

Contexte

L'image et la notoriété d'une ville s'appuient souvent sur le paysage urbain, sur le dynamisme de la vie locale et l'appropriation qu'en ont ses habitants.

Deux principaux facteurs concourent au manque de lisibilité et de visibilité de Groslay; d'une part, le déficit d'image de la ville (abords de la RD 301 occupés par des décharges, friches et fourrières,...); d'autre part, le manque d'intérêt d'une partie des habitants pour le territoire où ils résident. L'objectif est donc de s'appuyer sur les ressources locales afin de fédérer les acteurs locaux autour d'une identité commune et développer l'attractivité de la ville auprès des personnes et institutions extérieures.



Descriptif

Groslay « Ville de la pivoine »

- Créer un temps fort annuel (début mai) en organisant un marché aux pivoines : vente par les producteurs locaux, expositions (pivoines, matériels, photographies,...) Une halle à l'ancienne pourrait être aménagée au Parc Rosy VARTE
- Déclinaison du thème de la pivoine dans le fleurissement de la ville, les espaces verts (verger patrimonial), le mobilier urbain, le logo, la signalétique...

Renouvellement et renforcement des actions de promotion de la ville

- Renouveler la formule d'accueil des nouveaux habitants : *par exemple organiser une visite de la ville.*
- Développer les contacts avec la presse : *par exemple dossiers de presse sur l'histoire de la ville, ses personnalités, ses événements...*
- Améliorer les supports édités (annuaire des associations, plaquette de présentation de la commune)
- Améliorer la signalétique de présentation de la commune aux entrées de ville (ville de la pivoine - église classée du 13^{ème} siècle – Ferdinand Berthoud ...) et le jalonnement commercial.
- Mise en place d'un itinéraire de découverte de la ville et de son patrimoine (panneaux de présentation, flash code)

- Organiser des temps forts sur les éléments du patrimoine de la commune : *par exemple, fédérer les écoliers et leurs parents autour d'une manifestation annuelle "La science amusante" (lien avec Ferdinand Berthoud) avec initiations ludiques pour les écoles et conférence pour les plus grands*

- Trouver un représentant pour chaque communauté au sein de la population locale afin de permettre la compréhension et le partage interculturel et favoriser l'émergence d'une identité commune

- Cerner l'image que les habitants ont de leur ville et les améliorations qu'ils voudraient y voir

- A défaut d'avoir l'avis des personnes visées, contacter des personnes référentes pour la population comme les présidents d'association, les enseignants, les commerçants...

En outre, pour améliorer la perception du territoire qu'ont les personnes extérieures, l'aménagement et l'agencement qualitatif des abords déqualifiés et des entrées de ville au niveau de la départementale seraient à soigner. La réglementation des enseignes et pré-enseignes pourrait aussi contribuer à l'amélioration de l'ambiance urbaine, en particulier à l'approche des zones d'activités.

Finalités



Lutte contre le changement climatique



Préservation des ressources



Cohésion sociale et solidarité



Epanouissement de tous les êtres humains



Modes de production et de consommation responsables