



**Cédric DUCARROUGE**

Responsable du département Retail

Mouvements sociaux, gilets jaunes, concurrence d'internet et du commerce de périphérie... Alors que le chiffre d'affaires du commerce physique a baissé de 3,3% en 2018 en France (source PROCOS, Fédération pour l'urbanisme et le développement du commerce spécialisé), les indicateurs sur Lyon sont fortement positifs : augmentation du chiffre d'affaires et de la fréquentation du centre-ville, réduction du taux de vacance commerciale, lancement des travaux de la principale restructuration de centre commercial en France actuellement... Dernier élément en date : Le PROCOS a désigné Lyon comme le centre-ville le plus attractif en région début 2019.

## Un centre-ville renouvelé

La Presqu'île de Lyon, structurée autour de la Rue de la République, confirme sa position de pôle commercial majeur en France avec près de 1 000 enseignes. La Presqu'île se caractérise par une clientèle à fort pouvoir d'achat : 30% des clients sont des cadres ou des chefs d'entreprise, 20% ont des revenus mensuels supérieurs à 4 500 €.

L'ouverture en 2017 des commerces du quartier Grolée-Carnot, et l'inauguration en 2018 des commerces et restaurants du Grand Hôtel-Dieu, soit près de 30 000 m<sup>2</sup>, ont changé le visage du centre-ville, en permettant à la Presqu'île de compléter son offre commerciale et d'accueillir les grandes enseignes qui lui manquaient : Uniqlo, Hard Rock Café, Citadium, COS, Clarins, Décathlon... L'ouverture du Grand Réfectoire et des Halles du Grand Hôtel-Dieu fin 2018, appelés à devenir des hauts-lieux de la gastronomie et du savoir-vivre

## Commerce : Lyon défie la conjoncture

lyonnais, sont les derniers exemples de cette mue commerciale.

La commercialisation de ces projets voit aussi se concrétiser à Lyon 3 nouvelles tendances :

- L'ouverture de boutiques physiques par des acteurs historiquement concentrés sur les ventes Internet, confirmant l'indispensable déploiement pour les enseignes d'une stratégie de vente omnicanal.
- Le retour du mobilier et de la petite décoration dans les centres-villes, grâce à des formats plus compacts privilégiant une meilleure intensité commerciale par m<sup>2</sup>.
- L'explosion du secteur restauration.

## Un modèle vertueux de collaboration publique - privé

Pour accompagner ces développements, et en concertation avec les acteurs privés qui portent les projets Grolée - Carnot (Firce Capital - TEH) et Grand Hôtel-Dieu (Scaprim - PREDICA), la Métropole de Lyon repense ces espaces publics afin d'offrir un meilleur parcours de visite. Toutes les grandes places piétonnes de Lyon sont rénovées : Place des Terreaux, Place de la Comédie, Place de la République, Place Ampère, Place Tolozan et Place Louis Pradel. Afin de fluidifier le parcours clients, la ville piétonnise certains axes : rue Rivière et rue Bellecordière pour connecter le Grand Hôtel-Dieu au reste de la Presqu'île ; rue Thomassin entre le quartier Grolée Carnot et la rue de la République. La rue Victor Hugo va elle aussi être repensée.

## Une nouvelle dynamique

Les modifications profondes de l'offre commerciale et du parcours client ont repositionné la rue de la République au cœur du dispositif commercial de la Presqu'île, structurant un parcours client dense et cohérent entre la rue Grenette et la place Bellecour. Conséquence directe, la fréquentation de la rue de la République augmente depuis le début de l'année 2019.

Ces excellentes performances confirment le renouveau commercial des centres-villes qui déploient une approche volontariste pour soutenir le commerce avec une vision 360°. Cette prise de conscience des collectivités, des investisseurs et des commerçants devraient renforcer le rôle prépondérants des centres-villes au détriment des centres commerciaux.

- **Cession de droit au bail** pour les principales rues commerçantes de Lyon et en régions
- **Gestion et animation** de mandats et gestion de projets
- **55 000 m<sup>2</sup>** actuellement sous mandat
- Grand Hôtel-Dieu, Projet Grolée, Docks de Marseille, Cour Bareuzai Dijon...
- **Implantation d'enseignes** : Intimissimi, Aroma Zone, Les Halles du Grand Hôtel-Dieu, Silvera, Avril Cosmétique, King Jouet, Décathlon...