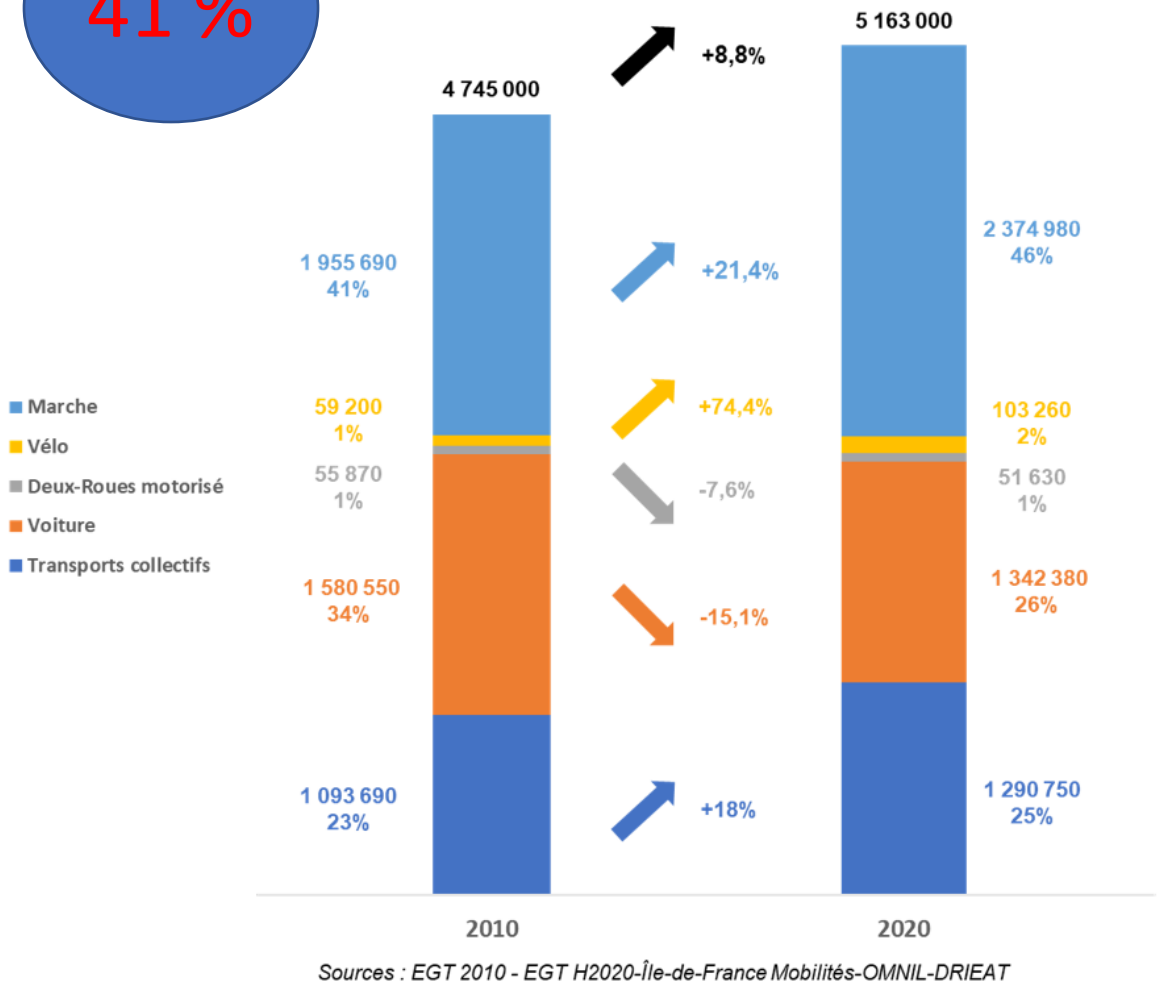
seine-saint-denis
LE DÉPARTEMENT

- **Proposition d'une stratégie piétonne nommée :**

# Un pas de plus en Seine-Saint-Denis

# A. PREMIÈRE PARTIE / LES ENJEUX DE LA MARCHE EN SEINE-SAINT-DENIS

41 %




Sources : EGT 2010 - EGT H2020-Île-de-France Mobilités-OMNIL-DRIEAT

46 %

***1. La marche : un mode de déplacement contraint mais en fort développement en Seine Saint Denis.***

## 2.Les enjeux de la marche croisent de multiples politiques publiques:

- **La mobilité**

**La marche est au centre des mobilités** et de l'intermodalité. Pour les courtes distances (< 3km), elle permet de désaturer les transports publics, et limite l'usage des modes motorisés.

- **L'animation urbaine**

Le piéton participe à l'animation et au dynamisme des centres-villes et renforce les relations sociales. Avec un bilan carbone nul, il participe à la lutte contre le réchauffement climatique.

- **La résilience**

La marche par son empreinte carbone nul est résiliente Avec un bilan carbone nul, il participe à la lutte contre le réchauffement climatique.

- **la sante publique**

**La marche est une activité physique** accessible à tous. 30 mn de marche permet de lutter contre l'obésité, les maladies cardio-vasculaires, le diabète et certains cancers, l'anxiété ou de dépression.

# 3. Les enjeux des public spécifiques:

## 1. Les personnes en situation de handicap

## 2. Les déplacements et le genre

## 3. La mobilité des seniors

## 4. Les enfants dans la rue

# 4. Des besoins qui vont encore augmenter à court terme :

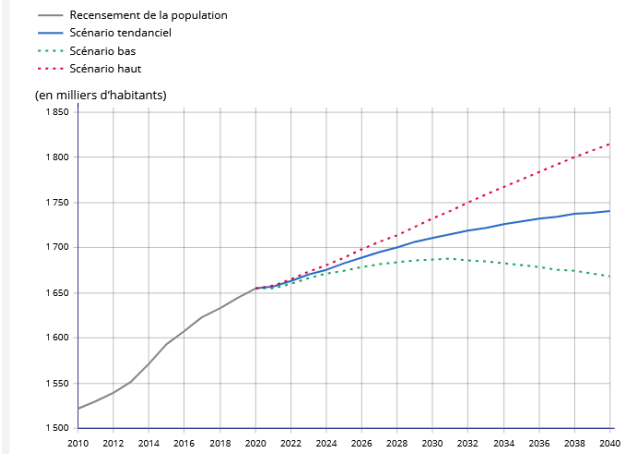
## a. L'évolution démographique

En 2040, la population de la Seine-Saint-Denis sera comprise entre 1,67 et 1,82 M/hab

**Cette progression est notable pour les personnes de 75 ans ou plus :**

- **84 000 en 2019 ; 5 % pop de la population totale**
- **145 000 en 2040 ; 8 % population totale**
- **soit une progression globale de 73 %.**

Figure 1 – Évolution de la population de la Seine-Saint-Denis de 2010 à 2040 selon différents scénarios




## b. L'arrivée du Grand Paris Express

**L'arrivée du réseau du Grand Paris Express va augmenter les besoins de rabattement piéton vers les gares.**
Le dimensionnement des espaces publics dans et autour des pôles-gares doit être en capacité d'absorber ces flux et que l'accessibilité y soit garantie. La végétalisation, les fontaines, les possibilités de s'asseoir en extérieur sont des qualités attendues par les usager-es.

# B. SECONDE PARTIE / POUR UNE STRATÉGIE MARCHE « UN PAS DE PLUS EN SEINE-SAINT-DENIS »

## 1. Encadrer, Évaluer, Prioriser.

### a. Encadrer

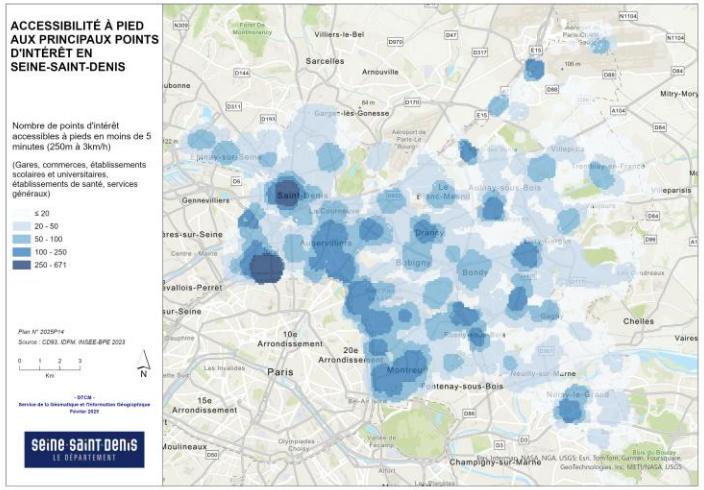
**Notion de « *Penser Piéton·ne* » :**
Cette notion peut se résumer en quelques objectifs-clés qui doivent être pris en compte dans la conception des projets d'aménagements pour que les cheminements soient :

- **Clair**
- **Commode**
- **Convivial**
- **Connecté**
- **Confortable**

### b. Évaluer

La création d'un indice de marchabilité vient s'ajouter à la hiérarchisation du réseau piéton pour avoir une lecture plus précise de la vulnérabilité des zones identifiées afin d'orienter les interventions possibles. L'indice de marchabilité, disponible sur tout le territoire, permet une visualisation de ce qui est disponible de l'espace utile au marcheur. Elle s'exprime par le rapport entre l'espace marchable sur l'espace public total.

### c. Prioriser




La voirie départementale représente 345 km de voirie et le double de trottoir. La priorisation du réseau piéton permet de rechercher une efficacité des investissements.
Cette priorisation doit se construire en fonction de l'intensité des flux piétons existants (cf carte ci-dessous sur le nombre de points d'intérêts accessibles à pied qui traduit le taux de fréquentation piétonne de la voirie…)

# 2. Réparer, Préparer, Innover

## a. Réparer et améliorer l'existant dans le cadre des travaux programmés

Il s'agit de tirer parti de chaque intervention, même légère, sur l'espace public pour améliorer le confort du piéton.

•Opérations de réparations , transformation des lignes de désir observées en traversées piétonnes

•Prise en compte de la vitesse des piéton·nes les plus fragiles dans la gestion des feux

•Mettre en place du jalonnement piéton

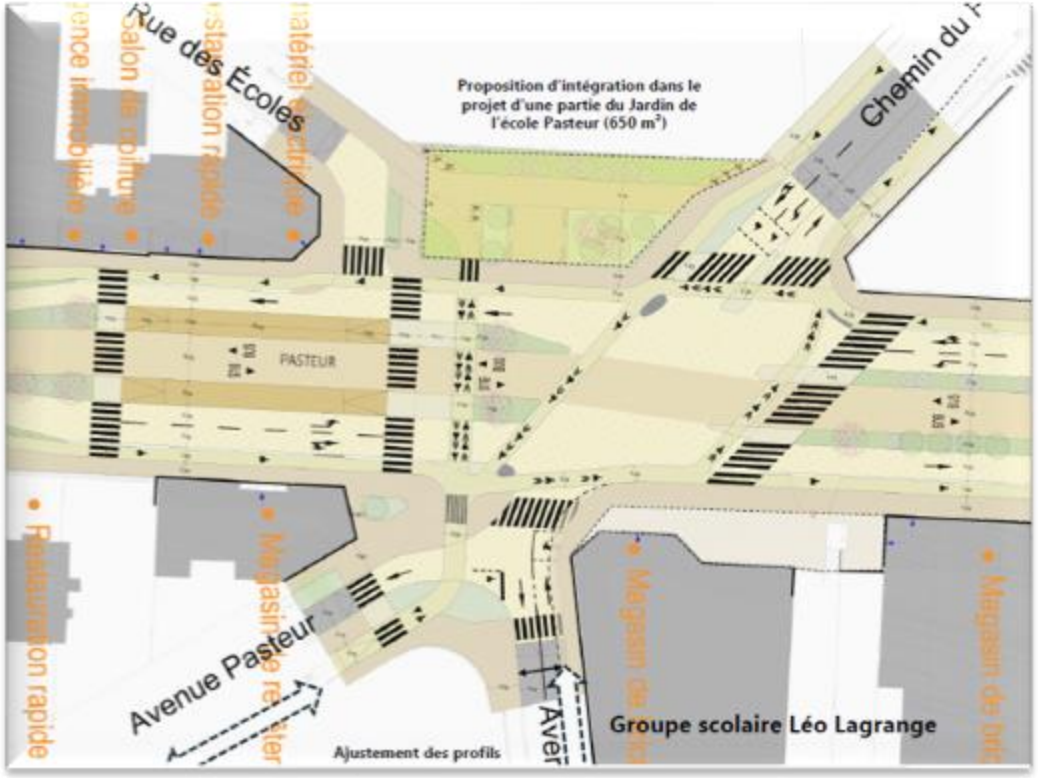
## b. Préparer l'avenir en intégrant le « Penser-Piéton » dans l'élaboration des grands projets : BBM; T1, TZen3, T8 sud, ASVT …

## c. Innover, expérimenter

# Exemple d’aménagement d’un carrefour en faveur des piétons autour du projet de Tzen 3

**Carrefour actuel**

**projet**



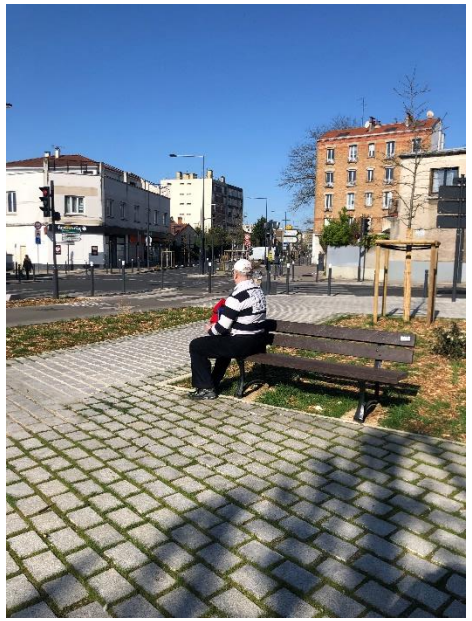

**Compactage de la traversée sud, respect des lignes de désirs …**

❖ identifier les convergences nécessaires avec les villes.

## Le mobilier urbain

Le mobilier urbain répond à un besoin, à un service pour tous les usagers de l'espace public, la parfaite adéquation du mobilier urbain avec son environnement assure au piéton une déambulation sécurisée sur des espaces publics qui lui permet de se reposer, de s'orienter, de se protéger .
Outre les services qu'il doit apporter aux usagers, le mobilier urbain sera perçu soit comme un marqueur de la qualité de l'espace public, soit comme un obstacle sur son cheminement. La pertinence du nombre, de l'efficience et de l'implantation du mobilier urbain participe à la construction d'un espace lisible, organisé et accessible. Dans le cas contraire, il devient une gêne, un obstacle ou une barrière.

Mobilier de pause et de repos



Fontaine

Toilettes publiques

Jalonnement piéton

# 3. Communiquer

Plusieurs axes de communication peuvent se déployer dans le cadre de la Stratégie Marche qui s'inscrivent également dans le déploiement d'autres politiques départementales (sur la Santé notamment) :

- **Promouvoir la marche** partout où cela est possible
- **Engager des campagnes de communication** sur les différentes échelles de collectivités
- **Coordonner des événements festifs ponctuels**
- **Organisation de balades urbaines avec le CAUE 93** valorisant des itinéraires remarquables du point de vue paysager et patrimonial

# Un pas de plus en Seine Saint-Denis

**Je vous remercie de votre attention**

# Regard sur la matinée

**Thierry Du Crest,** coordinateur vélo et marche à la DGITM