

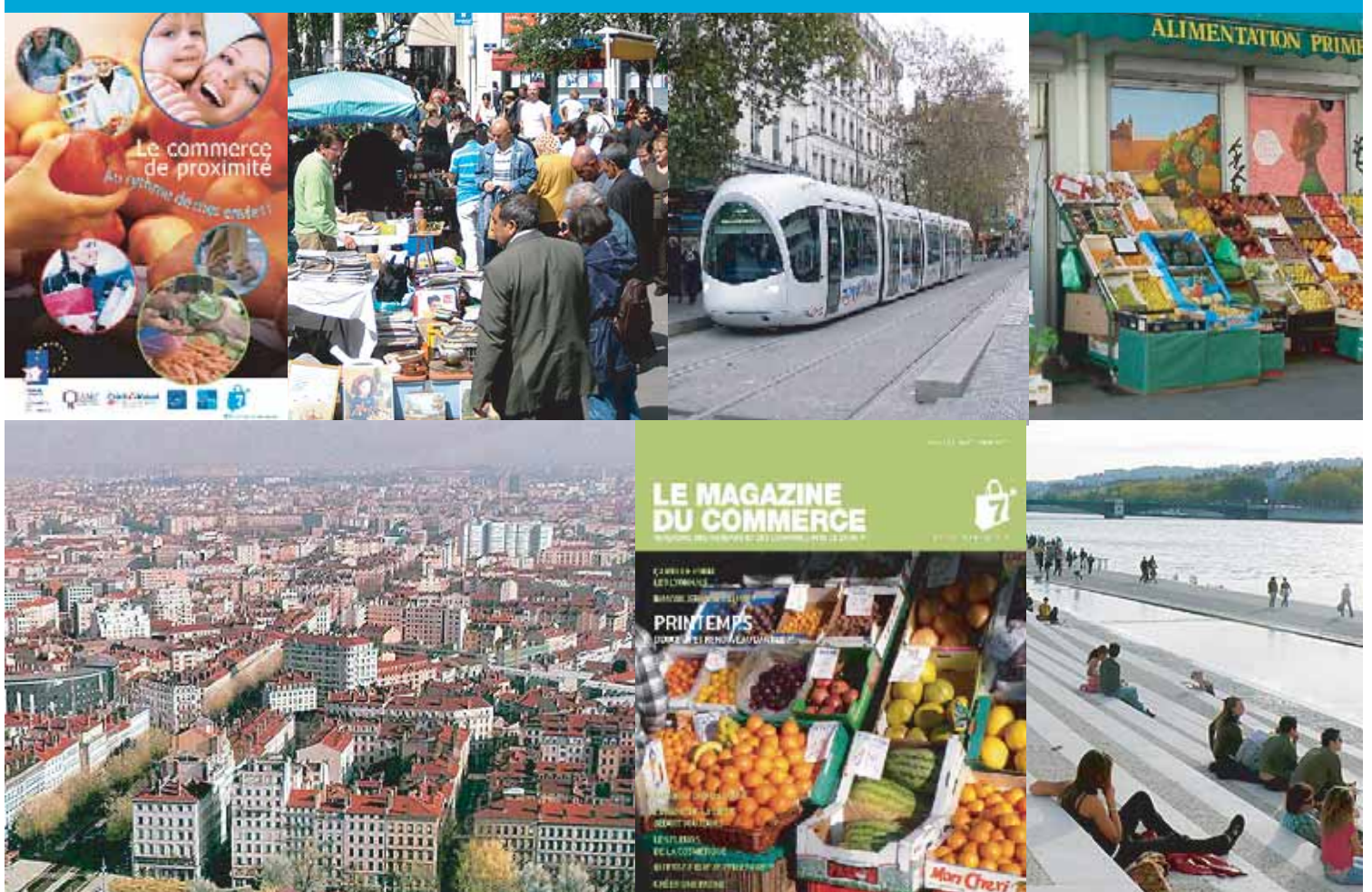
# RAPPORT D'ACTIVITÉ

ASSOCIATION DE DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE DE LYON 7<sup>E</sup>



[www.lyoncommerce.com](http://www.lyoncommerce.com)

Septembre 2007 - Août 2008



Septembre 2008

# PRÉFACE

---

En juillet 2006, lorsque nous avons décidé, avec Jean-Yves LOMBARDI, de créer l'Association de Développement du Commerce de Lyon 7<sup>e</sup> arrondissement (ADC7), le pari consistant à mettre en place une structure de développement économique avec pour cœur de cible le commerce et l'artisanat pouvait paraître à certains risqué.



Au fil des mois, comme vous pourrez le constater à la lecture de ce deuxième bilan d'activité, nous avons multiplié les actions : visites de terrain, accueil de porteurs de projet, sensibilisation des franchises et enseignes, gestion d'une bourse aux locaux, mise en place d'un Plan de Déplacements Inter-Entreprises, mise en oeuvre d'une stratégie Internet de valorisation de l'arrondissement et de ses commerces avec la création de deux sites Internet distincts, édition de magazines de promotion du commerce, développement d'événements, actions de marketing territorial...

L'ADC7 adhère, depuis la fin de l'année 2006, à la Fédération Française des Associations de Commerçants. J'occupe, à ce titre depuis juin 2008, la présidence de cette fédération nationale et je siège au Conseil du Commerce de France.

Dans ce cadre, j'ai eu l'opportunité de participer au rapport du CREDOC sur le commerce. Au cours de mon audition j'ai, notamment, eu l'occasion de souligner la spécificité des alignements commerciaux du Plan Local d'Urbanisme de la Communauté Urbaine de Lyon.

Je tiens à remercier nos différents partenaires, la Délégation Régionale au Commerce et à l'Artisanat, le Conseil Général du Rhône, le Grand Lyon, la Ville de Lyon, la CCI de Lyon, la Chambre de Métiers du Rhône, le SYTRAL, les TCL, la Banque Populaire, le Groupe Casino et l'ensemble des commerçants adhérents. Je n'oublie pas les bénévoles de l'association sans qui rien ne serait possible.

**Georges SOREL**

Président

Association de Développement du Commerce  
Lyon 7<sup>e</sup> arrondissement (ADC7)

# **SOMMAIRE**

---

**NOTE DE PRESENTATION / 03**

**AXE 1 - PROXIMITE / 06**

**AXE 2 - VALORISATION DU TISSU COMMERCIAL / 10**

**AXE 3 - IMMOBILIER COMMERCIAL / 14**

**AXE 4 - EVENEMENTIEL / 18**

**AXE 5 - PROJETS 2009 / 20**

# NOTE DE PRÉSENTATION

---

## 1. POURSUITE DE LA DYNAMIQUE ENGAGÉE DEPUIS JUILLET 2006

Avec une population supérieure à 70 000 habitants, plus de 1 000 cellules commerciales et artisanales, un chiffre d'affaires de 164 millions d'euros, le 7<sup>e</sup> arrondissement de Lyon est l'une des principales polarités commerciales de la Rive Gauche de Lyon.

En juillet 2006, l'ADC7 a été créée pour assurer la valorisation, la promotion et le développement de l'activité commerciale et artisanale du 7<sup>e</sup> arrondissement .

Au préalable, il a été procédé à l'étude des différents concepts en vigueur : animateurs commerce, managers de ville, développeurs commerce...

Le modèle retenu repose sur le principe de valorisation, de promotion et de développement partagé, entre acteurs privés et publics, des actions en faveur du tissu commercial et artisanal.

Le financement de notre plan d'actions est, à ce jour, majoritairement assuré par les acteurs privés.

A l'instar du management de centre-ville, un « chef d'orchestre » et une équipe technique sont chargés de la mise en oeuvre des opérations définies par le conseil d'administration.

Pour obtenir le consensus le plus large possible, le chargé de mission de l'ADC7 veille à la concertation entre acteurs privés et publics, ceci pour permettre un développement harmonieux de l'attractivité commerciale de l'arrondissement.

Dans le cadre du suivi de cette démarche, un groupe technique regroupant les différents partenaires est chargé du suivi des conventions.

Plusieurs conventions partenariales ont été signées :

- En février 2008, convention avec la ville de Lyon portant sur le co-financement d'un poste de chargé de mission et sur la mise en oeuvre d'opérations d'animation et de communication pour l'année 2008.

Il est à noter que les chambres consulaires et la Délégation Régionale au Commerce et l'Artisanat apportent un soutien et un appui technique important à la démarche de l'ADC7.

- En octobre 2007, convention avec le SYTRAL et KEOLIS Lyon pour le lancement d'un Plan de Déplacements Inter-Entreprises regroupant commerçants, artisans, professions libérales et entreprises.

## 2. OBJECTIFS DU RAPPORT D'ACTIVITE

Ce rapport d'activité vise à la présentation synthétique des initiatives engagées en faveur du commerce et de l'artisanat par l'ADC7.

Il s'inscrit dans le cadre des différentes conventions de partenariat signées.

Il fait suite aux informations communiquées durant l'année à nos partenaires : bilans des différentes opérations, magazines de présentation de l'offre commerciale et artisanale du 7<sup>e</sup> arrondissement (octobre et décembre 2007, mars et mai 2008), articles de presse parus, informations relatives à la situation du tissu commercial et artisanal de l'arrondissement, comptes rendus réguliers des problèmes exposés par les commerçants et artisans lors des visites terrain.

### Les chiffres clés

- > Nombre d'adhérents : **134**
- > Nombre de salariés ayant bénéficié du PDIE de Lyon 7<sup>e</sup> : **101**
- > Nombre de commerçants individuellement rencontrés en visites terrain : **403 (dont 103 sur l'exercice)**
- > Nombre de commerçants ou artisans individuellement rencontrés à l'occasion de chaque diffusion d'information : **plus de 500**
- > Nombre de problèmes exposés par les commerçants qui ont été résolus : **15**
- > Nombre de visites terrain : **10**
- > Nombre de porteurs de projets accueillis : **30**
- > Nombre d'associations de commerçants rencontrées dans le cadre des échanges de bonnes pratiques : **45**
- > Nombre de retours presse consacrés à l'ADC7 : **51**
- > Nombre d'articles réalisés sur notre site Internet : **236**
- > Nombre de magazines édités : **4**
- > Nombre d'opérations événementielles réalisées : **3**

## 3. L'ASSOCIATION DE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE DU 7<sup>e</sup> ARRONDISSEMENT

L'ADC7 s'est positionnée, dès sa création en juillet 2006, comme l'interface entre les professionnels du commerce et les acteurs publics.

Conduire des actions de développement économique, de promotion et de valorisation du tissu commercial et artisanal, accompagner et favoriser le développement et l'animation du commerce, être l'interlocuteur des commerçants et des artisans, gérer les questions relatives à l'immobilier commercial, favoriser le partenariat public/privé, développer un environnement favorable aux commerçants, aux investisseurs et aux utilisateurs, accompagner le renforcement de l'armature commerciale, être un lieu de concertation sur les différents projets du 7<sup>e</sup> arrondissement, sont quelques unes des missions de l'association.

Pour mener à bien ces différents objectifs, l'ADC7 s'est structurée autour de cinq collègues : institutionnels, organismes parapublics et acteurs culturels ; associations professionnelles ; commerce, artisanat et service ; immobilier et établissements bancaires ; personnes qualifiées.

Afin d'avoir la plus grande efficacité possible, les différents membres du bureau de l'association se sont vus confier une délégation par Jean-Yves LOMBARDI et Georges SOREL, les Co-Présidents.

C'est ainsi que Cécile CHETAIL est en charge de la communication, Didier HOLL travaille sur la mise en place de services à la clientèle et sur le développement du commerce de Gerland, Jeannine RAVEL gère les opérations événementielles, Thierry MARCELLIN supervise les animations...

Pour mettre en œuvre le plan d'actions, une équipe projet a été mise en place. Elle compte actuellement trois techniciens.

#### 4. UNE EQUIPE PROJET ANIMÉE PAR PATRICE IOCHEM

Projets suivis par les techniciens et prestataires de notre association :

<p style="text-align: center;"><b>PATRICE IOCHEM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visites terrain</li> <li>- Relations acteurs institutionnels</li> <li>- Partenariats</li> <li>- Suivi des grands projets</li> <li>- Marketing territorial</li> <li>- Immobilier commercial</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>YANNICK DUMONTET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestion des adhérents</li> <li>- Opérations événementielles</li> <li>- Animations</li> <li>- Illuminations</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ALEXANDRE PROT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Administration outils Internet</li> <li>- Relations presse</li> <li>- Plan Déplacements Inter Entreprises</li> <li>- Guide du commerce</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>PRESTATAIRE COMMUNICATION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Magazine du commerce de Lyon 7<sup>e</sup></li> <li>- Guide du Commerce</li> <li>- Campagnes de valorisation du commerce</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>PRESTATAIRE COMPTABILITE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bilan, compte de résultat...</li> <li>- Certification des comptes</li> <li>- Paies, déclarations sociales</li> </ul>	

# AXE 1 : PROXIMITÉ

---

## 1. LES VISITES DE TERRAIN

Dans le cadre de sa démarche de gestion concertée du commerce du 7<sup>e</sup> arrondissement, l'ADC7 va, les mardis, à la rencontre des commerçants et artisans des différents secteurs commerçants du 7<sup>e</sup> arrondissement.

Au travers de ces visites de terrain il s'agit :

- De favoriser des liens de proximité avec les commerçants et les artisans,
- D'avoir la plus fine connaissance possible du tissu commercial et artisanal,
- De collecter des informations sur le commerce de l'arrondissement,
- D'être informé des problèmes rencontrés par les commerçants et les artisans, de leurs attentes,
- D'informer ces derniers des actions de redynamisation du commerce et de l'artisanat que notre association conduit en partenariat avec la ville de Lyon et les chambres consulaires,
- De déterminer les problématiques des différents secteurs.

Dans un souci de réactivité et de transversalité, les demandes et les attentes recueillies sont systématiquement transmises aux organismes communaux, communautaires, privés concernés. Afin que le suivi de ces visites soit le plus pertinent, nous avons élaboré un outil de suivi comportant :

- La liste des commerçants et artisans rencontrés,
- Un compte-rendu systématique des visites adressé aux organismes concernés,
- Un tableau de bord des demandes et attentes des commerçants et des artisans,
- Un bilan-évaluation.

**Depuis sa création, notre association a organisé 33 visites terrain sur les différentes polarités commerciales de l'arrondissement. 403 commerçants ou artisans ont été individuellement rencontrés.**

Liste des visites effectuées depuis septembre 2007 :

- > Place Jules Guesde, visite terrain du 11 septembre 2007
- > Avenue Jean Jaurès (secteur Guillotière), visite terrain du 18 septembre 2007
- > Secteur Place Pavillons, visite thématique restaurants du 25 septembre 2007
- > Rue de Gerland, visite thématique restaurants du 2 octobre 2007
- > Rue de Marseille, visite thématique ouverture LIDL du 6 novembre 2007
- > Rue de la Madeleine, visite thématique renouveau commercial du secteur du 20 novembre 2007
- > Rue de la Thibaudière, visite terrain du 27 novembre 2007
- > Avenue Jean Jaurès, visite terrain du 4 décembre 2007
- > Grande rue de la Guillotière, visite terrain du 11 décembre 2007
- > Rue Chevreul, visite terrain du 8 janvier 2008

### Les chiffres clés

- > Nombre de visites de polarités commerciales : **10**
- > Nombre de commerçants individuellement rencontrés : **103**
- > Nombre de problèmes exposés par les commerçants : **15**
- > Nombre de résolutions concrètes à ce jour : **13**
- > Ratio résolutions concrètes par rapport au nombre de problèmes exposés par commerçants : **86%**

### Analyse des demandes et des attentes

- > Points les plus fréquemment abordés :
  - Stationnement, circulation et livraison
  - Création d'un tarif spécifique pour les acteurs économiques
  - Velo'v
  - Propreté et cadre de vie
  - Terrasses, enseignes et utilisation du domaine public
  - Création ou modification de dessertes
  - Travaux et projets urbains
  - Eclairage public
  - Recherche de locaux commerciaux
  - Elagage d'arbres
  - Dynamisation du commerce

La liste, ci-dessus, montre la variété des demandes et attentes des commerçants et artisans de l'arrondissement. Néanmoins, les questions relatives au stationnement et à la création d'un tarif de stationnement spécifique pour les acteurs économiques apparaissent de manière récurrente.

- > Nombre de partenaires sollicités dans le cadre du suivi : 10
  - dont partenaires publics : 8
  - dont partenaires privés : 2

### Liste des partenaires sollicités dans le cadre du suivi

<b>Partenaires publics</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mairie du 7<sup>e</sup> arrondissement</li> <li>- DECA / Service au Commerce Sédentaire</li> <li>- DECA / Service Développement Economique</li> <li>- Direction Déplacements Urbains</li> <li>- Direction Ecologie Urbaine</li> <li>- Police Municipale</li> <li>- Police Nationale</li> <li>- Grand Lyon</li> </ul>
<b>Partenaires privés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Régie immobilière Lyon 7<sup>e</sup></li> <li>- CIAPEM</li> </ul>

## 2. RENCONTRES QUOTIDIENNES AVEC LES COMMERÇANTS ET LES ARTISANS

En complément des visites de rues commerçantes, Yannick DUMONTET assure régulièrement le lien avec les commerçants et les artisans de l'arrondissement.

C'est ainsi que lors de la parution du Magazine du Commerce, chaque commerçant se voit remettre un exemplaire.

Il en va de même pour les différentes autres opérations.

Dans le cadre de la tenue de nos différentes opérations événementielles : Plaisir de Chiner, mise en lumière de rues commerçantes, Yannick DUMONTET rencontre les commerçants concernés pour les informer et définir avec eux les modalités de participation.

## 3. PRESENTATION DES RESULTATS DE L'ENQUETE COMPORTEMENT ACHAT DES MENAGES

Lundi 7 avril 2008, les commerçants du 7<sup>e</sup> arrondissement étaient conviés à une réunion de présentation des résultats de la 8<sup>e</sup> enquête sur les comportements d'achat des ménages de la Rive Gauche de Lyon dans les locaux de la CCI de Lyon.

Le chiffre d'affaires du commerce du 7<sup>e</sup> arrondissement s'élève à 164 millions d'euros dont 112 millions réalisés sur la Guillotière et 46 sur Gerland, le solde est composé de « divers ».

Concernant les principales artères commerciales du 7<sup>e</sup> arrondissement, le cours Gambetta réalise 38 millions d'euros et l'avenue Jean Jaurès 19 millions d'euros.

Le Pôle commercial du 7<sup>e</sup> arrondissement de Lyon se positionne au même niveau que les pôles de la Croix-Rousse (Lyon) et des Gratte Ciel (Villeurbanne).

### **Les enjeux pour le 7<sup>e</sup> arrondissement**

- Renforcer l'attractivité pour la clientèle interne, limiter l'évasion en non alimentaire (Lyon Guillotière, 7<sup>e</sup> Nord),
- Créer une vraie centralité à la fois en alimentaire et non alimentaire pour remédier à la faible attractivité commerciale du quartier (Lyon Gerland, 7<sup>e</sup> Sud).

## 4. FORMATION BANQUE DE FRANCE

La Banque de France, dans le cadre de la lutte contre les contrefaçons, a organisé en partenariat avec l'ADC7 et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon, en octobre 2007, une session de formation sur l'authentification des signes de sécurité des billets euro à destination des commerçants et artisans de la Guillotière.



Au cours de cette formation de deux heures, le contenu d'une méthode, utilisée par tous les professionnels de la filière fiduciaire, permettant de détecter rapidement et efficacement tous types de contrefaçons a été développé.

Les règles d'utilisation de la monnaie fiduciaire ont également été abordées en lien avec les articles du code pénal concernés.

A l'issue de cette formation, les personnes formées ont la capacité d'expertise des coupures apocryphes, ce qui leur permet d'être compétentes dans la reconnaissance de tous les types de contrefaçons.

Une vingtaine de commerçants participait à cette session.

Chaque commerçant a reçu, à l'issue de la formation, une documentation complète sur les signes de sécurité de l'euro fiduciaire (affichette « connaître l'euro », document récapitulatif sur les signes de sécurité, document synthétique sur la méthode TRI), ainsi que sur les règles d'utilisation de la monnaie fiduciaire (cours légal, règles d'acceptation et de remboursement d'un billet mutilé, pouvoir libératoire, conduite à tenir face à une coupure douteuse, etc.).

Différents supports expliquant les signes de sécurité euro ont également été remis aux participants (affiches 60 x 80).

Une prochaine session de formation concernant les commerçants de Gerland se déroulera à l'automne 2008.

# AXE 2 : VALORISATION DU TISSU COMMERCIAL

---

## 1. STRATÉGIE INTERNET DE VALORISATION DU TERRITOIRE

Afin d'assurer auprès des enseignes, des franchises, des porteurs de projet, des habitants, des usagers et des commerçants du 7<sup>e</sup> arrondissement la promotion, le développement et la valorisation du tissu commercial et artisanal, l'Association de Développement du Commerce du 7<sup>e</sup> arrondissement a développé un outil Internet qui propose des informations réactualisées quotidiennement sur la situation du commerce de l'arrondissement.

Cet outil Internet, [www.lyoncommerce.com](http://www.lyoncommerce.com), est en service depuis le 1<sup>er</sup> mars 2007.

Entre le 1<sup>er</sup> septembre 2007 et le 31 août 2008, 236 billets ont été réalisés et 47 documents ont été mis en téléchargement.

Sur ce site on retrouve :

- Des informations utiles aux acteurs de l'immobilier commercial (porteurs de projets, franchises et enseignes...) : futurs projets d'implantation, population, chiffre d'affaires, enseignes présentes, etc.,
- De nombreux documents de présentation de l'arrondissement téléchargeables,
- Les différentes opérations de promotion et de valorisation engagées par notre association : Plan de Déplacements Inter-Entreprises, magazine de promotion de l'offre commerciale, visites de terrain...

La fréquentation annuelle du site est de 100 000 visiteurs uniques pour plus de 450 000 pages consultées.

Le site bénéficie d'un classement « rank » de niveau 4 qui devrait évoluer à 5 dans les prochains mois.

A titre de comparaison les sites Internet les plus en vue sur Lyon bénéficient d'un niveau « rank » compris entre 4 et 6.

## 2. SHOPPINGLYON7.COM

En complément du site [www.lyoncommerce.com](http://www.lyoncommerce.com), l'ADC7 a réalisé un deuxième site Internet dont l'objectif est de rendre visible sur la toile les commerçants, les artisans et les activités de services du 7<sup>e</sup> arrondissement.

C'est dans ce cadre que le site [www.shoppinglyon7.com](http://www.shoppinglyon7.com) a été développé dans le cadre de la plate-forme Internet (achatlyon) mise à disposition des commerçants par la CCI de Lyon.



Dans sa première version, qui est opérationnelle à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2008, une centaine de commerçants ou artisans sont référencés.

Ils bénéficient de la géolocalisation et de la présentation de leur activité. Lorsqu'ils disposent d'un site Internet, un lien est réalisé avec ce dernier.

Il est à noter que pour la grande majorité des commerçants et des artisans, il s'agit de leur première présence sur Internet.

Parmi les rubriques présentes sur le site :

- Les commerces,
- Les marchés forains,
- La vie nocturne,
- La culture,
- Comment se déplacer,
- Les informations pratiques,
- etc.

Actuellement, et suite au premier travail de référencement réalisé, le site bénéficie d'un niveau « rank » de 2. L'objectif étant un niveau « rank » de 3 au minimum et 10 000 visiteurs mensuels.

## 3. PLAN DE DÉPLACEMENTS INTER-ENTREPRISES

En novembre 2007, l'ADC7 a été la première structure, au niveau national, à développer un Plan de Déplacements Inter-Entreprises (PDIE) de zone.

Ce dispositif de développement durable concerne aussi bien les commerçants, les artisans, les professions libérales que les entreprises.

Plus de 3 000 entreprises et 8 000 salariés sont potentiellement concernés.

Il est à souligner que les frais de fonctionnement et de gestion du dispositif sont à la seule charge de l'ADC7.

Parmi les principaux objectifs retenus on peut citer :

- L'amélioration de l'accessibilité du 7<sup>e</sup> arrondissement,
- La mutualisation des dépenses de transports en commun pour les entreprises,
- La réduction des dépenses de transport des salariés,
- La valorisation de l'image des commerçants, des artisans, des professions libérales et des entreprises,

- La diminution des nuisances des véhicules individuels : pollution, bruit...,
- La sensibilisation des acteurs économiques aux solutions alternatives de transport,
- La réduction des accidents (domicile /trajet),
- La fidélisation de la population aux transports en commun.

Au cours de ces premiers mois :

- 150 commerçants ou artisans ont été individuellement rencontrés et informés,
- 180 entreprises (commerçants et professions libérales) ont été contactées et informées par téléphone,
- Participation de l'ADC7 au Comité de Pilotage de Gerland (25/01/2008) sur l'articulation des temps,
- Participation de l'ADC7 à la réunion REVALS (5/03/2008) pour présenter le dispositif PDIE de Lyon 7<sup>e</sup> arrondissement,
- Participation de l'ADC7 au prix « de la gestion de la mobilité dans les entreprises » organisé par l'International Transport Forum et l'EPOMM,
- Participation de l'ADC7 au prix « initiatives région » de la Banque Populaire qui récompense les associations qui oeuvrent pour l'environnement,
- Participation de l'ADC7 au concours Région Rhône Alpes « Trésors du développement durable ».

### **Communication**

L'ADC7 a utilisé comme support d'information son city magazine (édité à 39 000 exemplaires) pour sensibiliser les habitants et les usagers du 7<sup>e</sup> arrondissement aux modes de transports alternatifs.

Différents articles ont été consacrés à l'autopartage, au dispositif Velo'v, au covoiturage et huit articles ont été réalisés sur le site Internet de l'ADC7 pour présenter les évolutions du PDIE. De nombreux documents relatifs au PDIE ont également été mis en téléchargement.

### **Typologie des entreprises participantes**

Boulangerie, pâtisserie, fleuriste, librairie, magasin de prêt à porter, opticien, immobilier, médecin, centre examen vue, entreprises de service (formation, informatique...).

Il est à noter que 20% des 101 salariés qui ont bénéficié du dispositif ont abandonné l'usage de leur véhicule.

## 4. LE MAGAZINE DU COMMERCE DU 7<sup>e</sup> ARRONDISSEMENT

Avoir une communication de territoire homogène et efficace est un impératif pour limiter l'évasion commerciale du 7<sup>e</sup> arrondissement de Lyon.

C'est pourquoi l'ADC7 a lancé en décembre 2006 le Magazine du Commerce qui, fort d'un tirage de 39 000 exemplaires, présente aux usagers et aux habitants de l'arrondissement l'offre commerciale et artisanale dans sa diversité.

Quatre numéros ont été édités entre septembre 2007 et août 2008.

A la différence des catalogues réalisés par les centres commerciaux, le rédactionnel tient une place importante.

Les temps forts de l'actualité de l'arrondissement, comme par exemple, la ZAC du Bon Lait de Gerland, la halte multimodale de Jean Macé, les Berges du Rhône, la mise en service de nouveaux parkings, les différents événements culturels de l'arrondissement, l'ouverture de nouveaux commerces comme Monoprix, LIDL..., sont traités au mieux.



Automne 2007



Hiver 2007



Printemps 2008



Été 2008

## AXE 3 : IMMOBILIER COMMERCIAL

---

### 1. GESTION D'UNE BOURSE AUX LOCAUX

#### Objectif

Nous avons souhaité développer une bourse aux locaux afin de favoriser l'implantation et le développement des commerces dans notre arrondissement. Il s'agit, dans un premier temps, d'un recueil des offres disponibles dans l'arrondissement qui nous permet de faire l'interface entre les professionnels de l'immobilier et les porteurs de projet et ainsi faciliter leur mise en relation directe.

L'objectif est donc de mettre à la disposition du public une information actualisée sur les disponibilités foncières et immobilières des locaux commerciaux proposés par les professionnels de l'immobilier agissant sur l'arrondissement.

#### Description de l'outil

La bourse aux locaux, qui référence plus de 7 000 m<sup>2</sup> de locaux disponibles, pourrait, sous certaines conditions, figurer sur le site web de notre association et proposer des offres de vente ou de location de commerces.

#### Origine du besoin

- Les porteurs de projets, franchises et enseignes recherchant des locaux ou des terrains pour s'implanter,
- Les professionnels de l'immobilier commercial cherchant à diffuser leurs offres en matière d'immobilier commercial auprès des porteurs de projets,
- Des particuliers désirant faire connaître leurs disponibilités.

#### Public visé, cible

Porteurs de projet, professionnels de l'immobilier commercial, franchises, enseignes, particuliers.

### 2. RENCONTRES AVEC LES ACTEURS DE L'IMMOBILIER COMMERCIAL

Au début des années 1990, la Communauté Urbaine de Lyon en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon, la Chambre de Métiers du Rhône et le Conseil Général, a engagé une politique active en faveur du développement des centralités commerciales.

L'action de l'ADC7 s'inscrit dans le cadre du Schéma Directeur d'Urbanisme Commercial qui vise, notamment, à renforcer le commerce de centre-ville et de proximité. La volonté est de participer à une gestion concertée de l'urbanisme commercial de l'arrondissement.

### **Rencontre avec les enseignes et franchises**

Pour cela nous avons entrepris de rencontrer les différentes enseignes présentes sur l'arrondissement : Casino, Super U, Simply Market, Lidl...

Nous avons également pris contact avec les franchises susceptibles d'être intéressées par notre arrondissement au travers de participations à des salons professionnels.

Depuis sa création, l'ADC7 a contacté plus de 300 enseignes ou franchises.

### **Rencontre des promoteurs immobiliers**

Des contacts ont été pris avec les promoteurs immobiliers afin d'obtenir que les locaux commerciaux commercialisés soient complémentaires du tissu commercial existant.

### **Recensement des locaux à céder**

Dans le cadre des visites terrain, que nous organisons les mardis, nous interrogeons les commerçants (403 à ce jour) sur leur intention de céder leur commerce. Les informations recueillies permettent d'avoir une visibilité sur les locaux qui à court terme alimenteront le marché.

Ces informations nous permettent de faire le lien avec les porteurs de projet, les franchises et les enseignes qui nous sollicitent.

## **3. ACCUEIL DES PORTEURS DE PROJET**

Depuis le mois de février 2007, nous accueillons le jeudi matin, sur rendez-vous, dans un bureau qui est mis à notre disposition par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon, les porteurs de projets à la recherche d'un local commercial sur notre arrondissement.

Entre les mois de septembre 2007 et juillet 2008 nous avons ainsi reçu 30 porteurs de projets. Lors de chaque rendez-vous nous présentons l'arrondissement, analysons l'adéquation du projet avec les artères commerciales. Nous remettons à chaque porteur de projet la liste des différents commercialisateurs oeuvrant sur l'arrondissement et les offres de notre bourse aux locaux correspondant au projet.

### **Segmentation des activités envisagées par les porteurs de projet reçus**

- > Activités de services : 4
- > Filière « design graphique » (architecte, galerie d'art, métiers de l'image et du son) : 5
- > Secteur café / restaurant : 8
- > Commerce : 7
- > Recherche d'informations : 6
- > Les surfaces demandées étaient de petites tailles (inférieures à 80 m<sup>2</sup>) pour la plupart.
- > 27 demandes concernaient le quartier de la Guillotière et 2 demandes le quartier de Gerland.
- > La très grande majorité des recherches était sans droit au bail.

## 4. ÉLABORATION D'UNE PLAQUETTE DE PRÉSENTATION DU 7<sup>e</sup> ARRONDISSEMENT

Les différents contacts que nous avons établi avec les professionnels de l'immobilier commercial ont mis l'accent sur la nécessité d'une restitution de l'ensemble des informations relatives au commerce de notre arrondissement sur un seul et même support papier (plus une version informatique sous format PDF).

Nous allons donc entreprendre, prochainement, la réalisation d'un véritable outil de marketing territorial sur lequel figurera l'ensemble des informations nécessaires à une prise de décision : présentation du chiffre d'affaires du commerce, de la zone de chalandise, de l'offre commerciale, de la population, de l'environnement économique, du cadre de vie, des éléments du projet urbain dont nous avons connaissance, des enjeux, des actions de valorisation du commerce en cours...

## 5. VEILLE DOCUMENTAIRE SUR LE COMMERCE ET L'ARTISANAT

Afin d'assurer un suivi quotidien des questions liées à l'urbanisme commercial, l'Association de Développement du Commerce du 7<sup>e</sup> arrondissement effectue une veille documentaire s'appuyant sur un recueil d'informations issues :

- De la presse spécialisée (LSA, Points de vente, Sites commerciaux, Dynamique commerciale, Commerce Magazine, ...),
- De la presse locale et nationale (Le Progrès, Le Monde, Les Echos, ...),
- D'Internet.

Trois thématiques sont particulièrement suivies :

> Les nouvelles enseignes et les nouveaux concepts de magasins  
Chaque année des enseignes voient le jour, développant de nouveaux concepts, l'appréhension de ces éléments contribue à une plus grande réactivité face aux évolutions du commerce de notre territoire.

> L'actualité des enseignes  
Il s'agit au travers des informations collectées d'avoir la plus fine connaissance possible, des projets des enseignes (lieux d'implantation, stratégie...).

> Les bonnes pratiques de redynamisation du commerce.  
Cette rubrique nous permet d'analyser les expériences conduites sur d'autres territoires et, le cas échéant, de pouvoir s'en inspirer.

## 6. SUIVI DES PROJETS

L'Association de Développement du Commerce du 7<sup>e</sup> arrondissement assure un suivi des projets pouvant avoir une incidence sur l'activité commerciale et artisanale de l'arrondissement.

Parmi les projets en cours, on peut citer :

- La restructuration du quartier de Gerland (ZAC Bon Lait ...),
- Le parking Tony Garnier,
- Le projet de Gare de Jean Macé,
- L'implantation de surfaces commerciales de plus de 300m<sup>2</sup> (ouverture en 2008 de LIDL et Monoprix),
- Le possible projet d'un nouveau supermarché sur le secteur Jean Macé,
- Les projets de transfert des supermarchés Casino de la place des Pavillons et de la rue Marc Bloch,
- Le projet du parc Sergent Blandan.

## AXE 4 : ÉVÈNEMENTIEL

### 1. CAMPAGNE DE VALORISATION DU COMMERCE DU 7<sup>e</sup> ARRONDISSEMENT



Une campagne de valorisation du tissu commercial et artisanal de l'arrondissement a été organisée sur deux semaines du 18 au 29 février 2008.

Il s'agissait d'une campagne de communication qui reposait sur un visuel visant à sensibiliser les usagers et les habitants de l'arrondissement au rôle essentiel que jouent les commerçants et artisans dans l'équilibre et le dynamisme de notre tissu urbain. C'était également un moyen de positionner le commerce de l'arrondissement comme source de rencontres et de convivialité.

Parmi les supports de communication utilisés on peut citer :

- L'organisation d'une conférence de presse à Paris en présence de l'animateur de télévision Jean-Pierre COFFE,
- 500 affiches 60 x 40 cm affichées par les commerçants et les artisans,
- Une parution dans le Magazine du commerce du 7<sup>e</sup>,
- Un relais de la campagne sur Internet,
- Des retours presse.

Il est à noter que trois mois après la fin de la campagne on retrouvait encore des affiches dans les commerces. Ce qui démontre le succès de l'opération.

### 2. PLAISIR DE CHINER

Samedi 14 juin 2008, s'est déroulée durant toute la journée, la onzième édition de «Plaisir de Chiner» la brocante de l'avenue Jean Jaurès. Cette manifestation, populaire et conviviale, s'inscrit dans la sociologie du quartier de la Guillotière.

340 exposants, majoritairement issus du 7<sup>e</sup> arrondissement de Lyon, ont participé à cette édition sur les deux kilomètres de trottoirs compris entre le cours Gambetta et la place Jean Macé.



Pour l'Association de Développement du Commerce du 7<sup>e</sup> arrondissement, organisatrice de cet événement, il ne s'agit pas d'une simple animation de quartier mais d'un véritable événement qui contribue au développement de l'attractivité commerciale et artisanale du 7<sup>e</sup> arrondissement.

Cette année a connu une fréquentation record puisque l'on a dénombré plus de 20 000 visiteurs issus du Grand Lyon et quelquefois de plus loin.

L'objectif de cette opération est de faire découvrir à ces visiteurs la richesse et la diversité du tissu commercial et artisanal du 7<sup>e</sup> arrondissement.

A l'exception des métiers de bouche et des restaurateurs, les retombées en terme de chiffre d'affaires ne sont pas immédiates.

Il est à noter que « Plaisir de Chiner » permet à l'avenue Jean Jaurès de connaître sa plus forte fréquentation de toute l'année et pour les restaurateurs il s'agit du chiffre d'affaires le plus important de l'année.



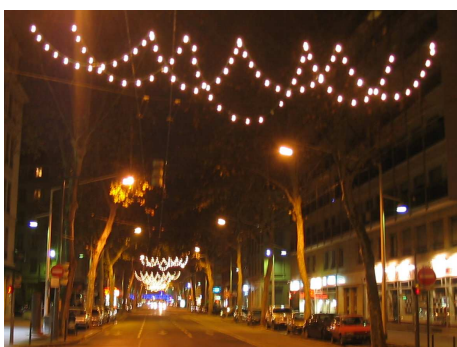
### 3. MISE EN LUMIÈRE DES ARTÈRES COMMERCIALES DE L'ARRONDISSEMENT

En 2007, nous avons accompagné les différentes associations de commerçants de l'arrondissement, dans la mise en lumière de leur secteur pour les fêtes de fin d'année.

Quatre projets ont pu voir le jour, les mises en lumière de l'avenue Jean Jaurès, de la place Saint Louis, de la rue Chevreul et de la place Jules Guesde.

Au cours de nos visites terrain, les commerçants de nombreuses rues ont manifesté le désir de voir leur artère mise en lumière.

Il est à noter que les associations de commerçants peinent de plus en plus à mobiliser les commerçants et donc à mobiliser les financements nécessaires pour cette opération.



Avenue Jean Jaurès



Place Saint Louis, rue de la Madeleine

## AXE 5 : PROJETS

---

### 1. MISE EN PLACE DE CHÈQUES CADEAUX

Sous l'impulsion de la CCI de Lyon, un groupe de travail regroupant les 4<sup>e</sup>, 7<sup>e</sup> et 8<sup>e</sup> arrondissements travaille à la mise en place d'un dispositif de chèques cadeaux commun à ces trois arrondissements.

Le chèque cadeau est un outil qui permet aux commerçants et aux artisans d'être attractifs vis à vis de la clientèle des entreprises.

Il s'agit d'un produit peu usité à l'échelle de groupements de commerçants.

Le chèque cadeau est un outil qui contribue au développement du commerce des villes et des quartiers. Il véhicule également une image dynamique du commerce.

Le principe de fonctionnement est simple : les entreprises offrent des chèques à leurs salariés (**exonérés de charges sociales** à hauteur de **134 euros** par an et par salarié, chiffre pour l'année 2007).

Au mois de septembre, les responsables des différentes associations concernées décideront des suites à donner à cette démarche.

En cas d'accord des différentes parties, une association pourrait être constituée d'ici la fin de l'année 2008 pour assurer la mise en œuvre de ce projet.

Les premiers chèques cadeaux pourraient être mis en service fin 2009.

Le travail collectif des commerçants permet de développer une offre commerciale diversifiée qui répond à la demande des salariés qui souhaitent recevoir des chèques multi-commerces.

### 2. MISE EN PLACE D'UN GUIDE DU COMMERCE

A l'automne 2008, l'ADC7 sortira un Guide du Commerce répertoriant l'ensemble des commerçants, des artisans et des activités de service du 7<sup>e</sup> arrondissement.

Plusieurs parcours thématiques seront également proposés aux habitants et aux usagers de l'arrondissement.

Ces parcours présenteront des spécificités du commerce : artisanat d'art, commerce exotique, restauration...

Ce city guide, édité à 30 000 exemplaires, sera également téléchargeable depuis les sites Internet de l'association.

Le lancement de ce guide sera l'occasion de la mise en place d'un événement sur les quartiers de la Guillotière et de Gerland.

La diffusion aura pour cadre les lieux publics, les commerces...

### **3. OPERATION EXPÉRIMENTALE VISANT A OFFRIR AUX USAGERS DES COMMERCES UN CONFORT D'ACHAT ACCRU**

Notre association souhaite faciliter l'accessibilité des commerces et améliorer les conditions d'achat des habitants et des usagers de l'arrondissement et ainsi privilégier l'achat « plaisir » et permettre aux clients de se sentir plus libre.

A titre expérimental, et pour des périodes spécifiques, nous envisageons sur un week-end la mise en place d'actions de type garderie d'enfants et cyclopolitain (pour véhiculer et assurer le portage des paquets des usagers des commerces de l'arrondissement).

Des itinéraires permettant de relier les parkings, les bouches de métro aux différentes polarités commerciales de l'arrondissement seront pour l'occasion établis.