réserve, de sculptures, de tableaux étonnants et extravagants. Généralement, ils sont enfouis et cachés, attendant que quelqu'un se décide à les rassembler. Beaucoup de conservateurs en France seraient preneur de ceux qui viendraient leur emprunter à long terme des objets qui ainsi revivraient !

Ce genre d'idée laisse habituellement de marbre les techniciens, et pourtant, rappelez-vous cette remarque extraordinaire de Jules Renard : « ce n'est pas parce qu'il y a une rose sur un rosier que l'oiseau s'y pose, mais bien parce qu'il y a des pucerons ».

Imaginez des thèmes extravagants qui peuvent faire déplacer les foules, rire les journalistes, voire attirer les télévisions.

Plusieurs idées se présentent à nous :

- un statuaire extravagant représentant la femme
- une iconographie extravagante sur la gastronomie, sur le vin,
- etc. ...

Ne riez pas, ne vous moquez pas, comme l'on fait certains il y a quelques années à Nantes lorsque nous avons émis l'idée des « Allumés » manifestation qui attire aujourd'hui chaque année des milliers de personnes.

7 . La Caisse d'épargne :

Nous sommes ici en présence d'un bâtiment exceptionnel, par sa taille, par la décoration de certaines salles, par son parking, son ascenseur, son système d'alarme ! Elle doit rentrer très vite dans notre processus !

Savez-vous que dans une ville qui appuie sa stratégie sur la beauté de sa vieille ville, l'idée, pas aussi saugrenue que cela, aurait été de replacer la Mairie à cet endroit ! Quelle belle mairie cela aurait fait ! Quelle belle salle de mariage ! Abattre les grilles, la laisser nue au milieu d'une place ainsi recrée ! Quelle nouvelle activité pour faire revivre ce quartier, tout en laissant tous les services administratifs de la ville sur les quais. Mais oublions là !

En discutant avec M Lennox, chez Lorain, ainsi qu'en me remémorant ce qui existe et marche très bien à Bordeaux, il nous est apparu qu'il serait lucratif d'installer dans cet endroit une Ecole d'hommes d'affaires étrangers qui souhaitent :

- avoir l'alibi d'améliorer leur français → école de langue française
- apprendre l'art du vin français → œnologie et gastronomie
- tout en cultivant ce qu'on appelle la science du « cultivé », savoir lors d'un repas d'affaires parler d'un vin français, de l'art de la table, se positionner ainsi comme « un grand bonhomme », c'est le rêve de beaucoup d'hommes d'affaires américains ou d'ailleurs.
- Faire un stage/vacances de quelques jours au frais de sa société !
- Pouvoir se restaurer ou se loger chez Lorain ou Godard !
- Etre très proche de Paris,
- Aux portes la Bourgogne et de la Champagne !

Pour mémoire M Lennox, grand épicurien est le patron du Lennox report, ce qu'est le Parker aux vins, il l'est aux composants électroniques !

La Caisse d'Epargne ne serait pas hostile à participer à un tel projet !

8 . Le village Suisse

Simplement pour mémoire, si nous arrivons avec la CMY à implanter des artisans d'art et des antiquaires, en ajoutant quelques manifestations annuelles, quelques ventes aux enchères, nous pouvons nous attirer le gigantesque vivier de la Région parisienne et de leurs aficionados !

9 . Le Club « aphorique »

Jumelage savoureux Montmartre, Ambert, Honfleur, Joigny !

Courteline avait créé l'Académie du clou, Alphonse Allais son musée imaginaire, pourquoi ne pas lancer la « semaine de l'aphorisme » en trouvant des parrains grands pourfendeurs d'idées, grands manieurs de langage, provocateurs impénitents ou iconoclastes avertis !

Nous avons il y a quelques années le « tribunal des flagrants délires » ou les « chroniques de la haine ordinaire », pourquoi ne pas tenter de trouver un producteur intéressé par Aymé, Allais, Vialatte, Courteline ?

Encore une fois, nous avons des ensembles vides, qu'il faut remplir, que nous n'avons pas à créer de toute pièce, pouvons nous faire malin, imaginatif, gai, sans plonger dans les « enluminures du 14^{ème} bourguignon entre Semur et Vitteaux » ?

10. Mini-train

Avoir un mini-train qui tous les VSD fait le tour de la ville est une idée qui aussi banale soit-elle est simplement revenue 32 fois dans nos interview !

11. Les jeunes

Quand on a près de 4000 jeunes à Joigny, on sait qu'il n'y a pas que le sport qui les intéresse ! Quel est l'endroit où ils peuvent se rencontrer autour d'un verre, le café qui est fait pour eux ? Aucun, il n'y en a pas ! Et certains désœuvrés, plus fragiles recherchent le centre-ville qui devient un point de rencontre, ce qui n'est pas toujours dans la musique intérieure, l'ambiance qu'on voudrait donner à un « lien » comme Cortel.

Joigny aurait également besoin d'un Cybercafé !

Joigny pourrait avoir besoin d'un bowling (gros succès à Castres, au Puy, et ailleurs).

Il y a, pour mémoire, un endroit où faire cela dans Joigny : à la gare dans l'ancien Intermarché ! Ce serait d'ailleurs un juste rendu des choses !

Ce serait ainsi résoudre un problème de la rue piétonne et créer une tête de médian tout au bout de notre alignement.

12. S'encanailler

Nous serions impardonnables de ne pas penser à la création dans une cave, de la « grande tuerie » par exemple, d'une « boîte », (bien insonorisée pour les mauvais coucheurs !) qui pourrait s'appeler « aux assassins » ! Cette cerise sur le gâteau est indispensable : pensez aux « aficionados » et à ce qu'ils feront le soir !

13. Les abattoirs

Pour mémoire, vous avez à Joigny un des plus étonnants ensemble qui nous ait été donné de voir, les Abattoirs de l'autre côté de l'Yonne ! Ne le gâchez pas, ne l'abîmez pas vous en ferez un jour une belle destination !

Nous arrêtons là, cette longue liste destinée à vous prouver que Cortel ne meurt pas que de manque d'animations commerciales, et que même si depuis deux ans vous avez révolutionné les choses, ce n'est qu'une partie cachée de l'iceberg « pouvoir C » !

Pour clore cette partie, nous étions en pure stratégie de reconquête culturelle

Comprenant :

Une stratégie intégrative :

- **mes** icaunais doivent se réappropriier Joigny
- **mes** agriculteurs doivent être fiers de se promener dans une ville célébrant le bon produit, et y pouvoir déguster !
- **mes** habitants : être fiers de sa ville, y retourner pour acheter, la redécouvrir !
- **mes** villes voisines : être également une destination pour elle !
- **mon** Pays de Joigny : dans les projets de l'Adevy, on va réfléchir sur :
 - la création d'un site Internet : Joigny par son thème central est une vitrine pour se promener dans le Val d'Yonne,
 - une carte de fidélité, « Gargantua » ou « Montholon », ou « Passe-coteaux », pourrait être réfléchi de concert,
 - communiquer, avoir des événements communs dans tout le val D'Yonne,
 - des produits du Val d'Yonne, et leur label, vendus à Joigny dans ce qui ressemblera à une maison du Val d'Yonne, notre caveau !

Une stratégie du leader :

- JOIGNY se positionne sur tout le département comme la référence sociale à fort pouvoir C (sympa et non hermétique !)
- Joigny va émettre fortement son rôle culturel dans la région
- Joigny va se doter de touches d'aménagement permettant d'appuyer cette image

Ab – Définition des touches d'aménagements (enrichisseurs du projet)

Tout ce qui précède est bien entendu également un « briefing » pour l'atelier du paysage, auprès duquel nous nous rapprocherons dans les jours prochains !

Finalement, nous savons maintenant qu'il s'agit d'un projet global d'aménagement d'un quartier, qui va de « la grande tuerie » à gauche, jusqu'à la droite de Cortel, et de Jean de Joigny au pont !

Mais bon sang, ressentez-vous quelle chance on va avoir de créer un ensemble qui aura le même ton, la même musique ! Car c'est bien cela qu'il faut faire :

- Quel ton ?
- Quel décorum ?
- Quelle couleur ?
- Quelle architecture, pour quelles fonctions ?
- Quel cheminement commercial ?
- Quelles informations ?
- Quelle gueule aura les commerces ?
- Le pont et sa place
- La rivière et le port
- Les stationnements dont un nouveau parking du quai Leclerc,
- Les trottoirs de Ragobert
- La place ST Vincent,
- Mais aussi quelles entrées de ville ?

Comme nous l'avons écrit dans la présentation du dispositif, il va falloir que les propriétaires, la Ville, et les « subventionneurs » sortent leurs économies, il va falloir « décoller la blanchette des 3 milliards qui a prise au fond », favoriser les projets, réveiller les vocations pour devenir **séduisant** !

1. Quel décorum ?

L'Atelier devra étudier

- **des formes** ayant trait au thème central dans une ville en lanières. Ces formes seront utilisées :
 - au sol pour des pas à pas, « pas à pas » pour créer une circulation et un cheminement commercial
 - dans les panneaux d'information
 - dans les noms de rue, quelle charte pour les noms de rue ?
 - comme notre signe de reconnaissance, notre logo
 - dans le mobilier urbain
- **des lumières** :
 - d'abord pour éclairer la rue, quelle couleur ? (n'oubliez pas nos peurs !)
 - éclairer les informations (quelle charte de couleur d'éclairage)
 - ensuite pour mettre en scène les maisons, (la lumière devient magie dans une ville moyenâgeuse !)
 - enfin globalement pour illuminer la carte postale, toujours quelle couleur ?

- **du mobilier urbain :**

- quels bancs, il en faut dans toutes les rues, leur forme, leur couleur ?
- les panneaux d'information : Plexiglas transparent, bois ocre ???
- quelles poubelles : nos grandes absentes aujourd'hui, leur forme, leur couleur
- quels pots de fleurs, quelles vasques, quelles suspensions ?
- quelles flammes ?
- quels drapeaux, kakemonos ?

- **des touches d'aménagement :**

A Morsbronn, nous avons découvert un jour sous un tumulus de feuilles et de ronces, la statue célébrant la femme allemande, dont les poumons étaient forts avantageux. Les paysans du coin, même s'ils l'avaient affublée du charmant surnom de « Title Mamzelle » avaient laissé la nature l'envahir, pour cacher les mauvais souvenirs du passage des allemands. Cette statue fut nettoyée. Elle est aujourd'hui sur tous les guides d'Alsace du Nord, et est plus visitée que le Musée de Reichshoffen aux alentours. Je ne vous parlerai pas aujourd'hui de l'homme sans tête de Barentin, ni du Manekenpis, mais sachez qu'il nous faut ponctuer JOIGNY de quelques statues originales, voire mieux **excentriques**, sans tomber, mon Dieu, dans le contemporain ! Mais aussi :

- quelles fresques et où les mettre ?
- quelles fontaines et où ?
- quel pan de rue couvrir en galerie, peut-être ?
- quels mystères recréer ?

- **Un cheminement commercial qui se prolonge en cheminement culturel**

Nous devons imaginer avec l'aide des guides de l'OTSI notre cheminement. Celui-ci, comprenons le, suivra un maximum notre rue Cortel, jusqu'à Jean de Joigny, puis s'étendra vers le Pileri et ST Thibault, « venellera » de traboules en traboules, franchira la Tuerie et Loquet, la venelle de la Rose rouge, pour retraverser Cortel, remonter vers la maison du Bailli et ST Jean.....

Ce cheminement sera **marqué au sol par l'incrustation de notre marque** de notre forme, et ponctué par des panneaux d'information et de direction.

2. Quelle couleur ?

La **couleur ocre** de la maison du Bailli nous paraît-être la plus appropriée. Plus nous dégagerons de pans de bois, recolorés en ocre, plus nos rues seront harmonieuses et surprenantes !

Il ne sera pas fou, ni zozo, d'imaginer des trottoirs tirant sur l'ocre, (refaire de grands travaux dans la rue Cortel, dont l'électricité, les VRD, nous obligera à revoir la couleur de nos pavements, alors nous pourrons sortir du gris ! Des lampadaires de la même couleur, des drapeaux, des kakémonos, des oriflammes reprenant le logo des Comptoirs de JOIGNY dans ce coloris, tout ce que nous avons décrit plus haut, pourra avoir ce rappel d'ocre !

Notre but du « clou qui chasse l'autre » sera, bien entendu, atteint grâce à cela : créer une ambiance nouvelle à JOIGNY qui surprenne les gens, qui casse le continuum ronronnant et anesthésiant toute velléité d'action.

3. Quelle gueule aura les commerces ?

Les architectes devront proposer un cahier des charges précis pour que tous les commerces aient les mêmes entourages, des façades dans le même style, les mêmes formes d'enseignes, des éclairages lumineux élégants (indispensable !), que ce soit non seulement très propre, mais aussi, comme nous l'avons recommandé plus haut, la matérialisation de notre volonté de **distinction** !

4. Quelle chaussée dans la rue Cortel ?

Cette rue ne doit plus être seulement montante !

Il nous faut recréer pratiquement **devant chaque commerce un méplat** !

Cette espace plat suffisamment large permettra d'exposer dehors, de **faire vivre la rue**, d'optimiser la piétonisation.

Devra-t-on par endroit rajouter quelques marches colorées, faire ressurgir quelques descentes de cave ? Alors nous n'hésiterons pas !

Notre idée initiale était de détruire le pâté de maisons de la Marmite, jusqu'à la presse, c'était une fausse bonne idée :

- parce que les immeubles sur le coté droit en montant n'auraient peut-être pas pu être utilisés en commerces, qu'ils n'étaient pas si réjouissant que cela,
- parce qu'à droite de Britany, c'est pas ça comme on dit aujourd'hui !
- que l'aspect « lanières » de cette rue « lien » doit bien être conservé,
- parce que mettre la brasserie en phare en plein milieu est une bien meilleure idée !

5. Trouver des lieux de rencontre informels et la place ST Vincent

Deux questions :

- Où s'asseoir pour regarder le spectacle de la rue et de la ville ?
- Où ne rien faire avec assiduité ?

Ce genre de plaisir informel est une des plus grandes activités dans les villes qui dégagent quelque chose, c'est ici une de nos plus grosses lacunes.

Chaque fois que dans cette ville, nous pourrons abattre pour récupérer de la place, ne pensons pas qu'au stationnement, pensons surtout à quelques espaces verts et au plaisir informel !

La place ST Vincent crée entre Britany et la brasserie devra être toute plate, accueillir quand il fait beau la terrasse de la brasserie, des parasols et des bancs, et une statue de ST Vincent ou celle païenne, et extravagante, de Bacchus !

6. Quelle circulation ?

Nous devrions sûrement, au bas de la grande rue, réserver un petit couloir aux voitures, balisé par des plots/statues, très étroit (pour laisser un trottoir digne de ce nom), passant devant la « cloison nasale déviée », le mur de la banque qui rétrécit la chaussée, et remontant sur la droite par la rue Antoine Benoît, tout cela en semi-piétonnier, en se prolongeant jusqu'au parking Rambaud, dans ce sens là ! Nous aurions ainsi une pénétrante sans supprimer la voie piétonne !

7. Quel parking à Cortel ? Ou quand Joigny privilégie ses clients !

Les fonctions attractives liées à l'utilisation de la belle auto :

- le client n'a pas deux jambes mais quatre roues : « L'homo automobilus »
- le client aime sa voiture. Il aime s'y croire important !
- le client aime la regarder. Il aime l'avoir à proximité !
- le client souffre d'en être séparé. Il souffre de marcher !
- le client souffre d'aller au parking. Il souffre de la quitter !

Il faut être complaisant avec le client attaché à sa belle auto.

Tout cela est-il normal ?

Réponse : et le client qui a du mal à marcher (femmes enceintes, fatiguées, handicapés) qu'est ce qu'on fait, on les oublie ?

Réponse : et le client qui veut faire des achats importants, qui va avoir plusieurs gros paquets, on l'exclut d'office ?

Réponse : et le client qui vient aux heures creuses, ou qui possède une très belle voiture. Ne mérite-t-il pas des formes ?

Réponse : et le client qui est fier de sa nouvelle voiture, ou qui fait visiter la ville à un étranger, on le prive de ce plaisir ?

Réponse : et le client qui vient d'acheter un objet de prix et qui pour cela se croit important, on le déclasse pour le principe ?

Réponse : et le client paresseux, ou celui qui enfreint le règlement, ou qui n'aime pas les interdictions, il faut le punir ?

Tout cela est d'abord du commerce !

Réponse à laquelle on ajoutera une question « quand on fait le compte de tous ces cas particuliers, combien reste-t-il de gens « normaux » ?

Nous avons vu que les usagers ne positionnaient pas le stationnement comme un problème, quand on a le marché à deux minutes ou les boulevards du nord à deux minutes aussi !

Par contre, nous aimons bien faire « pénétrante » le tout bas de la rue Cortel, pour une course en éclairé, pour une traversée de ville !

C'est pourquoi également nous vous recommandons de limiter après 19 h 30, jusqu'à 8 H 30 le matin tout le stationnement de l'espace Cortel à 10 minutes ! A nous donc de matérialiser dans toute cette zone, après recensement, toutes les places disponibles ! (certaines très Cortel seront limitées à un arrêt express de 2 minutes ! (comme c'est bien nous aurons une surveillance de la rue continue par des agents qui privilégieront le consommateur !)

Les voitures tampons actuelles sont celles d'habitants qui les font stagner continuellement !
En centre-ville partout, la place doit être laissée aux consommateurs !

Mais, vous voyez surtout pourquoi chaque fois qu'il le sera possible, la ville devra récupérer les bâtiments n'ayant aucun caractère architectural particulier, et pouvant être abattus, pour créer de multiples placettes ; c'est à dire de multiples occasions de pouvoir se garer, ou de se reposer !

8. Le pont et sa place

Tout naturellement maintenant, vous sentez que notre place du pont n'est pas appropriée à notre entrée historique !

Trois actions s'imposent pour donner à notre entrée de ville d'art et d'histoire son entrée officielle :

- agrandir par un **arc de cercle** le bas de la rue Cortel
- y poser **un signe d'entrée** : deux pilastres avec statues, comme celles à porte feux de ST André (rue Jacques d'Auxerre) ou bien une statue « phare » à imaginer (par l'atelier)
- réaliser un **vrai rond point** devant le pont, avec gazon ! (oui ! et pas de « machin béto-socialo-contemporain, tristes horreurs et délires de trop de ville !)
- **internationaliser** le pont à gauche et à droite avec de nombreux drapeaux (c'est bête, mais on se mettra presque officiellement dans un garde à vous solennel !)
- et enfin matérialiser notre **couloir semi-piétonnier** pénétrant dans la ville d'art et d'histoire !

Nous avons pensé également à couvrir « façon Rialto light » le pont sur un coté, pour faciliter la jonction entre les deux villes, mais c'est une fausse bonne idée pour la perspective, et justement la liaison qui s'alourdirait !

9. Les trottoirs de Ragobert

Il est indispensable d'élargir le trottoir quai Ragobert, car nous avons ici la « grand place de Joigny ». Vous le sentez dans les équilibres, comme vous sentez sa justification commerciale. (nous ne savons pas encore si cela servira à élargir les terrasses de café – s'ils changeaient d'look- où si nous optimisons la vision des beaux immeubles ?)

En tous les cas cela facilitera un flux vers Cortel bien évidemment !

Ceci nous paraît fondamental !

Pour cela il faudra prendre sur la rue et sur le trottoir du Marché.

10. Le nouveau parking du quai Leclerc

Nous ressentons à l'œil nu le déséquilibre entre le petit parking devant le marché et le no-parking, quai Leclerc. C'est pourquoi, nous pensons qu'il serait judicieux et utile de créer, surplombant la rivière, sans que les pilotis soient plongés dans le lit de la rivière, un parking d'une dizaine de place « 10 minutes » à droite du pont (Cortel étant derrière). Ce parking serait accroché par arc boutant aux quais. Sur ce parking déboucherait un escalier donnant sur la berge. Il serait d'ailleurs de bon goût d'aménager le bas, car pour le moment cette vue par la rivière est très vilaine et sale ! Une belle fresque illustrant d'une façon naïve ce que les touristes fluviaux pourraient voir en s'arrêtant à Joigny !

11. Plan d'eau et port

Dans le même ordre d'idée, il existait autrefois à Joigny un **port viticole**, pourrait-on reconstituer une entrée fluviale portant ce nom, non pas derrière le marché, à l'abri des regards, mais, en bas à gauche du pont avec une **très belle montée** sur le petit parking du marché. (ce petit parking doit être réservé aux voitures et non pas aux énormes bus qui gâchent la vue et occupent trop de place, lui aussi sera limité à dix minutes !)

Tout cela **parachèvera de belle façon** la place du pont et notre entrée de ville d'art et d'histoire !

12. Entrées de ville

Il vous faut rapidement mettre au point une Task Force réfléchissant sur les entrées de ville, car aucune d'entre elles ne préfigure la beauté et l'intérêt de Joigny !

Surtout lorsque vous aurez adopté les nouvelles dispositions !

... LES PATCHWORKS
D' ACTIONS DE REVITALISATION
DE CORTEL

Création d'un dispositif Jovinien avec ravalement obligatoire

Aa – Définition des équipements phares (porteurs d'image du projet)	Ab – Définition des touches d'aménagements (enrichisseurs du projet)	Ac – Définition des équipements classiques (rentabilisateurs du projet)
<ul style="list-style-type: none"> - Thème central - La jument verte - Autres échoppes - Animations en pouvoir C - Humanités - Château des Gondi - Collection extravagante - Caisse d'Epargne - Village suisse - Club aphorique - Mini train - Cybercafé - Les assassins - Les abattoirs 	<ul style="list-style-type: none"> - Le décorum - Les formes - Les lumières - Le mobilier urbain - Les touches impressionnistes - Le cheminement commercial - La couleur - La gueule des commerces - La chaussée - Lieux informels - La circulation - Le stationnement - La place du pont - Les trottoirs de Ragobert - La parking Leclerc - Le port - Entrées de ville 	<ul style="list-style-type: none"> - Commerces à réinstaller - Comptoirs de Joigny - Carte Passe - Muraille - animations et communication - Horaires d'ouverture

Fin de la Mission Jean Prévost

Réunions à prévoir :

- réunion de travail avec l'Atelier,
- puis avec les Architectes Wagon et Desvignes,
- élus et acteurs locaux choisis,
- banques, notaires, chefs d'entreprises,
- corps consulaires et services de l'état,
- effets d'annonce.

Conclusion

Il paraît que les fous, aux échecs, sont placés à coté des rois !

Quand on croit qu'il n'y a plus rien à faire, c'est justement là que l'innovation et le courage prennent le relais de l'habitude !

Si les hommes entrevoyaient le quart de ce qu'ils ont perdu en n'ayant pas osés, ils deviendraient fous ! (HDM)

J'ai aimé cette mission, comme j'ai aimé cette ville !

Merci de nous avoir fait confiance !

Jean Prévost

Joigny le 6 novembre 2000