



CLERVAUX 2030 MASTERPLAN POUR LE CENTRE-VILLE

UNE PERSPECTIVE POUR UN
CENTRE-VILLE ANIMÉ

TABLE DES MATIÈRES

03	MOT DE BIENVENUE
04	MARKETING URBAIN / CITY MANAGEMENT POUR CLERVAUX
05	La gestionnaire marketing urbain se présente
	MASTERPLAN
08	Processus
10	Principales lignes directrices
	MESURES ET PROJETS
14	01 Développer l'attractivité du centre-ville de l'intérieur
20	02 Mieux mettre en relation le centre-ville et le lycée
22	03 Promouvoir la marque « Cité de l'image »
24	Créer une base pour le développement
26	PROGRAMME DE MESURES

MOT DE BIENVENUE

CHÈRES CITOYENNES, CHERS CITOYENS,

Le Masterplan 2030 a pour ambition de revitaliser durablement la ville de Clervaux et d'accroître son attractivité, tant aux yeux des habitants que des visiteurs. En collaboration avec le cabinet de conseil CIMA Beratung + Management GmbH de Cologne, la commune de Clervaux a organisé plusieurs ateliers, auxquels de nombreux citoyens engagés et motivés ont pris part. Leurs idées, souhaits et attentes ont une influence non négligeable sur la planification et le développement de notre petite ville. Dans la présente brochure, vous trouverez une version abrégée du Masterplan pour Clervaux.

Afin d'améliorer le vivre-ensemble des habitants et de rendre le séjour des visiteurs à Clervaux plus plaisant, les points faibles ont été identifiés ensemble avec la population et des solutions ont été proposées, et la ville continuera à s'inscrire dans cette démarche à l'avenir. Une telle approche contribue à dynamiser notre ville, et cela à tous les niveaux. Elle permet notamment de développer et de mettre en évidence les atouts de Clervaux.

La mise en œuvre progressive du Masterplan passe par un travail d'équipe qui s'appuie sur une coopération productive entre la commune, les habitants, les commerçants, et les secteurs de la gastronomie, du tourisme et de la culture. Dans cette perspective, les responsables communaux ont déjà rempli une condition essentielle en recrutant une gestionnaire marketing urbain, qui a déjà pris ses fonctions. Elle mettra progressivement en œuvre les projets et traduira les paroles en actes. Il s'agit en particulier de donner une nouvelle impulsion à la ville et de promouvoir de nouvelles initiatives. Cette ambition ne se cantonne pas à la ville de Clervaux, mais concerne l'ensemble du territoire de la commune.

Avec l'inauguration du Lycée Edward Steichen, Clervaux a déjà connu un nouvel essor. Le lycée a généré de nouveaux emplois et suscité de nouvelles opportunités, qu'il convient de saisir. Clervaux doit rester une ville dynamique, au sein de laquelle les secteurs du commerce, du tourisme, de la culture et de la gastronomie vont de pair et se réinventent.

Le Masterplan s'entend comme une boîte à outils, un catalogue d'idées et un instrument qui nous accompagnent dans la mise en œuvre progressive de divers projets. Laissez-vous surprendre par la panoplie d'idées et de propositions.

Je tiens à remercier chaleureusement le cabinet de conseil cima et toutes les personnes qui ont contribué à l'élaboration du Masterplan. J'espère que nous pourrons poursuivre notre excellente coopération.

Emile EICHER - Bourgmestre de Clervaux



EMILE EICHER
Bourgmestre

Vous pouvez consulter la documentation finale relative au Masterplan 2030 (en version allemande) sur notre site Internet www.clervaux.lu dans la rubrique « Documents ».

MARKETING URBAIN / CITY MANAGEMENT POUR CLERVAUX

QU'ENTEND-ON PAR MARKETING URBAIN ?

Les grandes et les petites villes sont soumises à des changements au fil du temps. Les tendances de nouvelle génération progressent à pas de géant. La ville de Clervaux, elle aussi, est concernée par ces changements.

La société de consommation s'est transformée. Des thèmes tels que la digitalisation, la durabilité, la mobilité et l'immigration, de même que la quête d'une meilleure qualité de vie et d'une plus grande stabilité sont omniprésents. La ville doit faire face à ces changements. Elle doit se présenter et se promouvoir de façon attrayante, et se positionner face à la concurrence. L'un des objectifs du marketing urbain est de veiller à ce que tous les acteurs avec leurs multiples intérêts et exigences développent une vision commune et la mettent en œuvre ensemble, en tant qu'entité.

Les nombreuses initiatives et idées existantes revêtent une importance particulière et enrichissent l'identité de la ville. Le marketing urbain doit servir d'interface et encourager les différents acteurs à coopérer. La mise en œuvre d'une telle approche, simple en théorie, s'avère beaucoup plus complexe sur le terrain. Il est cependant indispensable de relever ce défi en raison des changements économiques évoqués plus haut, afin de favoriser une véritable dynamique de différenciation à partir du moment où des concepts ont été définis.

QUELLE FORME LE MARKETING URBAIN DOIT-IL PRENDRE ?

L'élaboration du Masterplan en collaboration avec les différents décideurs locaux et les citoyens constitue la base du marketing urbain de Clervaux. La tâche de la gestionnaire marketing urbain consistera à suivre de près la mise en œuvre des projets et à recourir aux concepts et outils de communication nécessaires pour assurer le développement urbain.

Pour y parvenir, une collaboration étroite avec tous les acteurs de la ville est nécessaire. Cela suppose donc que les différents acteurs se connaissent mutuellement. Le marketing urbain sera donc conçu ensemble et requiert des objectifs clairs.

Les concepts à court, moyen et long terme, le marketing des chantiers et l'amélioration de l'image de la ville de Clervaux reposent essentiellement sur le partage d'idées, le savoir-faire et les compétences professionnelles de la gestionnaire marketing urbain, et la capacité collective de communiquer vers l'extérieur d'une seule voix et avec un seul principe directeur.



NADINE NICKS
City Manager Clervaux

LA GESTIONNAIRE MARKETING URBAIN SE PRÉSENTE

Je me réjouis de relever ce nouveau défi que la commune de Clervaux m'a confié. Je suis aussi impatiente de faire votre connaissance et de travailler avec vous à la mise en œuvre de vos idées pour rendre la ville de Clervaux encore plus belle et plus attrayante. Le marketing urbain contribue à promouvoir le développement de la ville. La commune de Clervaux a des visions qui peuvent uniquement être mises en œuvre de façon collective et coopérative. Cela prendra bien entendu du temps et les transformations urbaines s'accompagneront nécessairement de chantiers et de gênes au niveau des routes et des accès. Que se passera-t-il les prochains mois ? Que se passera-t-il après la mise en place d'un chantier ? Qu'est-ce qui nous attend à long terme ? Quelles mesures seront mises en œuvre à court terme ? Voilà quelques-unes des nombreuses questions qui nous préoccupent, tant vous que moi. Ma tâche consistera à vous fournir les réponses pertinentes en temps voulu et à planifier et organiser les actions ensemble avec vous, pour maintenir et protéger l'image de la ville, même pendant les phases de mise en œuvre plus difficiles. J'espère que vous êtes prêts à franchir ce pas avec moi.

J'ai étudié la communication à Bruxelles, avec une spécialisation dans le domaine de la publicité. En 2004, j'ai intégré l'agence de publicité Createam s.a. appartenant au groupe Cactus. Forte de 14 années d'expérience en marketing et publicité, je suis en mesure de me consacrer au City Management avec le savoir-faire nécessaire dans les domaines des médias et de la communication. Il est indéniable que les médias ont progressé à une vitesse vertigineuse. En effet, avec Facebook, Instagram, les blogs ou encore les web-séries, la digitalisation ne connaît pas de limites.

J'ai 38 ans et sur le plan privé, je suis également engagée dans des associations locales dans ma commune. L'organisation de festivités, la mise en pratique d'idées et de nouveaux concepts, ainsi que la vie en société caractérisent aujourd'hui le City Management. J'espère que ce nouveau défi débouchera sur une coopération fructueuse avec une multitude de personnes intéressantes aux idées et attentes aussi diverses que variées. Ce défi exige notre engagement collectif - alors, ne perdons pas de temps !

NADINE NICKS

nadine.nicks@clervaux.lu

Tél.: +352 27 800-217

Fax: +352 27 800-904

GSM: +352 621 559 000





Photo: cina 2017

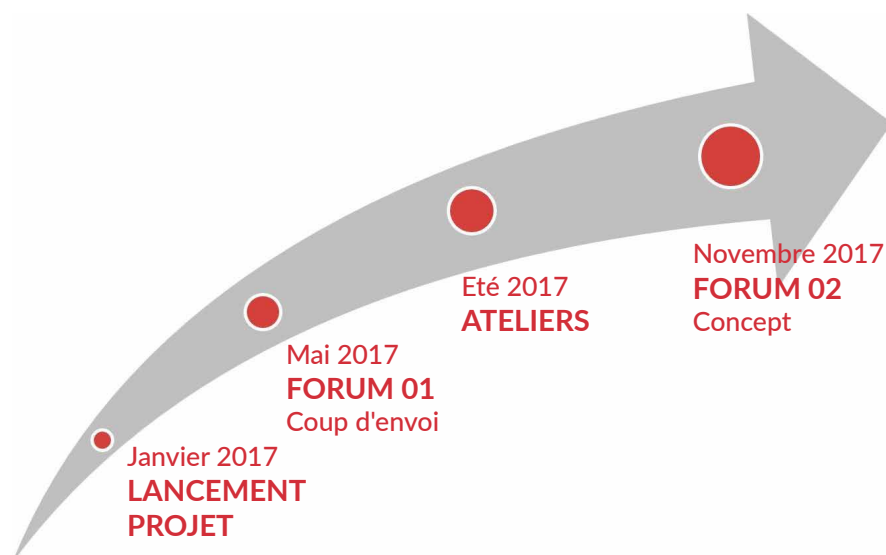
P R E M I E R C H A P I T R E

LE MASTERPLAN

ÉLABORATION DU MASTERPLAN

Un masterplan doit constituer une passerelle entre le regard vers l'avenir et la situation de départ actuelle. Il est donc nécessaire de pouvoir s'appuyer sur la contribution de spécialistes externes et les connaissances des décideurs locaux et des citoyens sur le terrain.

Dans cette perspective et pour impliquer pleinement les différents acteurs, le Masterplan pour le centre-ville de Clervaux 2030 a été élaboré en étroite collaboration avec les décideurs politiques, les acteurs locaux et les citoyens de Clervaux.



Atelier, juillet 2017



ANALYSE SWOT DU CENTRE-VILLE DE CLERVAUX 2017

Au début du processus d'élaboration, nous avons procédé à une analyse SWOT (pour « Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats », c'est-à-dire « atouts, faiblesses, opportunités, menaces ») de la ville de Clervaux en ce qui concerne les thèmes suivants : urbanisme, loisirs et tourisme, commerce, habitat et image. Cette analyse a permis de mettre en lumière la situation de Clervaux en 2017. Elle a constitué la base pour le développement de concepts.

GROUPE DIRECTEUR DU MASTERPLAN

Le groupe directeur « Masterplan pour le centre-ville de Clervaux 2030 » a été formé pour assurer la gestion globale du projet et la coordination intensive entre la commune de Clervaux et le cabinet de conseil cima – avec des représentants issus du monde politique et administratif, et des secteurs du commerce, de la culture, de la gastronomie, de l'hôtellerie et du tourisme. Le groupe directeur a supervisé l'ensemble du processus d'élaboration du Masterplan.

FORUM 01_COUP D'ENVOI

Mai 2017 : le Forum 01_Coup d'envoi a marqué le lancement public du projet au centre culturel dans le château de Clervaux. L'ensemble des parties prenantes, de même que les acteurs et les décideurs politiques locaux étaient invités. La présentation du concept du « Masterplan » et le point de vue extérieur sur Clervaux ont été suivis d'une discussion sur les futurs défis s'imposant à la ville de Clervaux et les possibles réponses à leur apporter. Avec plus de 100 participants, le Forum 01 a été très bien fréquenté.

ATELIERS

Été 2017 : quatre ateliers publics ont été organisés sur les sujets suivants : paysage urbain et places, développement du centre-ville, tourisme et loisirs et, enfin, vie et habitat. Les ateliers servaient à recueillir les points de vue des citoyens sur la situation actuelle à Clervaux et à générer des idées et des observations concrètes en ce qui concerne le futur développement. Au total, quelque 80 personnes ont participé aux ateliers et ont fourni de précieuses suggestions pour le Masterplan.

DÉVELOPPEMENT DU MASTERPLAN

En se basant sur l'analyse SWOT, les suggestions découlant du Forum 01 et les ateliers organisés, et en concertation permanente avec le groupe directeur, le cabinet de conseil cima a développé le Masterplan pour le centre-ville de Clervaux 2030. Le Masterplan présente une perspective à long terme pour la constitution d'un centre-ville animé à Clervaux et définit des mesures à court, moyen et long terme.

FORUM 02_MASTERPLAN

Novembre 2017 : Le Masterplan a été présenté publiquement lors du Forum 02_Masterplan, qui s'est tenu au Cube 521 à Marnach. L'accent a été mis sur la présentation de la perspective pour un centre-ville animée développée, de même que sur les mesures et les projets correspondants. Les 150 participants ont manifesté un vif intérêt pour le Masterplan.



En haut : exposition d'affiches lors du Forum 02_Masterplan

En bas : présentation du Masterplan par le Dr Wolfgang Haensch du cabinet de conseil cima

PRINCIPALES LIGNES DIRECTRICES DU MASTERPLAN

Dans le droit fil de l'analyse SWOT et moyennant la prise en compte des résultats des quatre ateliers thématiques organisés, une perspective pour un centre-ville animé a été définie pour la ville de Clervaux.

Cette perspective est composée de trois lignes directrices principales pour le développement du centre-ville, qui constituent des objectifs de développement prioritaires. La quatrième ligne directrice est moins un objectif qu'une condition personnelle et organisationnelle pour le développement du centre-ville.

01

DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DU CENTRE-VILLE DE L'INTÉRIEUR

Un développement ciblé du centre-ville ne renforce pas seulement l'attractivité de cette partie de la ville, mais insuffle une nouvelle dynamique à Clervaux dans son ensemble. Le Masterplan énumère les moyens par lesquels le centre-ville peut être développé de l'intérieur et met à l'avant-plan la zone piétonne, la Place du Marché et la Place Benelux.

MIEUX METTRE EN RELATION LE CENTRE-VILLE ET LE LYCÉE

La création du lycée donne une nouvelle impulsion à la ville de Clervaux et un nouveau quartier urbain est en train d'émerger à la gare. La possibilité de créer des synergies entre le lycée, le centre-ville et le quartier de la gare est exploitée à travers une mise en relation du centre et du lycée.

02

03

PROMOUVOIR LA MARQUE « CITÉ DE L'IMAGE »

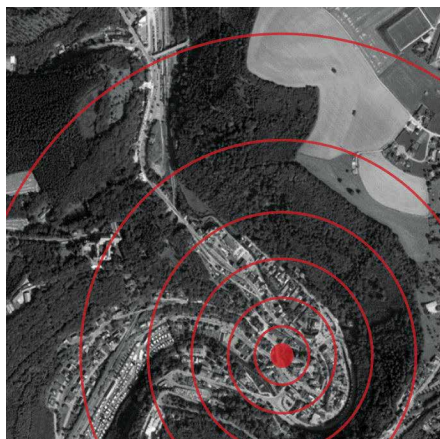
L'exposition « The Family of Man » et la marque « Cité de l'image » qui lui est associée ont permis à Clervaux de se forger une signature. L'expansion et le développement de cette marque offrent la possibilité de renforcer ce positionnement et d'accroître le charme unique de Clervaux.

CRÉER UNE BASE POUR LE DÉVELOPPEMENT

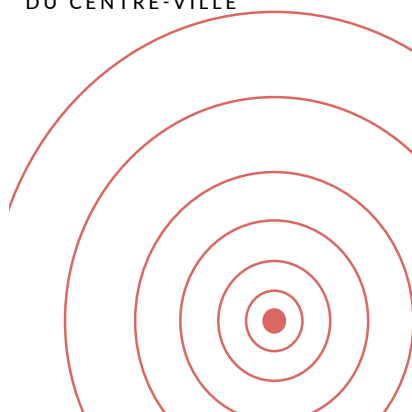
Le futur développement de Clervaux repose sur des responsabilités clairement définies. Le gestionnaire marketing urbain joue un rôle d'impulsion, de coordination et d'interlocuteur auprès des citoyens et des entreprises. Le groupe de projet travaillant sur le Masterplan accompagne le processus de mise en œuvre. Une orientation systématique sur la qualité détermine l'action.



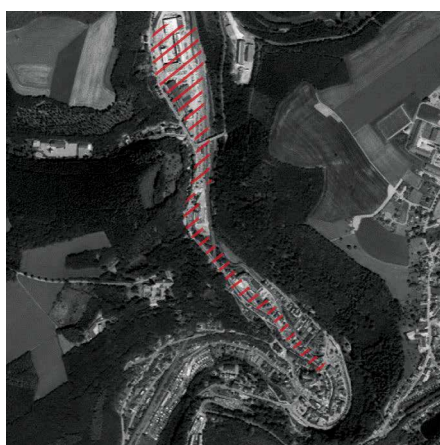
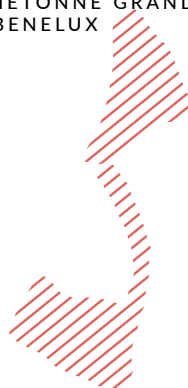
PRIORITÉS GÉOGRAPHIQUES



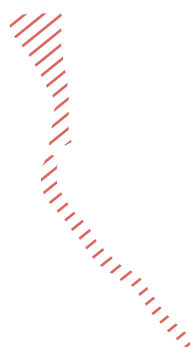
ENSEMBLE
DU CENTRE-VILLE



PLACE DU MARCHÉ
ZONE PIÉTONNE GRAND-RUE
PLACE BENELUX



QUARTIER DE LA GARE
LIAISON AVEC LE CENTRE-VILLE





DEUXIÈME CHAPITRE

MESURES ET PROJETS

Pour la réalisation de ces objectifs, des mesures et des projets concrets ont été formulés. Certaines de ces mesures peuvent être mises en œuvre à court terme, tandis que d'autres passent par une phase de préparation et de planification plus longue.

Une partie des mesures se cantonnent à une zone déterminée, alors que d'autres concernent l'ensemble du centre-ville.

DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DU CENTRE-VILLE DE L'INTÉRIEUR

Un développement ciblé du centre-ville renforce l'attractivité de cette partie de la ville, tout en insufflant une nouvelle dynamique à Clervaux dans son ensemble. Dans le contexte du développement du centre-ville, le réaménagement de la Place du Marché constitue le projet central.

PLACE DU MARCHÉ // RÉAMÉNAGEMENT

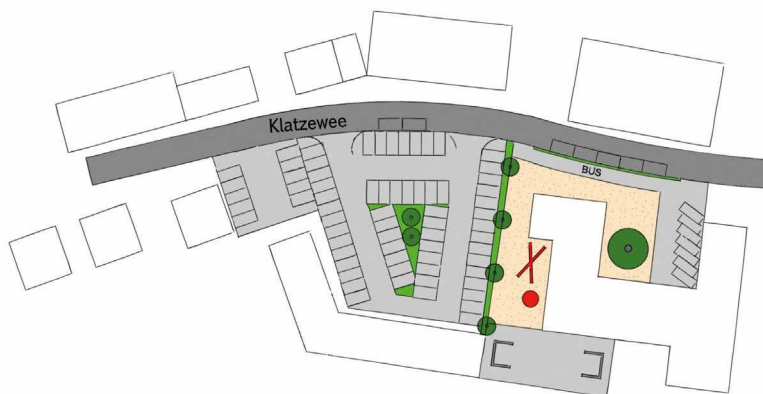
La Place du Marché se trouve à proximité immédiate du château et jouxte la zone piétonne. Actuellement, cette place centrale fait principalement office de parking et n'invite pas les passants à s'y attarder.

Un réaménagement de la Place du Marché permettra de créer un espace urbain attractif en plein cœur de la ville de Clervaux. En tant que point de rencontre convivial et lieu de commerce et de manifestations, ce nouvel espace urbain constitue le projet central dans le contexte du développement du centre-ville de Clervaux.

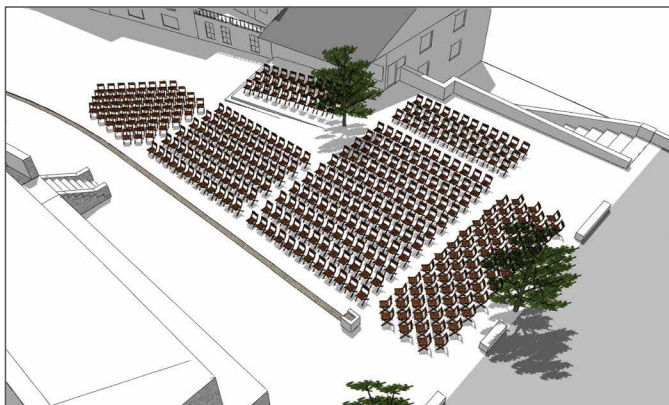
Le réaménagement englobe les éléments suivants :

- l'élimination du stationnement jusqu'au kiosque
- la mise en place de grandes terrasses pour la gastronomie
- l'aménagement d'une fontaine dotée de jets d'eau comme élément d'embellissement
- la mise en place de bancs

La place sera aménagée de façon à ce que des marchés puissent continuer à être organisés et de manière à pouvoir accueillir quelque 350 chaises devant le kiosque à l'occasion de manifestations. Les quelque 35 places de stationnement qui disparaîtront sur la Place du Marché seront presque intégralement compensées par une réorganisation du parking dans le Klatzewee qui se trouve à 200 mètres.



Réorganisation du parking dans le Klatzewee



Représentations visuelles du réaménagement de la Place du Marché

DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DU CENTRE-VILLE DE L'INTÉRIEUR

La Place Benelux en tant que porte d'entrée de la ville, de même que la zone piétonne comme lieu de commerce constituent d'autres priorités.

PLACE BENELUX // TRANSFORMATION

La Place Benelux est un lieu central par lequel de nombreux visiteurs accèdent au centre-ville. C'est pour ainsi dire la porte d'accès au centre. Actuellement, la place fait office de parking et sert à la fois de point d'arrêt et d'aire de rebroussement aux autobus. Conséquence : une circulation désordonnée sur l'ensemble de la Place Benelux offrant un espace peu accueillant. À moyen et à long terme, la circulation sera repensée au niveau de la Place Benelux.

PREMIÈRE ÉTAPE

Avec l'achèvement de la transversale, la circulation sera allégée à Clervaux. Cela permettra de réorganiser la Place Benelux en un espace à trafic limité. Les mesures suivantes sont prévues :

- mise en place d'un rond-point en bordure de la Clerve
- transformation de l'ensemble de la Place Benelux - y compris la Grand-Rue en direction du nord - en un espace partagé (shared space).

DEUXIÈME ÉTAPE

À long terme, le stationnement dans le centre-ville pourra être ordonné moyennant la construction d'un parc de stationnement sur la Place Benelux. Un parc de stationnement à deux niveaux permettra de créer au moins 100 emplacements à cet endroit. Avec sa structure en acier dotée d'une façade végétalisée, le parc de stationnement s'intégrera parfaitement dans le cadre, et la vue sur le château restera dégagée.

Représentation visuelle de la transformation de la Place Benelux





Représentation visuelle du réaménagement de la zone piétonne

OFFENSIVE QUALITÉ
POUR LES
COMMERCES
Clervaux

ZONE PIÉTONNE // RÉAMÉNAGEMENT

Les zones piétonnes sont des lieux de commerce, de services et de gastronomie, et elles peuvent constituer le centre-ville animé d'une ville et d'une commune. La mise en valeur de la zone piétonne de la Grand-Rue créera des conditions-cadres attrayantes pour le centre comme zone commerciale et permettra de renforcer durablement l'image de Clervaux en tant que centre animé.

À court terme, de petites mesures permettront d'améliorer la qualité de séjour à Clervaux :

- le « désencombrement » et le réaménagement de la zone d'accès de la Grand-Rue permettront de créer une porte d'entrée accueillante au niveau de la zone piétonne
- des voiles d'ombrage produiront une ambiance chaleureuse et offriront une protection contre un ensoleillement trop intense

À long terme, la qualité urbanistique de la zone piétonne pourra être améliorée moyennant la réfection du revêtement du sol et des travaux de rénovation des façades.

ZONE PIÉTONNE // IMPLANTATION DE COMMERCES

À côté d'une conception urbanistique attractive, l'implantation de commerces de haute qualité contribue à développer et dynamiser un lieu où les gens viennent faire leurs achats. Clervaux compte déjà quelques commerces de qualité. En développant l'implantation de commerces, la ville de Clervaux sera renforcée dans sa mission d'approvisionnement des citoyens et gagnera en attractivité aux yeux des touristes.

Mesures en faveur du développement de l'implantation de commerces :

- gestion des surfaces commerciales / biens immobiliers
- offensive qualité pour les commerces

Dans le cadre de la gestion des surfaces commerciales et des biens immobiliers, les propriétaires reçoivent des conseils sur la mise à disposition active et ciblée d'espaces inoccupés, de même que sur la création de nouveaux espaces commerciaux. L'objectif est d'accroître l'implantation de commerces à travers des médiations à long terme et de présenter de nouveaux concepts moyennant des aménagements à court terme (par exemple, sous la forme de magasins éphémères « Pop-Up Stores »).

L'offensive qualité pour les commerces vise la promotion ciblée des établissements locaux. Mettre l'accent sur une thématique spécifique permet de générer un impact décisif. Dans les années à venir, les initiatives suivantes s'avèreront efficaces pour Clervaux : qualité de service, produits régionaux et présence en ligne.

DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DU CENTRE-VILLE DE L'INTÉRIEUR

Il s'agit de renforcer la fonction de l'ensemble du centre-ville en tant que lieu de résidence et d'organiser l'aménagement de l'espace public.

VIVRE EN VILLE

La mise à disposition de logements urbains augmente l'attrait de la ville, car en règle générale, les espaces habités sont animés. Une bonne connexion aux transports en commun, les courtes distances à parcourir et le dynamisme lié à la position géographique centrale sont autant d'avantages que les logements urbains offrent aux citoyens.

L'objectif est de créer des logements abordables et de bonne qualité dans le centre-ville de Clervaux, respectivement dans des emplacements proches du centre. Ce type de démarche ne profitera pas seulement aux habitants, le centre-ville de Clervaux, lui aussi, s'en trouvera plus animé.

La création de logements urbains exige l'élaboration d'un « Programme d'action logement » qui définit de nouvelles surfaces pour le développement de terrains à bâtir, identifie des méthodes pour rénover les habitations existantes et offre des conseils aux propriétaires en ce qui concerne la modernisation et un développement en adéquation avec la demande.

MOBILIER URBAIN

Un mobilier urbain uniformisé et harmonisé est synonyme de qualité de séjour, et répond aux besoins d'orientation et d'information des passants. Or, le mobilier urbain n'a pas pour unique but d'indiquer le chemin et d'offrir des informations aux visiteurs. Il englobe également le mobilier de repos, les espaces verts, les équipements d'éclairage, les objets contribuant à la propreté, etc. Une condition essentielle est la mise en place d'un concept et l'entretien continu des mesures mises en œuvre.

Le concept élaboré par la ville de Radevormwald en Rhénanie-du-Nord-Westphalie, en Allemagne, est un exemple d'un système de guidage des visiteurs réussi. Des tableaux d'information au design attractif et harmonisé, des panneaux et des plaques de signalisation du chemin insérées dans le pavage informent les visiteurs et les guident à travers la ville.



Exemple: système de guidage des visiteurs, Radevormwald



Photo: Gima 2017

MIEUX METTRE EN RELATION LE CENTRE-VILLE ET LE LYCÉE

Avec le lycée, un établissement d'enseignement important a été mis en place à la gare, qui attire des employés et des élèves et revitalise durablement la ville de Clervaux en tant que lieu de résidence. L'émergence de synergies entre le centre-ville, la gare et le lycée passe par une mise en relation efficace de ces parties de la ville. Cette ligne directrice comprend les mesures et projets suivants :

QUARTIER DE LA GARE // DÉVELOPPEMENT

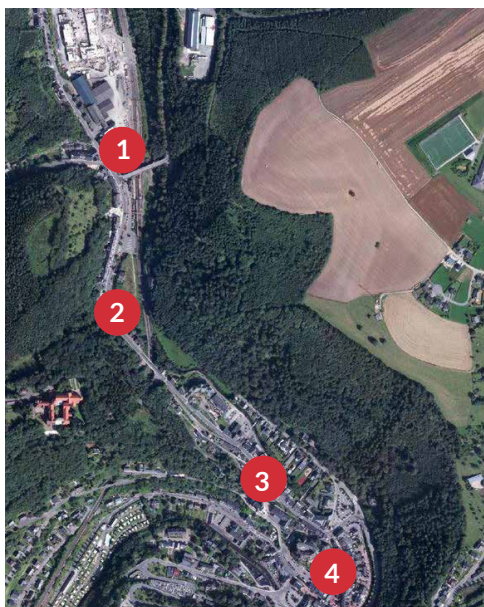
Le Lycée Edward Steichen Clervaux est considéré comme un puissant vecteur de restructuration de la zone de la gare directement avoisinante, jusqu'ici désordonnée et sous-exploitée. Dans les plans actuels, la priorité est accordée au stationnement. Aucun espace n'est prévu pour des aménagements complémentaires, si bien qu'aucune plus-value d'ordre urbanistique n'est créée. Il est cependant possible de faire de la gare et des habitations avoisinantes un quartier urbain à usage mixte à proximité du lycée.

Le projet de développement du quartier

- fait écho aux plans existants du lycée concernant les zones d'extension et la gare routière,
- prévoit la mise en place d'un parking public à deux niveaux,
- comporte de nouveaux espaces pour les services et le commerce et
- s'inscrit dans la continuité du projet résidentiel avoisinant au sud.



Esquisse du concept d'aménagement du quartier de la gare



Axe lycée – centre-ville

AXE LYCÉE - CENTRE-VILLE // EXTENSION POUR AMÉNAGEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Le nouveau lycée se trouve à environ 1,5 km de distance du centre-ville. Sur l'ensemble de ce tronçon, un enchaînement cohérent de divers aménagements permet de mettre en relation ces deux pôles. L'objectif est de développer le long de cet axe une succession de zones urbaines avec différentes fonctions :

1. quartier de la gare
2. habiter le long de la Clerve
3. entrée du centre-ville
4. centre-ville

AXE LYCÉE – CENTRE-VILLE // RÉORGANISATION DE LA CIRCULATION

Une mise en relation efficace du centre-ville et du lycée, y compris des aménagements situés sur cet axe, exige de bonnes conditions de circulation pour tous les usagers du transport et s'appuie sur les transports en commun, la circulation des piétons et des cyclistes ainsi que le transport individuel motorisé. Dans son état actuel, le concept de circulation favorise le transport individuel motorisé, mais en raison de l'étroitesse des voiries et des trottoirs, il est très peu attractif, alors même que certains passages sont quasiment impraticables par les cyclistes et les piétons. La réorganisation de la circulation se fera donc en premier lieu en faveur des transports publics, ainsi que des piétons et des cyclistes. Au regard de la réduction de la circulation dans la Grand-Rue par l'intermédiaire de la transversale, un tel scénario est possible sans trop freiner le transport individuel motorisé. La réorganisation prévoit les mesures suivantes :

- la modernisation des voies pédestres et cyclables le long de la Rue de la Gare et de la Grand-Rue
- le développement des voies cyclables et pédestres le long de la Clerf
- la mise en place d'un espace partagé dans la zone de la Place Benelux / Rue de la Gare
- la promotion des transports en commun et du trafic cycliste.



Exemple : piste cyclable attrayante

PROMOUVOIR LA MARQUE « CITÉ DE L'IMAGE »

L'exposition de photos « The Family of Man », inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO, est un atout unique de la commune de Clervaux. Ensemble avec la marque « Cité de l'image » qui lui est associée, Clervaux jouit d'une grande valeur de reconnaissance. Le renforcement et le développement de cette marque permettront de promouvoir et d'ancrer davantage cette image. Cette ligne directrice comporte les mesures et projets suivants :

NIVEAUX DE PROMOTION

Le sujet de la photographie peut devenir l'image de marque de la ville de Clervaux dans son ensemble à partir du moment où on le décline à différents niveaux de la commune et dans le paysage urbain.

Le modèle des trois niveaux de promotion décrit à quels échelons cela peut se faire.

- L'exposition de photos « The Family of Man » mondialement connue constitue le cœur de la marque.
- Au deuxième niveau se trouve l'association Cité de l'image a.s.b.l., qui aborde le sujet de la photographie de manière beaucoup plus large, en plaçant cette dernière dans l'espace public et en déclinant ce thème à travers toute la ville.
- Au troisième niveau, qui est axé sur l'expérience urbaine « Cité de l'image », l'accent est mis sur la visibilité et la perception du thème dans l'ensemble de la localité. À travers des actions artistiques, des projets, des représentations et des installations, le sujet est placé dans l'espace public de façon à être adaptable et tangible. Grâce à la mise en scène récurrente du sujet de la photographie, Clervaux se transformera en une véritable expérience urbaine.

TROIS NIVEAUX DE PROMOTION





EXPÉRIENCE URBAINE « CITÉ DE L'IMAGE »

Le troisième niveau, à savoir l'expérience urbaine « Cité de l'image », est extensible à l'infini. Le sujet de la photographie peut être déployé de différentes manières dans l'espace public. Clervaux a déjà organisé par le passé des actions à ce niveau, par exemple, sous la forme du festival de photos « Click Clervaux ».

EXEMPLES

1) PLACE DU MARCHÉ

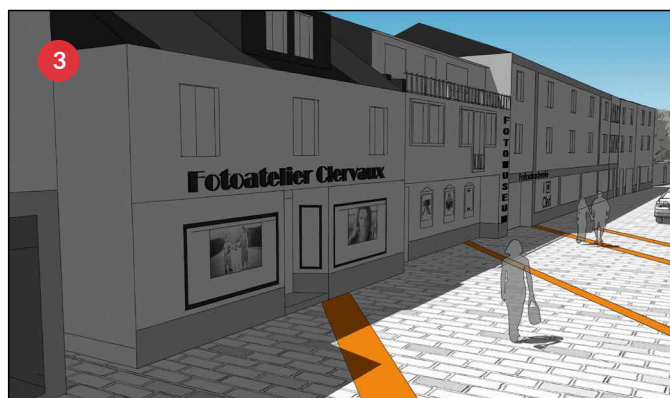
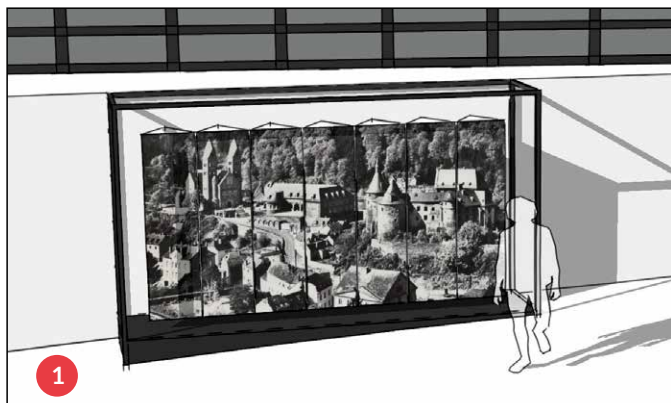
À travers la réorganisation de la Place du Marché, le sujet de la photographie peut être intégré de nombreuses manières dans l'espace public. Au moyen d'une installation photographique – par exemple, sous la forme d'un mur multimédia – des photographies alternantes peuvent être exposées dans l'espace public. Parmi les clichés pouvant être présentés figurent les photos du concours annuel World Press Photo ou des images historiques de Clervaux.

2) ZONE PIÉTONNE

Les voiles d'ombrage se dressant comme un plafond au-dessus de la zone piétonne peuvent être utilisés comme des toiles pour y projeter des photographies. De cette manière, le sujet de la photographie sera déployé dans la zone piétonne de Clervaux.

3) GRAND-RUE - RUE DE LA PHOTOGRAPHIE

La Grand-Rue, qui donne vers le nord sur la Place Benelux, introduit le centre de Clervaux. Des espaces commerciaux inoccupés offrent la possibilité de développer ce tronçon en mettant l'accent sur la photographie. De cette manière, la marque « Cité de l'image » est introduite dès la porte d'entrée au centre. La Rue de la Photographie pourra devenir le lieu d'ancrage d'autres activités, telles que des ateliers de photographie, un musée de la photographie, une académie de la photographie ou des commerces spécialisés dans le domaine de la photographie.



Représentations visuelles de l'expérience urbaine « Cité de l'image »



CRÉER UNE BASE POUR LE DÉVELOPPEMENT

Le Masterplan pour le centre-ville de Clervaux 2030 permet non seulement de définir des objectifs de développement pour Clervaux, mais aussi de créer les bases et les conditions nécessaires dans ce contexte. À Clervaux, le développement d'un centre-ville prometteur se fonde sur les deux éléments suivants :

DÉFINITION DE RESPONSABILITÉS CLAIRES

La mise en œuvre des objectifs, projets et mesures du Masterplan exige ce qui suit :

- **Une prise de décision politique en faveur du Masterplan** : avec une décision politique concernant le Masterplan, les responsables politiques et administratifs s'engagent en faveur des mesures et objectifs formulés dans le Masterplan, et les mettent en avant comme fondement du futur développement du centre-ville.
- **Un comité de pilotage** : le groupe directeur existant du Masterplan – représentants issus du monde politique et administratif et des secteurs du commerce, de la culture, de la gastronomie, de l'hôtellerie et du tourisme – accompagne également la mise en œuvre du Masterplan.
- **L'embauche d'un « responsable marketing urbain »** : au sein de l'administration communale, un « gestionnaire » joue un rôle d'impulsion, de coordination et d'interlocuteur auprès des citoyens et des entreprises.

ENTRETIEN DE L'OFFRE EXISTANTE

Une condition préalable à tout développement consiste à mettre en valeur au mieux ce qui existe déjà afin de créer une base pour le développement. Voici quelques-unes des mesures pour la mise en valeur de l'offre existante :

- **L'initiative qualité pour les sentiers de randonnée Clervaux :** initiative pour l'entretien des sentiers de randonnée en termes de propreté, d'aménagement et de signalisation
- **L'entretien de l'espace public :** entretien continu des voies et places publiques, de même que du mobilier urbain correspondant
- **Le concept d'éclairage du château de Clervaux :** mise en scène du château en tant qu'élément central vecteur de l'identité de Clervaux moyennant un éclairage moderne et discret
- **Le développement d'une nouvelle offre touristique :** mise en place d'une nouvelle offre touristique à travers la mise en relation et la promotion de structures existantes – par exemple, sous la devise « Vivre l'expérience Clervaux : quand le rêve devient réalité »



PROGRAMME DE MESURES

Le processus du Masterplan pour Clervaux 2030 a débouché sur le programme d'action Clervaux 2030. Il s'agit d'un plan d'action qui a pour ambition d'atteindre les objectifs définis en vue de la constitution d'un centre-ville animé à Clervaux. Par conséquent, le programme n'est pas exhaustif, mais extensible en continu.

Le programme d'action Clervaux 2030 énumère les projets clés du Masterplan pour Clervaux 2030, en distinguant entre le court terme (2018), le moyen terme (2019-2012) et le long terme (2022-2030), de même qu'entre des phases intensives et des phases moins intensives.

Les phases moins intensives sont par exemple les travaux préparatifs ou les mesures mises en œuvre de façon permanente, alors que les phases intensives désignent la phase culminante ou une phase particulièrement active d'un projet (par exemple les travaux de transformation, etc.).

Le programme d'action Clervaux formule 19 mesures au total :

Programme d'action

Endroit concerné	Mesure	Court terme (2018)	Moyen terme (2019 – 2021)	Long terme (2022 – 2030)
Zone piétonne / Place du Marché	1 Réaménagement de la zone piétonne			
	2 Réaménagement de la Place du Marché			
	3 Gestion des surfaces commerciales / biens immobiliers			
	4 Offensive qualité pour les commerces			
Place Benelux	5 Parc de stationnement à la Place Benelux			
	6 Solution d'espace partagé à la Place Benelux / Grand-Rue			
	7 Grand-Rue en tant que Rue de la Photographie			
Gare de Clervaux	8 Développement du quartier de la gare de Clervaux			
	9 Modernisation des voies cycl. et péd. Rue de la Gare et Grand-Rue			
	10 Initiative Clervaux, une ville qui aime le vélo			
Ensemble du centre-ville	11 Marque « Cité de l'image »			
	12 Mobilier urbain			
	13 Éclairage du château de Clervaux			
	14 Initiative qualité pour les sentiers de randonnée de Clervaux			
	15 Développement d'une nouvelle offre touristique			
	16 Logements urbains à Clervaux			
Organisation	17 Masterplan comme ligne directrice du développement du centre-ville			
	18 Gestionnaire marketing urbain de Clervaux			
	19 Mise en place d'un comité de pilotage			

■ = Phase intensive



EDITEUR

Administration communale Clervaux
Château de Clervaux
B.P. 35
L-9701 Clervaux

T.: +352 27 800-1
F.: +352 27 800-900
www.clervaux.lu
secretariat@clervaux.lu

Edition française, juin 2019
traduite par Nadia Taouil (t9n.lu)

ÉLABORATION DU MASTERPLAN, MODÉRATION, RÉDACTION / CONCEPTION

CIMA Beratung + Management GmbH
Dr. Wolfgang Haensch, Luise Küpper, Stefan Urbanski
Goethestraße 2
D - 50858 Köln

T.: +49 2234 92965-17
F.: +49 2234 92965-18
cima.koeln@cima.de