

Les Scot de l'aire métropolitaine lyonnaise

Agglomération lyonnaise

Beaujolais

Boucle du Rhône en Dauphiné

Bugey-Côtière-Plaine de l'Ain

La Dombes

Loire Centre

Monts du Lyonnais

Nord-Isère

Ouest lyonnais

Rives du Rhône

Roannais

Sud Loire

Val de Saône-Dombes



L'urbanisme commercial dans l'aire métropolitaine lyonnaise

Bulletin de veille **n°7**

Juillet 2018


Agences d'urbanisme
Lyon & Saint-Etienne

Sommaire

1

Politique publique : la redynamisation des villes moyennes
au premier plan 4

2

Conjoncture : un marché de l'immobilier de commerce
en France contrasté 10

3

Prospective 12

4

Stratégies d'acteurs : Carrefour 2022 14

5

Signature d'une « charte de confiance »
entre la fédération des Scot et les grandes fédérations
du commerce 16

6

La vie des projets commerciaux 18

Le commerce, secteur aux évolutions rapides et à l'impact considérable sur l'aménagement du territoire, nécessite un suivi régulier.

Dans le cadre du programme de travail de l'inter-Scot, et à l'initiative des présidents des syndicats mixtes de Scot et des Etablissements publics de coopération intercommunale (EPCI) de l'aire métropolitaine Lyon/Saint-Etienne, les Agences d'urbanisme de Lyon et de Saint-Etienne sont chargées de mettre en place un système de veille et d'observation mutualisé avec le Pôle Métropolitain. Les Agences publient ainsi un bulletin de veille biannuel qui s'appuie sur différentes sources, principalement issues de la presse et d'entretiens réalisés au sein d'un réseau d'informations (communes, EPCI, Scot, établissements publics d'aménagement, opérateurs privés de l'immobilier commercial, CCI).

Ce septième numéro propose une actualité sur les politiques publiques en matière commerciale, une actualité conjoncturelle, prospective ainsi qu'un état des lieux des grands projets commerciaux de l'aire métropolitaine Lyon/Saint-Etienne pour la période de janvier à juillet 2018.

1

Politique publique : la redynamisation des villes moyennes au premier plan

Les villes moyennes paraissent ces dernières années, en marge des débats face aux métropoles, qui monopolisent les regards, les programmes, les financements... Le ministre de la Cohésion des territoires a reconnu que les villes moyennes étaient les « grandes oubliées » des politiques d'aménagement du territoire et qu'il était nécessaire d'y remédier. Il a annoncé, le 12 octobre 2017, le lancement d'un plan national « Action Cœur de Ville » afin de conforter l'attractivité des villes moyennes, autour de trois axes. Le premier concerne l'offre de logements pour inciter les acteurs du logement et de l'urbanisme à réinvestir les centres-villes. Le deuxième vise à défendre le commerce de centre-ville en travaillant, notamment, sur une simplification des normes. Enfin, le troisième tend vers une amélioration globale des conditions de vie des habitants.

Les mesures mise en œuvre pour la redynamisation des villes moyennes

Depuis début 2018, la revitalisation des centres des villes moyennes a fait l'objet de plusieurs mesures que nous présentons ci-dessous de manière synthétisée : le programme Action cœur de ville, la mission prospective sur la revitalisation des villes petites et moyennes, la proposition de loi portant pacte national de revitalisation des centres-villes et centres bourgs.

Le programme action cœur de ville, dont l'auteur est Jacques Mezard, a été publié en avril 2018. Il s'agit d'une politique publique dont les trois principes fondateurs du programme sont :

- Une gouvernance politique associant les maires des villes-centres et les présidents des intercommunalités ;

- Une approche coordonnée avec l'ensemble des parties-prenantes de la revitalisation urbaine (habitat, commerce, services, transport, stationnement, santé, culture, éducation, etc) ;
- Une professionnalisation de la démarche et de la politique commerciale impliquant les acteurs concernés : élus, associations de commerçants, managers de centre-ville, professionnels des marchés, etc...

Trois étapes sont prévues pour les villes retenues au dispositif :

- Avant le 30 septembre 2018 : Préparation de la convention (réunir les acteurs, préfigurer la gouvernance du projet, adapter la trame de la convention-type à chaque commune)
- Avant Mars 2020 : Initialisation (réaliser ou réviser le diagnostic, établir ou conforter la stratégie du projet de redynamisation et fixer les périmètres dont ORT (opération de revitalisation du territoire) ; préciser le programme des actions, et les opérations à réaliser, mettre en cohérence les documents de planification ; organiser la conduite opérationnelle du projet)
- Jusqu'en 2025 : Déploiement (mise en œuvre des actions suite à la signature de l'avenant à la convention cadre, suivi et évaluation du projet, pas d'engagement des partenaires financiers nationaux au-delà du 31 décembre 2022).

En parallèle, la mission prospective sur la revitalisation des villes petites et moyennes, rédigée par André Marcon, a été publiée en février 2018. Cette mission vise à alimenter le dispositif « action cœur de ville ».

La proposition de loi portant Pacte national de revitalisation des centres-villes et centres bourgs, rédigée par Rémy Pointerau et Martial Bourquin, a

été publiée en juin 2018. C'est un projet de loi qui propose : « une batterie de mesures pour répondre à l'urgence de la situation à travers un « Pacte national de revitalisation des centres-villes et centres bourgs », plus ambitieux que le plan « Action cœur de ville » qui ne comporte pratiquement aucune mesure structurelle et dont le dispositif phare, l'opération de revitalisation de territoire (ORT), est en fait conçue comme un outil recentralisateur plaçant les collectivités territoriales sous la dépendance de l'État dès lors que sa contrepartie financière est octroyée de façon discrétionnaire par le Gouvernement ». La proposition de loi a été adoptée en première lecture, avec modifications, par le Sénat le 15 juin 2018. Elle avait été déposée au Sénat le 20 avril 2018 par MM. Rémy Pointerau, Martial Bourquin et plusieurs de leurs collègues.

Plus en détail, chaque mesure apporte des éléments dans différents domaines.

Le programme « Action cœur de ville »

Définition des périmètres d'interventions

222 villes retenues en France

25 villes en Auvergne-Rhône-Alpes

7 sur l'inter-Scot de l'Aire métropolitaine Saint-Etienne-Lyon ; (Ambérieu-en-Bugey, Annonay, Bourgoin-Jallieu, Montbrison, Roanne, Tarare, Vienne)

La mise en œuvre du programme dans les villes retenues comprendra 3 périmètres :

- Le périmètre d'étude : l'échelle large à laquelle doit être réalisé le diagnostic et pensée la stratégie territoriale qui conduira à formuler le projet de redynamisation du cœur d'agglomération.
- Opération de revitalisation de territoire (ORT) : périmètre au sein duquel seront planifiées les actions relevant du projet. Il comprendra nécessairement tout ou partie du centre-ville de la ville principale. Il pourra comporter d'autres secteurs situés dans le bassin de vie, liés fonctionnellement au

cœur d'agglomération, et sur lesquels il importe d'intervenir pour garantir le succès de la (re)dynamisation du territoire

- Secteurs d'intervention prioritaires : au sein du périmètre d'ORT. L'un d'entre eux sera nécessairement le centre-ville de la ville principale. Au sein de ces secteurs, sont concentrés leurs moyens et les investissements.

La stratégie globale et partagée du développement de la centralité de l'agglomération devra obligatoirement suivre 5 axes thématiques pour traiter des problématiques essentielles à la revitalisation des centres-villes :

- Axe 1 - De la réhabilitation à la restructuration, vers une offre attractive de l'habitat en centre-ville
- Axe 2 - Favoriser un développement économique et commercial équilibré
- Axe 3 - Développer l'accessibilité, la mobilité et les connexions
- Axe 4 - Mettre en valeur les formes urbaines, l'espace public et le patrimoine
- Axe 5 - Fournir l'accès aux équipements, aux services publics, à l'offre culturelle et de loisirs

Trois sujets transversaux devront être intégrés dans tous les projets : l'innovation, le numérique et l'animation des centres-villes.

Financement du dispositif

Les principaux financeurs sur 5 ans :

- L'Etat
- 1,7 milliards € de la Caisse des Dépôts et consignations (CDC)
- 1,5 milliards € d'Action Logement
- 1,2 milliards € de l'Agence nationale pour l'amélioration de l'habitat
- ANRU

Gouvernance

Trois échelles de gouvernance :

- Locale : un comité de projet composé du Directeur de projet + Maire bénéficiaire + Président de l'EPCI + État (Préfet et son référent départemental) + représentant locaux des financeurs CDC-Anah-Action Logement + services techniques + autres acteurs et partenaires qui définit la stratégie d'action, valide les documents, coordonne les acteurs et pilote l'avancement du projet et qui rédige la convention cadre et la signe après validation par le comité régional. Une équipe projet sous la supervision du Directeur de projet qui élabore, coordonne et suit le projet de revitalisation de centre-ville
- Régionale : un comité régional d'engagement qui correspond au comité des financeurs.
- Nationale : un Comité de pilotage stratégique (Une direction de programme au sein du CGET, Commissariat général à l'égalité des territoires). Il pilote la stratégie et la communication nationale du programme, suit et capitalise les retours d'expérience locales.





© Commerce, Epures/AU Saint-Etienne



La mission prospective sur la revitalisation des villes petites et moyennes

Gouvernance

Il s'agit de :

- créer un comité de gouvernance dans chaque centre-ville incluant les acteurs publics et privés au-delà du commerce (propriétaires, professions libérales, commerçants, intercommunalité, ville, consulaires, services de l'État...),
- développer le Place Making pour construire le centre-ville avec les usagers et entrer dans une démarche proactive,
- recruter des managers de centre-ville formés à la vision à 360° du centre-ville (Services, habitat, commerce, mobilité, ...),
- former les élus aux outils de la revitalisation,
- créer un portail interministériel Coeur de Ville pour informer les acteurs des procédures, outils, et des financements pertinents pour accompagner leur projet de redynamisation de leur centre-ville,
- élaborer un Plan Guide Stratégique à l'échelle de chaque centre-ville pour inciter à une vision cohérente des projets du centre-ville sur une période longue,
- contractualiser autour du Plan Guide Stratégique, avec les différents financeurs (Etat, ses établissements publics, la Région, les Collectivités territoriales avec une double signature contractuelle par le Président de l'intercommunalité et par le Maire de la commune concernée afin de garantir l'engagement pluriannuel et le portage par les deux structures et la prise en compte de la bonne échelle.

Aménagement urbain

Les axes forts sont les suivants :

- Créer des espaces publics plus modulables, événementiels en lançant une réflexion nationale sur le partage de l'espace public et alléger les contraintes d'utilisation de l'espace public,

- Développer une dimension de centre-ville durable par un travail sur l'énergie, l'agriculture urbaine...
- Expérimenter des modes de déplacements innovants en centre-ville pour les personnes et la logistique,
- Mutualiser des plateformes de stockage des déchets, de stockage des marchandises.

Réduction du coût des normes

Il s'agit de simplifier pour accélérer la transformation du commerce physique par rapport au digital : simplification des normes, équité fiscale, allègement des règles de stationnement, assouplissement des règles d'accessibilité pour les baux de courte durée.

Immobilier-foncier

Les objectifs sont de :

- couvrir le territoire national par les Etablissements Publics Fonciers Régionaux et orienter leur mission vers les centres-villes afin de stimuler les pratiques de renouvellement urbain,
- faciliter l'entrée sur le marché local de nouveaux commerçants avec des Boutiques tests ou des locaux partagés.

Financement

- Initier un fond de mutation pour aider les commerces diffus à se relocaliser dans les centres.
- Sécuriser l'investissement des promoteurs dans les opérations de renouvellement urbain en centres-villes par des structures de garantie.
- Inciter à l'investissement public-privé de proximité avec des outils à tester et à promouvoir : SCPI, SCIC, micro foncière pour porter : les linéaires commerciaux dans les opérations de remembrement du linéaire commercial, les nouveaux mutualisés de centre-ville.
- Mettre en œuvre une vraie politique d'appui à l'investissement innovant dans les TPE de centres-villes par une adaptation des financements BPI et une ingénierie de soutien à la créativité.

Création-Modernisation et transmission d'entreprises

- Accompagner les start(sh)uppers et créer un statut de jeune pousse par un statut juridique nouveau en matière de bail et par un allègement des procédures afin de tester des nouveaux projets commerciaux innovants en centre-ville
- Débloquent les freins à la reprise des commerces : aides fiscales, étalement de paiement des droits de mutation, assouplissement du Pacte Dutreil.

Observation

Un diagnostic prospectif à l'échelle de chaque centre-ville fusionnant les travaux menés sur le commerce, l'habitat, les déplacements ... (afin d'éviter le fonctionnement en silo) mais un diagnostic court autour de 20 à 25 indicateurs évaluable dans le temps.

Créer un observatoire des centres-villes dans chaque région pour suivre, comparer, évaluer les évolutions des centres-villes sur les 20 principaux critères d'attractivité.

Régulation

Privilégier l'implantation des services publics, des maisons de santé et des professions libérales

Ouvrir plus largement les magasins pour se repositionner face au digital : dérogation à l'ouverture jusqu'à 13h le dimanche pour les commerces alimentaires, liberté de négociation sur les jours et heures d'ouverture, ouverture le midi.

Marketing/communication

Innover dans le portage des actions de marketing de centre-ville avec un portage unique des actions d'animation, de promotion autour d'une structure de type Office du centre-ville ou Office de Tourisme et du centre-ville.

La proposition de loi portant Pacte national de revitalisation des centres-villes et centres bourgs

Définition des périmètres d'intervention

Donne une définition des centres villes et centres bourgs et définit ceux pouvant bénéficier des opérations de sauvegarde économique et de redynamisation « OSER ».

Financement du dispositif

Taxe sur l'artificialisation des terres, une taxe sur les livraisons du e-commerce et la majoration de la taxe sur les surfaces commerciales.

Gouvernance

Création de l'Agence nationale pour la cohésion des territoires. Il s'agit d'un établissement public national à caractère industriel et commercial qui aura notamment pour mission de contribuer au développement équilibré des territoires à travers la mise en œuvre d'un plan national pour la cohésion territoriale dont les objectifs sont : revitaliser, désenclaver et développer les zones rurales et périphériques ; redynamiser les villes moyennes et leurs centres-villes. Les représentants des élus locaux et les collectivités territoriales sont associés localement et nationalement aux orientations et aux politiques engagées.

Réduction du coût des normes

Une expérimentation d'une durée maximale de 5 ans visant à alléger le poids des normes dans les centres-villes et centres bourgs intégrés à un périmètre OSER. Le Maire d'une commune faisant l'objet d'une convention OSER pourrait ainsi proposer au Préfet de déroger à certaines normes imposant la réalisation de prestations ou de travaux impliquant la mise en œuvre de moyens matériels, techniques ou financiers disproportionnés.

Simplifie la prise en compte des protections patrimoniales dans le périmètre des opérations OSER. Il est ainsi prévu l'établissement d'un dialogue systématique avec l'ABF lors de la définition d'un périmètre OSER, qui prendra en compte le tissu urbain et le patrimoine propres à chaque territoire.

Réduction du coût des normes

Une expérimentation d'une durée maximale de 5 ans visant à alléger le poids des normes dans les centres-villes et centres bourgs intégrés à un périmètre OSER. Le Maire d'une commune faisant l'objet d'une convention OSER pourrait ainsi proposer au Préfet de déroger à certaines normes imposant la réalisation de prestations ou de travaux impliquant la mise en œuvre de moyens matériels, techniques ou financiers disproportionnés.

Simplifie la prise en compte des protections patrimoniales dans le périmètre des opérations OSER. Il est ainsi prévu l'établissement d'un dialogue systématique avec l'ABF lors de la définition d'un périmètre OSER, qui prendra en compte le tissu urbain et le patrimoine propres à chaque territoire.

Immobilier-foncier

Extension du champ d'intervention de l'EPARECA (établissement public national d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux) pour l'instant limité aux quartiers prioritaires de la politique de la ville dans les périmètres des conventions « OSER » ;

Mobilise statutairement les établissements publics fonciers (EPF) locaux et de l'État pour les centres-villes ;

Inscrit l'aide à la démolition et aux acquisitions-améliorations en centres-villes et centres bourgs dans les missions du fonds national des aides à la pierre ;

Expérimentation d'un nouveau contrat de mise à disposition d'un local commercial : plus souple que le bail commercial, sa durée serait négociée entre les parties, sans droit au bail, et dont la contrepartie serait une redevance proportionnelle au chiffre d'affaires.



Financement

Transforme le Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) en un véritable fonds de revitalisation des centres-villes et des centres bourgs alimenté notamment par la contribution pour la lutte contre l'artificialisation des terres ;

Crée un fonds de garantie pour les loyers commerciaux impayés dans les centres-villes qui vise à sécuriser les bailleurs, parfois retenus de louer leur bien en raison des risques d'impayés.

Création-Modernisation et transmission d'entreprises

Propose la mise en place d'un dispositif d'accompagnement de la modernisation des commerçants et artisans :

- en priorisant le déploiement du très haut débit au profit des centres-villes faisant l'objet d'une convention OSER,
- en instituant d'un crédit d'impôt pour l'équipement numérique et la formation correspondante des artisans et des commerçants de détail afin de faciliter leur initiation aux techniques commerciales sur internet.

Régulation

Limite le départ des services publics en périphérie. Il prévoit une information minimale des autorités locales par le Préfet ou par les autres exécutifs locaux en amont de la fermeture d'un tel service ou de son déplacement en dehors du périmètre d'une opération de sauvegarde économique et de redynamisation (OSER) et institue une procédure permettant aux élus locaux de s'opposer à une telle évolution. Il propose également de garantir que les aides destinées à créer une maison de services au public ou une maison de santé, ne contribueront pas à fragiliser les centres-villes ou les centres bourgs par transfert de ces services ou professionnels vers des sites en périphérie.

Modifie la composition des DAC Participation d'une personnalité qualifiée en matière de commerce, d'une autre en matière d'artisanat, d'une troisième en matière d'agriculture, respectivement désignées par la CCI, la chambre des métiers et de l'artisanat et par la

chambre d'agriculture territorialement compétente, les deux premières ne prenant toutefois pas part au vote.

Une obligation d'audition par la CDAC des associations de commerçants et du manager de centre-ville de la commune d'implantation lorsqu'ils existent, ainsi qu'une information des maires des communes limitrophes de la commune d'implantation d'un projet commercial.

Réduit le seuil d'autorisation d'implantation commerciale de 1000 à 400 mètres carrés pour les projets situés hors du périmètre d'une convention OSER. Le seuil actuel de 1000 mètres carrés serait maintenu dans les périmètres OSER pour y faciliter les implantations commerciales alors que hors du centre-ville, en particulier en périphérie, les seuils seraient abaissés pour limiter les implantations. Donne faculté aux autorités locales dont le territoire est concerné par une opération, d'abaisser, dans le périmètre de l'opération OSER, le seuil d'autorisation à 400 m². Par cette disposition, il s'agit de maintenir, en le simplifiant, le dispositif exceptionnel de saisine de la CDAC par le Maire ou le Président de l'EPCI pour les projets d'implantation commerciale d'une surface inférieure aux 1000 mètres carrés de droit commun.

Soumet les locaux de stockage du commerce électronique d'une surface supérieure à 1000 mètres carrés à autorisation d'exploitation commerciale.

Les AEC seraient désormais « conformes », et non plus seulement « compatibles », au document d'orientation et d'objectifs (DOO) des schémas de cohérence territoriale (SCOT).

Réforme le système de contrôle des décisions des CDAC afin de s'assurer du respect des autorisations accordées. Aux frais du demandeur et à la fin des travaux d'aménagement, un « certificat de bon achèvement » délivré par un organisme indépendant habilité par le préfet devra être transmis par le demandeur à l'ensemble des autorités concernées par les implantations commerciales.

Etend à des personnels municipaux habilités la possibilité de constater l'exploitation illicite d'une surface de vente.



Renforce l'obligation de démantèlement et de remise en état des sites sur lesquels une exploitation commerciale a cessé.

Encadre les possibilités de remise en cause devant la CNAC des décisions des CDAC. Un dispositif à effet de cliquet : en cas d'avis défavorable émis par les membres de la CDAC, seul un accord adopté à l'unanimité des membres de la CNAC permettrait d'autoriser le projet. Inversement, la CDAC aurait la possibilité de se ressaisir, dans un délai d'un mois et à l'unanimité de ses membres, d'un projet autorisé par la CNAC sur lequel elle aurait au préalable émis un avis défavorable.

Crée un droit d'opposition du représentant de l'État dans le département à une autorisation d'exploitation commerciale pour assurer la cohérence avec l'intervention de la puissance publique. Les magasins de producteurs de produits alimentaires commercialisés en « circuits courts » ; les projets d'implantation commerciale situés sur d'anciennes friches commerciales ; les opérations immobilières combinant un projet d'implantation commerciale et des logements situés dans le périmètre d'une OSER seraient concernés par cette exonération.

Facilite l'implantation en centre-ville de certains types de commerce en les exonérant de l'obligation d'autorisation d'exploitation commerciale

Donne une base légale solide aux différents moratoires locaux pris par plusieurs collectivités territoriales en France

Rend le document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC) obligatoire dans les SCOT et précise son contenu de façon à affirmer son caractère prescriptif.

Intègre dans les objectifs des programmes locaux de l'habitat (PLH) la prise en compte de la situation des centres-villes et centres bourgs,

Allègements de la fiscalité pour les logements. Ils seraient tous réservés aux périmètres des conventions « OSER ».

Seraient concernés :

- Les opérations mixtes logements sociaux et intermédiaires/accession à la propriété (taux de TVA à 10 %) ;
- Les réhabilitations complètes de logements (taux de TVA à 5,5 % ou 10 % selon qu'ils visent ou non l'amélioration de la qualité énergétique des logements).

Défiscalisation pour l'investissement locatif pour les centres dans le périmètre des Conventions « OSER ».

Institue au profit des communes et des EPCI signataires d'une convention OSER une contribution pour la lutte contre l'artificialisation des terres calculée en fonction de l'emprise au sol des locaux commerciaux, de stockage lié au commerce électronique et des places de stationnement. Cette contribution permet de financer les mesures du Pacte et vise à encourager la densification en centre-ville.

Institue une taxe sur les livraisons liées au commerce électronique. Calculée au kilomètre parcouru entre le dernier lieu de stockage et le point de livraison, elle doit permettre de lutter contre les externalités négatives générées par les livraisons (suremballage, consommation d'énergie fossile, émissions de gaz à effet de serre...), financer les mesures du Pacte et pousser les géants du e-commerce à bâtir des entrepôts intermédiaires plus nombreux et plus petits.

Permet aux collectivités et aux EPCI de réduire la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) dans les périmètres des conventions « OSER » ou d'en exonérer les commerces de proximité et de moduler la taxe à la hausse hors de ces périmètres. Il assujettit également les drives à la Tascom pour rétablir une équité fiscale.

Renforce les sociétés d'investissements immobiliers cotées (SIIC) face aux risques spéculatifs et les encourage à investir dans les centres-villes. Il conditionne notamment le maintien du régime d'exonération de l'impôt sur les sociétés dont elles bénéficient à l'investissement d'une certaine proportion des

capitaux collectés par la SIIC dans les centres-villes et centres bourgs.

Crée des zones de revitalisation de centres-villes, en prévoyant un dispositif d'exonération des bénéfices pour les entreprises de moins de vingt salariés implantées dans les périmètres des conventions OSER.



2

Conjoncture : un marché de l'immobilier de commerce en France contrasté

Dans leurs dernières livraisons, le cabinet Cushman and Wakefield publie deux études sur :

- le marché de l'immobilier de commerces en France sur l'exercice 2017,
- le marché de l'immobilier de commerces en France au premier trimestre 2018.

Des fondamentaux économiques contrastés

Après une croissance du PIB de +1,9% en 2017, l'économie française repart avec un taux de croissance à 1,8% du PIB au premier trimestre 2018. Les évolutions favorables des créations et défaillances des entreprises couplées à l'augmentation des contrats d'intérim permettent au taux de chômage de reculer pour atteindre 8,8% en fin d'année 2017. Les mouvements de grève et la baisse du moral des ménages (-4 points selon l'INSEE) de ce début d'année laissent cependant entrevoir un probable ralentissement de la croissance économique française.

Après des dépenses de consommation des ménages records au troisième trimestre 2017, l'activité des centres-villes et de la périphérie a chuté de 5,2% pour tous les postes au quatrième trimestre 2017, d'après le baromètre Procos..

Plusieurs tendances dominent le marché français sur l'année 2017

De nombreuses enseignes se penchent sur un modèle de boutique plus compact

Dans le domaine sportif, Décathlon et Go Sport ont développé respectivement des boutiques « Décathlon City » et « Courir ». Dans le secteur de l'équipement de maison, des enseignes habituellement gourmandes en grandes surfaces périphériques s'essayaient aussi à la création de magasins plus compacts. Maison du Monde a par exemple ouvert un magasin de 200m² à Paris, Leroy Merlin « L'appart by le Leroy Merlin » à Strasbourg et Boulanger « Comptoirs » à Metz. Ce nouveau format est notamment plus adapté pour l'implantation de boutiques dans les centres-villes.

Le marché français reste très attractif pour les grandes marques étrangères

Elles consolident leur réseau sur le territoire avec l'ouverture de nouveaux établissements (Bijou Brigitte, Seaside, Hema...). Les enseignes chinoises comme Huawei, Darry Ring et Mo&co suivent le pas.

Le segment de la restauration « Food and Beverage » profite de fortes performances avec une croissance de +4,6% en 2017 et dépasse ainsi les chiffres de l'année 2016 (+4,3%). Que ce soit en centre-ville ou en périphérie, ces enseignes toujours plus diversifiées, (cuisine asiatique, méditerranéenne...) sont un outil stratégique pour les concentrations commerciales, elles retiennent et favorisent le flux de clients.



© BijouBrigitte, @GoogleMap

Une croissance à deux chiffres du marché bio

Enfin, dans le domaine de la grande distribution, le bio a le vent en poupe, avec une croissance de 16% et un chiffre d'affaires du marché s'élevant à 8 milliards d'euros en 2017.

Vers une stabilisation des valeurs locatives en centre-ville ?

Dans les centres-villes de province, 45% des ouvertures de commerces concernent l'équipement à la personne, 16% la restauration, et 13% pour l'alimentation et les loisirs. Les villes de Lyon et Marseille ont regroupé la moitié des ouvertures de la province. A Lyon, la rénovation du quartier Grôlée Carnot et l'inauguration récente du Grand Hôtel-Dieu portent l'essentiel des ouvertures de ces deux dernières années.

Quant aux valeurs locatives des grandes artères des villes, il semble que le marché se soit stabilisé selon le rapport de Cushman & Wakefield. La surface se négociait à 2 500€ m²/an à Lyon Presqu'île, 2 400€ à Bordeaux Sainte Catherine-Intendance, 2 200€ à Nice Jean Médecin et 2 000€ dans le Vieux Lille. Seule l'avenue des Champs-Élysées révèle une tendance à la hausse sur le début d'année 2018.

Une bonne santé des indices de fréquentation des centres commerciaux

La fréquentation des centres commerciaux de l'année 2017 aura été plutôt stable avec une légère augmentation de +0,5% par rapport à 2016. L'année 2018 commence bien avec un premier trimestre au-dessus de l'indice de fréquentation du premier trimestre 2017.

Une reprise des créations de surface des centres commerciaux

En chute depuis 2015, l'ouverture de centres commerciaux (en surface) devrait s'élever à 220 000m² en 2018 selon les estimations de Cushman & Wakefield. Avec 55% des inaugurations, les créations brutes de surfaces devraient reprendre le pas sur les extensions et restructurations de sites existants. L'activité de 2018 devrait apporter près de 250 000 m² supplémentaires au parc existant et se concentrera essentiellement en province avec le centre commercial B'Est de Farébersviller (Moselle) sur 53 000m² ouvert en avril et le Prado au pied du stade Vélodrome de Marseille sur 42 000 m² ouvert en mars¹.



© Marché, Epures/AU Saint-Etienne



© The Village, Epures/AU Saint-Etienne

L'année 2017 est caractérisée par une résistance des valeurs locatives pour les centres commerciaux super régionaux (entre 1500 et 1700 €/m²/an). Pour les pôles secondaires, les valeurs locatives tendent à une légère baisse, les enseignes s'y installant visant plus la performance que la mise en valeur.

Une activité soutenue des créations de retail parks

Au cours de l'année 2017 ce sont près de quarante sites de retail parks et parcs d'activités commerciales périphériques répartis sur plus de 470 000 m² qui ont été inaugurés. L'année 2018 s'annonce riche avec 70 projets représentant un peu plus de 800 000m². Comme pour 2017, la majorité des projets d'ouverture programmés de 2018 concernent de la création brute (78%). Les projets d'extension et de transfert représentent 18% et les projets de rénovation 4%.

L'année 2018 marque l'arrivée de deux nouveaux centres dans le sud-est de la France, le Viaduc Village à La Cavalerie (7 500m²) et The Village à Villefontaine (22 000m²). Ouvert le 18 mai dernier, The Village a attiré un demi-million de visiteurs sur les dix premiers jours suivants son ouverture.

¹ <http://www.toute-la-franchise.com/vie-de-la-franchise-A31231-immobilier-commercial-bilan-2017.html>

Un ralentissement des gros investissements

Après quatre années à tendance baissière entre 2014 et 2017, et une année 2017 marquée par le net recul des investissements dont le montant dépasse les 100 millions d'euros, le marché de l'investissement en commerce enregistre une honnête performance au premier trimestre 2018. Le montant de transactions effectuées au premier trimestre 2018 dépasse d'un tiers les chiffres du premier trimestre 2017 avec près de 630 millions d'euros selon le rapport Cushman & Wakefield.

Au plus haut depuis 2011, la part des acquisitions d'actifs commerciaux par les fonds d'investissement affiche une baisse de 1% en 2017. Ils représentent 73% du volume total investi cette même année, soit 2,6 milliards d'euros.

Les investisseurs français sont restés très actifs représentant 65% du total des investissements commerciaux et 60% des cessions. Les investissements européens concernent essentiellement les segments du commerce de centre-ville et centres commerciaux avec respectivement 39% et 45% des montants.

3

Prospective

L'exemple de Sephora Flash

C'est dans le 4^e arrondissement de Paris que le groupe Sephora a décidé d'ouvrir une boutique Sephora Flash. Cette boutique ultra-connectée de 130m² est près de trois fois plus petite qu'une boutique Sephora standard. Dès l'arrivée en magasin, un robot intelligent propose au client de se munir d'une carte permettant au client d'ajouter des articles à son panier virtuel. La boutique dispose aussi de bornes interactives donnant accès à un catalogue de 14 000 références (contre les 3 500 présentes dans le magasin). Après avoir essayé les produits, le client peut aussi réaliser des clichs qui seront directement envoyés sur son téléphone grâce à des miroirs connectés. Peu de stock dans ce magasin, certains produits comme les parfums ne disposent que d'un produit testeur, si le produit intéresse le client il pourra alors l'ajouter à son panier virtuel. Les produits non disponibles en magasin sont envoyés au domicile du client ou directement à la boutique Sephora. Enfin, en sortie de magasin,

le client aura l'opportunité de scanner son ticket de caisse afin de bénéficier d'échantillons de la marque. La stratégie de la boutique est clairement axée sur le service client avec 15 maquilleurs, conseillers et hôtes de caisse ou d'accueil. Ce nouveau modèle de magasin permet à Sephora de proposer une expérience client enrichie ainsi que la possibilité de s'installer dans des zones où le groupe ne disposait pas d'espace suffisant pour ouvrir une boutique.

Fusion future du magasin physique et du commerce digital ?

Dans la revue numéro 95 de l'observateur de l'immobilier du Crédit Foncier, Nicolas Tarnaud, FRICS, Économiste, Professeur, Chercheur associé au Larefi, Université de Bordeaux explique pourquoi magasin physique et commerce digital devront nécessairement fusionner.

Une intensification de la concurrence

Depuis les années 2000, l'économie mondiale est caractérisée par une accélération des échanges internationaux. La libre circulation des biens et des flux financiers a conduit à une augmentation du nombre de concurrents sur les marchés. Cette situation s'est aggravée avec la crise des subprimes de 2008, les entreprises ont dû évoluer dans un environnement ultra concurrentiel. Ces mutations affectent aussi bien marchés financiers que les cœurs des villes et les périphéries. Le monde du commerce doit être innovant face au développement des nouvelles technologies, de l'internet haut débit, du e-commerce et des nouveaux concurrents. Dans une société connectée où la population urbaine est familiarisée aux nouvelles technologies, l'innovation est un outil efficace pour ne pas disparaître.

Le magasin physique en difficulté

En 2015, la consommation des ménages participait à hauteur de 55% du PIB français ; bien que cette part soit importante, elle est partagée entre le commerce en ligne et le commerce physique. Les commerces physiques subissent l'évolution des habitudes des consommateurs, les boutiques deviennent pour certains consommateurs des lieux d'exposition gratuits où il est possible d'essayer les produits, pour

finalement se les procurer pour moins cher sur le net. Une situation qui met les commerçants à mal d'autant qu'ils doivent faire face à des charges immobilières et de stockage importantes.

Changement des habitudes du consommateur

Les attentes et pratiques des consommateurs ont changées. Avec le développement d'internet et des TIC, le consommateur peut réaliser des achats depuis son smartphone ou sa tablette à n'importe quel moment de la journée, quelle que soit sa localisation. En constante recherche d'optimisation de leur temps, la dimension temporelle devient pour les urbains un élément déterminant dans le processus d'achat. Ainsi, selon une enquête IFOP de 2014, 30% des français abandonnent un achat à cause d'une file d'attente trop longue et 38% préfèrent acheter leurs biens sur internet (55% pour les biens High-tech et 52% pour les biens en lien avec les loisirs).

Une forte croissance du e-commerce

Avec internet, il est possible de comparer les prix d'un bien et d'avoir accès à une grande diversité de produits en un minimum de temps. Amazon, leader des sites de e-commerce possède par exemple plus de 150 millions de références sur son site. Ces dernières années les sites de e-commerce réussissent à maintenir une forte croissance de leur chiffre d'affaires en se tournant vers l'international mais aussi en grignotant les parts de marché de la grande distribution. Une situation qui s'explique aussi par un nombre d'internautes en constante augmentation. En 2017, la part des utilisateurs internet représentait 51% de la population mondiale alors qu'ils n'étaient que 15% en 2005 selon l'Union Internationale des Télécommunications.

Un concept hybride, le phygital

Face aux évolutions du comportement des consommateurs et le poids grandissant du e-commerce, le mariage des boutiques physiques aux technologies du digital semble être inévitable. Le terme phygital est pour la première fois utilisé par l'agence de communication et marketing « Momentum » en 2013. Il est la contraction de deux mots : physical et digital. Cette notion désigne le fait de connecter un commerce physique au monde du digital en utilisant divers dispositifs et technologies (applications, portail internet, réalité augmentée et virtuelle, intelligence artificielle...). L'objectif du phygital est de procurer une nouvelle expérience client sous la forme d'un service plus complet et de meilleur qualité.

Aujourd'hui, les consommateurs sont de plus en plus connectés, il est important pour les magasins de conserver un lien avec le client en dehors de leurs structures. À travers une stratégie omnicanale, il est par exemple possible d'optimiser la surface de stockage et de vitrine en profitant de catalogues de produits en ligne.

Face à la concurrence accrue de ces dernières années et à l'arrivée de nouveaux acteurs, les boutiques physiques doivent rester innovantes. L'expérience client en boutique peut encore être améliorée afin d'attirer le client grâce à l'implantation de technologies dans le magasin comme la réalité virtuelle, les bornes interactives... Cependant, selon Nicolas Tarnaud, il est encore trop tôt pour affirmer que l'utilisation de la technologie en magasin fera revenir les clients sur les lieux de vente physique.

Il semble donc que digital et physique puissent être deux stratégies complémentaires. C'est en tout cas une solution qui pourrait être envisagée par Amazon dont le groupe a racheté 460 magasins de Whole Foods Market le 16 juin 2016 pour 13,7 milliards de dollars.



© Les Echos

Impacts des fermetures d'agences bancaires sur l'activité commerciale

Une accélération à venir des fermetures d'agences bancaires en France...

La France connaît une accélération des fermetures des agences bancaires de son territoire. Selon une étude de Sia Partners, entre 2012 et 2016, ce sont près de 3% des agences bancaires qui ont fermé en France. La France reste l'un des pays les moins touchés de l'Union Européenne puisque sur la même période, 24% des agences bancaires espagnoles ont fermé, 12% pour les agences allemandes et 11% pour les italiennes. Les experts prévoient un rattrapage du faible taux de fermetures des agences françaises. Ainsi, 12,3% des agences françaises fermeraient d'ici à 2020. Il faut cependant nuancer ces chiffres. La réduction des agences bancaires s'apparenterait plus à un ajustement à l'évolution du marché qu'à une réelle disparition.

...qui aurait des impacts sur l'activité commerciale des centres villes

Entre 2012 et 2015, la vacance commerciale à l'échelle nationale a augmenté de 2,3 points passant de 7,2% à 9,5% (Codata, Procos, 2015). Ce chiffre pourrait s'accroître si les prévisions de Sia Partners sur l'avenir des agences

bancaires se confirment. Selon, une étude de Citadia, la fermeture d'agences situées en centre-ville impacterait tous les commerces alentours. La fermeture de ces agences étant accompagnée de la raréfaction des distributeurs de billets automatiques en ville, les consommateurs pourraient donc être contraints dans leurs achats. Au-delà des impacts en centre-ville, ce sont les zones dont la dynamique économique est la plus fragilisée qui pourraient être les plus exposées aux fermetures d'agences bancaires.

Vers une évolution des agences bancaires

L'agence de demain devra être moderne, digital, pratique, conviviale et surtout flexible avec des heures d'ouverture élargies. Afin de mieux s'adapter aux évolutions du marché bancaire, certaines banques ont commencé à étudier le concept de banque digitale. Millennium BCP, première banque privée du Portugal a revu son système d'agence. Un accès gratuit au Wi-Fi a été mis à la disposition des clients. Ces derniers peuvent réaliser toutes sortes d'opérations sur des automates de libre-service assistés. Stéphanie Paix, Présidente du directoire de la Caisse d'Épargne Rhône Alpes, n'envisage pas la fermeture d'agences sur son territoire mais plutôt le maintien du réseau. Quelques agences pourraient être « fusionnées en secteur urbain », d'autres « réaménagées » pour tenir compte des évolutions.



Stratégies d'acteurs : Carrefour 2022

Le 9 juin 2017, Alexandre Bompard succède à Georges Plassat et devient le nouveau président directeur général du groupe Carrefour. Six mois plus tard, l'ancien PDG de la Fnac-Darty annonce son plan de restructuration « Carrefour 2022 ». L'objectif de ce plan est multiple, le groupe cherche à rattraper son retard et mieux s'adapter aux profondes mutations du marché de la grande distribution.

Vers une simplification de l'organisation du groupe

L'un des axes forts de ce plan est la simplification de l'organisation du groupe, le transfert du siège mondial de Boulogne Billancourt vers Massy prévu en 2019 avec une suppression de 2 400 postes sur 10 500 (sur la base de départs volontaires). Le groupe souhaite aussi être plus sélectif sur le choix de ses projets. Alexandre Bompard prévoit l'abandon de 500 projets dont Nolim, une solution pour le marché du livre numérique et de la vidéo à la demande.

Un objectif de compétitivité

Carrefour souhaite aussi améliorer sa compétitivité en réalisant une réduction de ses coûts de 2 milliards d'euros d'ici à 2020, le groupe compte profiter de sa présence internationale dans 33 pays pour optimiser ses achats, réduire ses coûts logistiques, de structure et rationaliser les achats non-marchands.

Six fois plus d'investissements dans le numérique

Carrefour compte injecter 2,8 milliards d'euros sur cinq ans dans le numérique, pour passer d'un chiffre d'affaires dans le e-commerce alimentaire de 1,2 milliard en 2018 à 5 milliards d'euros d'ici 2022. Le groupe souhaite aussi mettre

en place un écosystème omnicanal afin d'améliorer l'expérience client et mieux le fidéliser notamment en créant un portail de e-commerce unique (contre 8 existants aujourd'hui). Ce ne sont pas moins de 170 drives qui doivent ouvrir leurs portes sur l'année 2018 sur les 400 existants aujourd'hui avec pour objectif de pallier aux faibles parts de Carrefour d'un marché qui s'annonce « incontournable » selon Alexandre Bompard. Afin de mener à bien sa transformation digitale, le groupe a aussi noué des partenariats avec Showroomprivé et Tencent, le spécialiste du e-commerce en Chine.

Une offre alimentaire plus saine

Carrefour souhaite devenir le leader mondial de la transition alimentaire pour tous afin de satisfaire le client de plus en plus sensible aux problématiques de traçabilité, sécurité et de qualité alimentaire. L'entreprise va donc renforcer ses marques propres et compte bien augmenter son chiffre d'affaires sur les produits frais et les produits issus de l'agriculture biologique. L'enseigne a par exemple mis en place un partenariat avec WWF qui sélectionnera les producteurs souhaitant se convertir au bio. Le groupe souhaite aussi miser sur le commerce de proximité et ouvrir 2000 commerces de proximité dans le monde sur les cinq prochaines années.

La révision du modèle de l'hypermarché

Carrefour essaye de revoir le modèle économique de ses hypermarchés et entend réduire la surface de ces derniers de 100 000m². Cet espace sera consacré à la préparation de commande par internet ou transformé en Promocash destinés aux professionnels. Cinq hypermarchés seraient placés en location gérance mais aucun ne serait menacé de fermeture.

273 Carrefour ex-Dia menacés de fermeture

En 2011, Carrefour avait vendu l'ensemble de ses magasins ED à Dia. En 2014, Carrefour rachète finalement les magasins Dia afin de les transformer en Carrefour Contact, Carrefour City Aujourd'hui, revirement de situation, Carrefour compte se séparer de 273 magasins des 611 rachetés à Dia. Cette décision mettrait en péril près de 2 100 emplois si aucun repreneur n'est annoncé. Le PDG du groupe indique vouloir se séparer des foyers de pertes. Ces magasins seraient responsables de 150 à 200 millions de pertes annuelles. Seulement 29 de ces magasins auraient trouvé repreneur².

afin de reclasser les 2 100 salariés menacés par la fermeture des magasins Carrefour ex-Dia. Ainsi d'ici à l'été, chacun des salariés concernés par les fermetures recevra trois offres de reclassement, dont au moins deux en interne. Dans le cas où ces autres magasins seraient trop éloignés, Carrefour ajoutera une offre de travail en dehors du groupe. Au sein de l'inter-Scot, 28 magasins de l'enseigne sont concernés (Carrefour Contact, Marché et City), seuls quatre magasins auraient trouvé un repreneur possible, cinq passeraient en location gérance ou seraient franchisés et 19 n'ont trouvé aucun repreneur et seraient donc directement menacés de fermeture.



© La Voix du Nord

Le reclassement de 2 100 salariés

Pour les magasins ne trouvant pas de repreneur, Carrefour a conclu un accord avec Force Ouvrière, CGT et la CFTC³

La situation dans l'inter-Scot

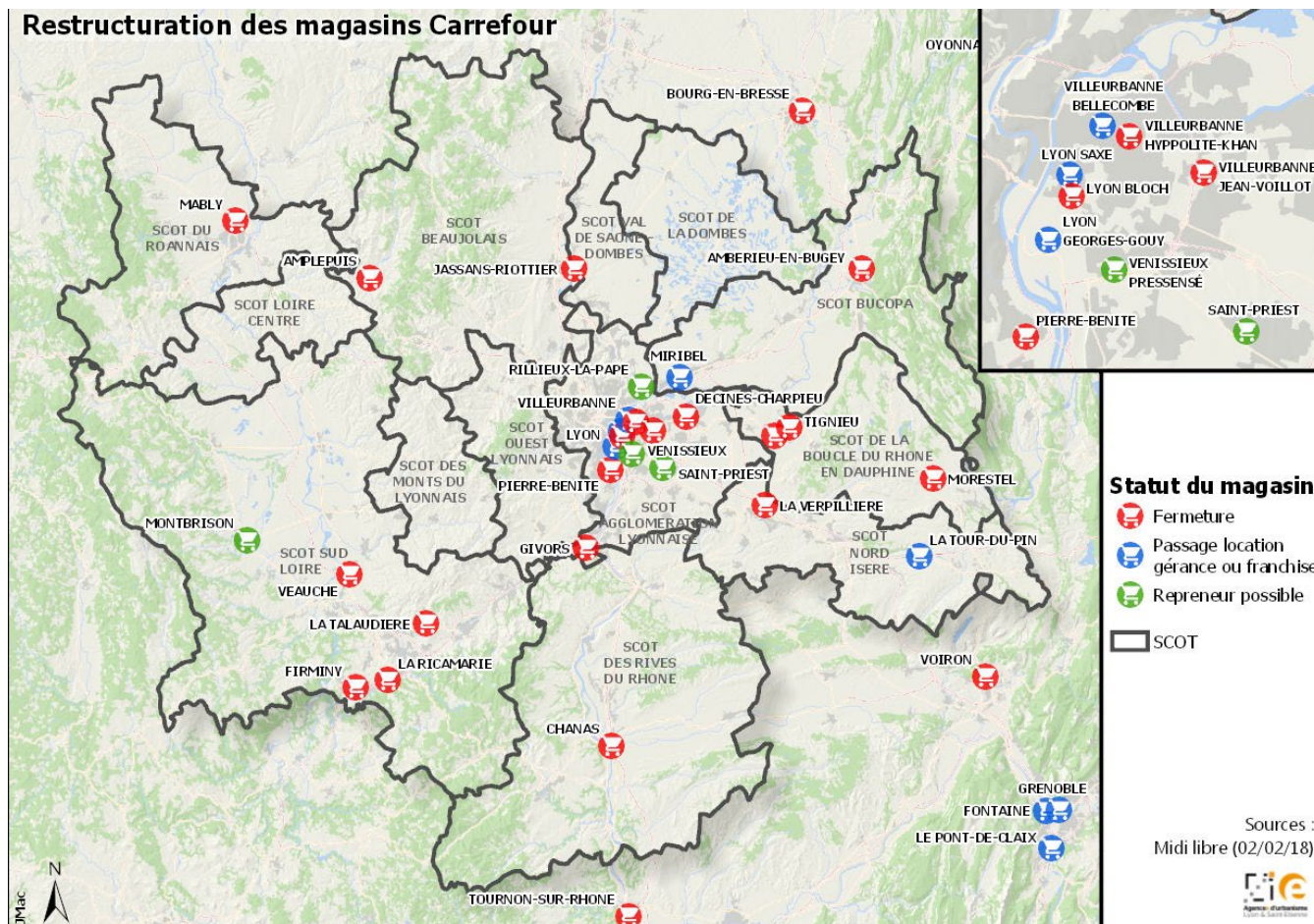
19 Magasins sans repreneur dans l'inter-Scot

4 Magasins avec repreneur possible

5 Magasins en passage location gérance ou franchise

² <https://www.leprogres.fr/france-monde/2018/06/04/carrefour-seulement-29-magasins-ex-dia-repris-243-fermes>

³ <http://www.leparisien.fr/economie/carrefour-227-magasins-fermes-cet-ete-les-salaries-reclasses-20-05-2018-7726341.php>



5

Signature d'une « charte de confiance » entre la fédération des Scot et les grandes fédérations du commerce

Le Conseil du Commerce de France, la Fédération du Commerce et de la Distribution, PROCOS, la Fédération du Commerce Coopératif et Associé, Alliance du Commerce, le Conseil National des Centres Commerciaux et la Fédération des Scot ont signé à Amiens le 15 juin 2018 une charte pour : « concourir à un aménagement du territoire qui permette la rencontre de leurs préoccupations mutuelles dans une logique de performance des activités économiques et d'efficacité territoriale. » Dans cette charte, les fédérations signataires se fixent les objectifs suivants :

- Mieux connaître le commerce et les territoires, partager cette connaissance,
- Mieux contribuer ensemble aux échanges permanents entre les acteurs impliqués dans la construction de la ville,
- Mieux se connaître entre elles, en créant des portes d'entrée sur les territoires et les entreprises,
- Mieux mûrir ensemble la question de la planification,
- Favoriser l'émergence de véritables projets urbains,
- Évaluer la mise en œuvre de ces objectifs.

Les parties prenantes s'engagent à :

- Favoriser une collaboration le plus en amont possible, pour permettre l'appropriation des enjeux du commerce et de l'aménagement du territoire par les acteurs publics et privés du commerce,
- Renforcer leurs capacités mutuelles d'observation des dynamiques d'aménagement commercial,
- Identifier les interlocuteurs des Scot et du Commerce dans les territoires, pour leur permettre de se connaître, de dialoguer et fixer les grands principes du dialogue entre acteurs,
- S'associer et dialoguer aux différentes phases et tout au long du travail d'élaboration de la stratégie d'aménagement commercial prévue dans le projet de territoire du Scot,
- Prendre en considération les mutations et les nouveaux besoins de la population,
- Œuvrer à l'agilité de la politique d'aménagement commercial dans les territoires,
- S'engager à sensibiliser leurs membres à prendre en compte les 7 engagements de cette charte de confiance.





Le Président de la Fédération nationale des SCoT, Michel HEINRICH (à droite sur la photo), accompagné des représentants du Conseil du Commerce de France, de la Fédération du Commerce et de la Distribution, de PROCOS, de la Fédération du Commerce Coopératif et Associé, de l'Alliance du Commerce et du Conseil National des Centres Commerciaux

6

La vie des projets commerciaux

Depuis le début de l'année 2018, aucun projet commercial d'envergure n'a été recensé sur les Scot Loire Centre, Roannais, Boucle du Rhône en Dauphiné, Bucopa, La Dombes, Ouest Lyonnais, Rives du Rhône et Val de Saône-Dombes.

Scot-Nord Isère

Ouverture de « the Village » à Villefontaine

Après 10 ans de procédures, le village de marques a ouvert ses portes le 17 mai 2018. Cet ensemble commercial, qui accueille 85 marques sur 21 000 m² de surface de vente pour 31 000 m² de surface plancher, est le deuxième village de marques de la région Auvergne-Rhône-Alpes après celui de Romans, qui prévoit de s'étendre d'ici la fin d'année 2017. Après la récente validation en CNAC du projet de Chatillon-en-Michaille dans le bassin Bellegardien, un troisième village de marques devrait prochainement voir le jour.

The village compte s'appuyer sur une zone de chalandise de 6 millions d'habitants à moins de quatre-vingt-dix minutes, et de la fréquentation touristique locale de la région auvergne-Rhône-Alpes. Après, 10 jours d'ouverture, the village enregistrait 500 000 visites dépassant ainsi les objectifs initialement fixés à 300 000 visites.

La question de sa concurrence avec le village de marques de Romans et dans une moindre mesure avec le centre-ville de Lyon est posée.

Sources : presse

Avis défavorable de la CDAC de janvier et de mai 2018 sur le projet de création d'un supermarché à l'enseigne Intermarché

Transfert de Domarin à Bourgoin Jallieu ainsi que d'une galerie marchande de 7 boutiques d'une surface de vente totale de 4473 m² sur la commune de Bourgoin-Jallieu, lieu dit «Parc d'activités commerciales de la Ladière».

Sources : SM Scot Nord Isère

Avis favorable de la CDAC de Mai 2018 pour une moyenne surface de 2250 m² de vente spécialisée dans l'équipement de la maison

Après avoir reçu, un avis défavorable de la CDAC de janvier 2018 pour un projet de création d'un ensemble commercial de 2570 m² constitué de quatre cellules commerciales d'une surface de vente respective de 1100 m², de 450 m², de 270 m² et de 750 m² sur la commune de Bourgoin-Jallieu, lieu dit «Parc d'activités commerciales de la Ladière», ce dossier a été représenté en CDAC de mai 2018 et a reçu un avis favorable. Le projet a évolué et est limité à une moyenne surface de 2250 m² de vente spécialisée dans l'équipement de la maison et ce afin de limiter l'impact sur les commerces de centre-ville notamment.

Sources : SM Scot Nord Isère

Note méthodologique

La rubrique suivante se donne l'ambition de recenser les principaux projets commerciaux dans l'aire métropolitaine Lyon-Saint-Etienne. Par « principaux projets », sont entendus les projets qui sont de nature à avoir des impacts significatifs sur l'armature commerciale d'un Scot ou de plusieurs Scot. Afin d'apporter une véritable valeur ajoutée à la veille presse, cette rubrique s'appuie sur un réseau de veilleurs (syndicats mixtes de Scot, EPCI, EPA, EPL, acteurs privés) qui peuvent être mobilisés.



© The Village, Epures/AU Saint-Etienne

Avis favorable de la CDAC de janvier 2018 pour la relocalisation du Lidl de Saint Jean de Soudain.

Ce dossier a reçu un avis favorable début janvier 2018. Le pétitionnaire avait reçu un avis défavorable en CDAC à l'automne 2016. Suite à ce revers, le projet présenté en janvier 2018 a été largement amélioré (forte augmentation des places de stationnement perméables, meilleure prise en compte des modes actifs, insertion paysagère...).

Sources : presses, SM Scot Nord-Isère

Scot de l'agglomération lyonnaise

Inauguration de l'Hôtel-Dieu à Lyon

Après 4 ans de réhabilitation, ce monument historique classé a été inauguré le 27 avril 2018 avec un objectif de transformer cet édifice connu de tous en un lieu de vie privilégié de la Presqu'île de Lyon tout en conservant son identité. Le Grand Hôtel-Dieu développe :

- 42 000 m² de bâtiments réhabilités et reconvertis ;
- 8 000 m² de cours, jardins et galeries ouverts au grand public ;
- 17 365 m² de commerces, boutiques et restaurants autour de 35 enseignes.

Les travaux se poursuivent dans la partie la plus ancienne du bâtiment, autour du dôme des Quatre-Rangs, qui accueillera fin 2019 la Cité Internationale de la Gastronomie sur 3 900 m² répartis sur 4 niveaux.

Sources : presse

Scot Beaujolais

Avis favorable de la CDAC d'avril 2018 pour l'extension de 2593m² d'un magasin DECATHLON à Villefranche-sur-Saône portant sa surface de vente à 4695 m²

Extension d'un magasin DECATHLON par réutilisation de la surface précédemment exploitée par HABITAT.

Sources : SM Scot Beaujolais

Avis favorable de la CDAC d'avril 2018 pour l'extension d'un ensemble commercial de 7813m² à Anse (dernière tranche du projet Via Dorée).

Le projet comporte :

- 9 moyennes surfaces d'équipement de la maison (740 + 327 + 943 + 1004 + 419 + 493 + 419 + 823 + 616m²),
- 2 moyennes surfaces d'équipement de la personne (884 + 471m²),
- 1 moyenne surface de culture/loisirs (674 M²).

Sources : SM Scot Beaujolais

Scot Sud Loire

Avis favorable de la CDAC sur la création d'une cellule commerciale de 4 100m² à Centre Deux à Saint-Etienne

Le projet, porté par la SNC Centre Deux et la SA Klepierre, a été autorisé par la CDAC du 3 Avril 2018. Il consiste en la création d'une moyenne unité commerciale de 4 100m² par regroupement et restructuration de deux magasins voisins (C&A et Toys'R'Us), au sein de l'ensemble commercial de Centre Deux. Le projet ne crée pas de nouvelles surfaces de vente ainsi l'espace commercial reste à 29 797m² de surface de vente actuelle dont 10 720 m² de boutiques et 9 707 m² d'unités moyennes. Ce projet s'inscrit dans une des orientations majeures du SCoT Sud-Loire en matière commerciale.

Sources : SM Scot Sud Loire, Préfecture Loire

Projet de création d'un ensemble commercial au sein de la ZAC des Murons à Andrézieux-Bouthéon

Le projet, porté par la SCI ANDA 2, consiste en la création d'un bâtiment de 2 242m² dont 990m² pour une unité commerciale dédiée à l'équipement de la maison et au domaine alimentaire de type discount. A la suite d'une délibération du Bureau du Scot Sud Loire en date du 21 juin 2018, le syndicat mixte du Scot a saisi la CDAC. Le Scot Sud Loire précise que le projet n'est pas compatible avec ses orientations. La CDAC du 24 juillet 2018 a refusé le projet.

Source : SM Scot Sud Loire

Scot des Monts du Lyonnais

Autorisation préfectorale tacite sur l'extension d'un magasin spécialisé à enseigne Bricomarché à Souzy

Le projet, porté par la SCCV Foncière Chabrières, consiste en l'extension de 454 m² du Bricomarché situé sur la ZA Bellevue à Souzy. Ce projet a fait l'objet d'une autorisation préfectorale tacite le 28 novembre 2017 (et publiée en fin d'année), sans inscription à l'ordre du jour de la CDAC du Rhône (avec l'accord du SM Scot des Monts du Lyonnais car compatible avec son DAAC).

Source : SM Scot des Monts du lyonnais



© Souzy, Epures/AU Saint-Etienne

Une réalisation
pour le compte et en collaboration
avec les syndicats mixtes de Scot
de l'aire métropolitaine lyonnaise

une **ingénierie métropolitaine** au service des **territoires**

Les Agences d'urbanisme de Lyon
et de Saint-Etienne ont constitué
en 2010 un réseau d'ingénierie
au service des territoires.

La présente publication est issue
de cette collaboration originale
au service des acteurs
de l'aire métropolitaine lyonnaise.

Directeur de la publication : Damien Caudron, d.caudron@urbalyon.org

Equipe projet Agences d'urbanisme : Xavier Laurent, x.laurent@urbalyon.org
Laëtitia Bouetté, lbouette@epures.com et **Etienne Manchon**

**Comité de rédaction technique : Valérie Devrieux, Emmanuel Giraud, Olivier Premillieu,
Karen Dussud, Marie Christine Evrard, Jean Marc Valentin**

Coordination de la démarche inter-Scot :
Sébastien Rolland, s.rolland@urbalyon.org

Infographie : **Agences d'urbanisme de Lyon et Saint-Etienne**



**Agence d'urbanisme
de l'aire métropolitaine
lyonnaise**

18 rue du lac - BP 3129
69402 Lyon Cedex 03
Tél. 04 78 63 43 70
Télécopie 04 78 63 40 83

www.urbalyon.org



**Agence d'urbanisme
de la région stéphanoise**

46 rue de la télématique
CS 40801 - 42952 Saint-Etienne cedex 1
Tél : 04 77 92 84 00
Télécopie : 04 77 92 84 09

www.epures.com