

# Schéma Directeur d'Urbanisme Commercial

de la métropole lyonnaise 2017-2020





# Schéma Directeur d'Urbanisme Commercial

de la métropole lyonnaise 2017-2020



## FICHES - TERRITOIRES

- Territoire Centre < 4-11
- Territoire Lômes et Coteaux du Rhône < 12-19
- Territoire Ouest Nord < 20-27
- Territoire Plateau Nord < 28-35
- Territoire Porte des Alpes < 36-43
- Territoire Portes du Sud < 44-51
- Territoire Rhône – Amont < 52-59
- Territoire Val de Saône < 60-67
- Territoire Val d'Yzeron < 68-74



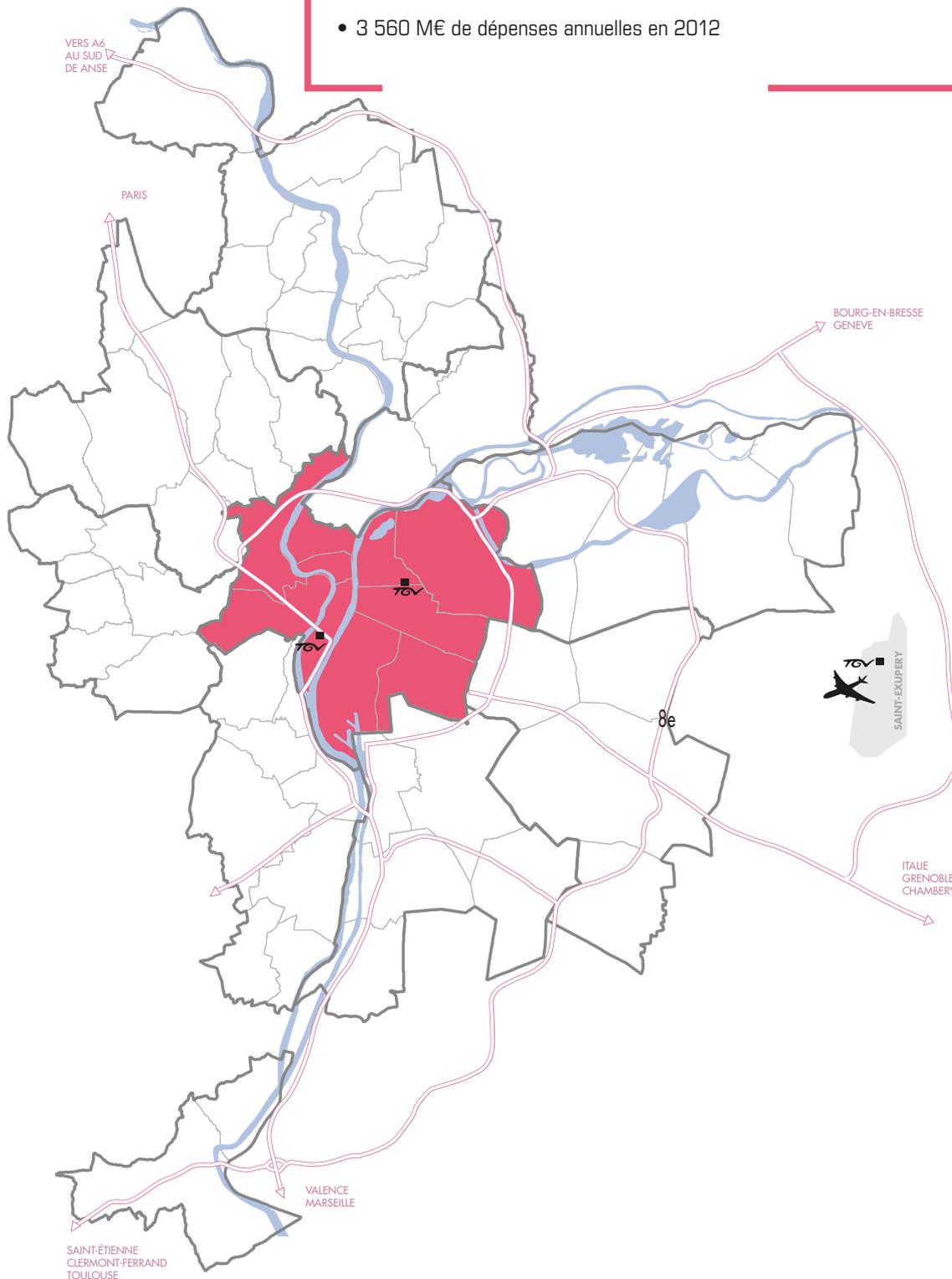


## FICHES - TERRITOIRES

# TERRITOIRE CENTRE

### CHIFFRES - CLÉS :

- 642 625 habitants / 320 371 ménages en 2012
- 48 % de ménages d'1 personne
- 96 % de logements collectifs
- 164 commerces traditionnels pour 10 000 habitants
- 459 m<sup>2</sup> / 1 000 habitants de grandes et moyennes surfaces
- 2 861 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 3 560 M€ de dépenses annuelles en 2012



## Population

|                           | Centre         |            |            |            |           | Métropole  |           |
|---------------------------|----------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
|                           | État des lieux |            |            | Variations |           | Variations |           |
|                           | 1999           | 2007       | 2012       | 1999-2007  | 2007-2012 | 1999-2007  | 2007-2012 |
| <b>Nombre d'habitants</b> | 549 590        | 610 482    | 642 625    | 11,1 %     | 5,3 %     | 8,3 %      | 4,9 %     |
| <i>Lyon</i>               | 430 366        | 472 331    | 496 343    | 9,8 %      | 5,1 %     |            |           |
| <i>Villeurbanne</i>       | 119 224        | 138 151    | 146 282    | 15,9 %     | 5,9 %     |            |           |
| <b>Nombre de ménages</b>  | 271 253        | 301 895    | 320 371    | 11,3 %     | 6,1 %     | 10,2 %     | 6,3 %     |
| <i>Lyon</i>               | 216 047        | 236 812    | 250 314    | 9,6 %      | 5,7 %     |            |           |
| <i>Villeurbanne</i>       | 55 206         | 65 083     | 70 057     | 17,9 %     | 7,6 %     |            |           |
| <b>Taille des ménages</b> | 2,03 pers.     | 2,02 pers. | 2,01 pers. | -0,2 %     | -0,8 %    | -1,7 %     | -0,4 %    |
| <i>Lyon</i>               | 1,99 pers.     | 1,99 pers. | 1,98 pers. | 0,1 %      | -0,6 %    |            |           |
| <i>Villeurbanne</i>       | 2,16 pers.     | 2,12 pers. | 2,09 pers. | -1,7 %     | -1,6 %    |            |           |

| Classes d'âges 2012      | Centre         | Métropole        |
|--------------------------|----------------|------------------|
| 0 à 19 ans               | 23,0 %         | 25,2 %           |
| 20 à 39 ans              | 37,2 %         | 30,9 %           |
| 40 à 59 ans              | 21,4 %         | 23,6 %           |
| 60 à 74 ans              | 10,7 %         | 12,3 %           |
| 75 ans et plus           | 7,6 %          | 8,0 %            |
| <b>Population totale</b> | <b>642 625</b> | <b>1 324 637</b> |

| Taille des ménages en 2012       | Centre         | Métropole      |
|----------------------------------|----------------|----------------|
| 1 personne                       | 47,8 %         | 40,0 %         |
| 2 personnes ou plus, sans enfant | 25,8 %         | 26,5 %         |
| 2 personnes ou plus, avec enfant | 26,4 %         | 33,5 %         |
| <b>Nombre total de ménages</b>   | <b>320 371</b> | <b>593 939</b> |

| Type Logement 2012        | Centre         | Métropole      |
|---------------------------|----------------|----------------|
| Maison                    | 3,6 %          | 17,9 %         |
| Appartement               | 96,4 %         | 82,1 %         |
| <b>Total de logements</b> | <b>355 422</b> | <b>645 764</b> |

| Nombre de véhicules / ménage | Centre | Métropole |
|------------------------------|--------|-----------|
| 0                            | 36,3 % | 27,3 %    |
| 1                            | 50,4 % | 49,6 %    |
| 2 et plus                    | 13,4 % | 23,1 %    |

\*Source INSEE 2012

## Offre en commerces traditionnels (<300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires      | Total      | Alimentaire | Non Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture-Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne |
|------------------|------------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|--------------------------|------------------------|
| <b>Métropole</b> | <b>117</b> | <b>16</b>   | <b>39</b>       | <b>11</b>                 | <b>11</b>               | <b>17</b>       | <b>34</b>                | <b>28</b>              |
| <b>Centre</b>    | <b>164</b> | <b>20</b>   | <b>58</b>       | <b>18</b>                 | <b>17</b>               | <b>24</b>       | <b>52</b>                | <b>33</b>              |
| LYON             | 183        | 22          | 67              | 22                        | 18                      | 27              | 58                       | 36                     |
| <i>LYON 1E</i>   | 298        | 33          | 103             | 42                        | 23                      | 38              | 120                      | 42                     |
| <i>LYON 2E</i>   | 634        | 43          | 338             | 155                       | 78                      | 106             | 167                      | 85                     |
| <i>LYON 3E</i>   | 164        | 24          | 53              | 15                        | 16                      | 22              | 53                       | 34                     |
| <i>LYON 4E</i>   | 146        | 23          | 61              | 15                        | 16                      | 29              | 33                       | 30                     |
| <i>LYON 5E</i>   | 125        | 15          | 31              | 3                         | 10                      | 18              | 56                       | 23                     |
| <i>LYON 6E</i>   | 263        | 26          | 96              | 32                        | 26                      | 37              | 74                       | 68                     |
| <i>LYON 7E</i>   | 141        | 19          | 36              | 6                         | 11                      | 19              | 56                       | 30                     |
| <i>LYON 8E</i>   | 73         | 12          | 21              | 5                         | 5                       | 12              | 18                       | 21                     |
| <i>LYON 9E</i>   | 115        | 16          | 35              | 5                         | 13                      | 17              | 39                       | 25                     |
| VILLEURBANNE     | 95         | 15          | 29              | 5                         | 12                      | 12              | 28                       | 23                     |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre commerciale de proximité

### Évolution 2006 – 2014 du nombre d'établissements en %

| Territoires  | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture-Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total |
|--------------|-------------|---|-----------------|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Métropole    | -0,9        | 67,0  | -15,2           | -17,3                       | 16,8                      | 4,1   |
| Centre       | -4,7        | 114,0   | -18,1           | -18,2                       | 13,1                      | 0,1   |
| Lyon         | -4,6        | 119,4   | -17,8           | -19,3                       | 12,8                      | -0,1  |
| Villeurbanne | -5,3        | 85,7  | -19,5           | -11,1                       | 14,9                      | 0,8   |

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires  | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture-Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total |
|--------------|-------------|---|-----------------|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Métropole    | 15,7        | 1,3   | 5,0             | 3,5                         | 21,6                      | 47,1  |
| Centre       | 20,1        | 1,4   | 6,4             | 6,0                         | 26,0                      | 59,9  |
| LYON         | 21,5        | 1,6   | 7,0             | 6,5                         | 28,3                      | 64,9  |
| LYON 1E      | 32,7        | 1,0   | 7,8             | 17,1                        | 29,3                      | 88,0  |
| LYON 2E      | 43,2        | 2,3   | 15,9            | 18,8                        | 65,3                      | 145,4 |
| LYON 3E      | 24,3        | 2,3   | 6,3             | 4,1                         | 27,8                      | 64,8  |
| LYON 4E      | 22,8        | 1,1   | 8,8             | 4,7                         | 24,5                      | 61,9  |
| LYON 5E      | 14,8        | 0,0   | 5,1             | 10,3                        | 18,4                      | 48,7  |
| LYON 6E      | 26,4        | 2,6   | 10,5            | 6,4                         | 53,0                      | 98,9  |
| LYON 7E      | 19,3        | 1,5   | 5,4             | 5,0                         | 23,1                      | 54,3  |
| LYON 8E      | 11,7        | 1,3   | 4,7             | 1,7                         | 16,7                      | 36,1  |
| LYON 9E      | 15,7        | 1,2   | 5,7             | 5,7                         | 19,8                      | 48,2  |
| VILLEURBANNE | 14,7        | 0,9   | 4,2             | 3,8                         | 17,3                      | 40,8  |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre en grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité de surface de vente pour 1 000 habitants

| Territoires  | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total |
|--------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|-------|
| Métropole    | 254         | 81                        | 246                     | 120             | 701   |
| Centre       | 175         | 80                        | 139                     | 65              | 459   |
| LYON         | 189         | 95                        | 655                     | 183             | 1 122 |
| LYON 1E      | 60          | 114                       | 106                     | 43              | 323   |
| LYON 2E      | 381         | 656                       | 1 016                   | 469             | 2 522 |
| LYON 3E      | 305         | 221                       | 289                     | 145             | 960   |
| LYON 4E      | 157         | 12                        | 43                      | 85              | 297   |
| LYON 5E      | 34          | 0                         | 9                       | 0               | 43    |
| LYON 6E      | 154         | 54                        | 45                      | 6               | 259   |
| LYON 7E      | 189         | 8                         | 48                      | 15              | 260   |
| LYON 8E      | 147         | 13                        | 32                      | 10              | 202   |
| LYON 9E      | 223         | 6                         | 55                      | 0               | 284   |
| VILLEURBANNE | 123         | 28                        | 111                     | 54              | 316   |

### Évolution 2006 – 2014 de la surface de vente en m<sup>2</sup>

| Territoires  | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total   |
|--------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|---------|
| Métropole    | 67 686      | 31 093                    | 1 170                   | 34 581          | 134 530 |
| Centre       | 41 058      | 17 009                    | 2 854                   | 7 180           | 68 101  |
| Lyon         | 35 442      | 14 659                    | 4 754                   | 6 087           | 60 942  |
| Villeurbanne | 5 616       | 2 350                     | -1 900                  | 1 093           | 7 159   |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013



## Chiffre d'affaires

### Chiffre d'affaires Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %     | Métropole        | Centre           | LYON      | LYON 1E | LYON 2E | LYON 3E | LYON 4E | LYON 5E | LYON 6E | LYON 7E | LYON 8E | LYON 9E | VILLEURBANNE |
|--------------------------|------------------|------------------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------|
| Commerces traditionnels  | 18               | 28               | 29        | 76      | 38      | 25      | 30      | 49      | 35      | 21      | 32      | 15      | 24           |
| Commerces non sédentaire | 8                | 13               | 13        | 4       | 19      | 7       | 27      | 24      | 10      | 10      | 17      | 9       | 12           |
| Grandes Surfaces         | 73               | 57               | 56        | 16      | 42      | 67      | 42      | 25      | 54      | 68      | 50      | 76      | 62           |
| Supermarchés             | 22               | 28               | 28        | 13      | 23      | 20      | 11      | 22      | 53      | 48      | 35      | 23      | 27           |
| Discounts                | 8                | 7                | 6         | 0       | 4       | 7       | 0       | 0       | 0       | 13      | 11      | 7       | 10           |
| Hypermarchés             | 36               | 13               | 12        | 1       | 0       | 32      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 32      | 19           |
| Autres GS                | 7                | 9                | 10        | 3       | 15      | 8       | 31      | 3       | 1       | 8       | 4       | 13      | 6            |
| Autres formes            | 1                | 1                | 1         | 4       | 1       | 1       | 1       | 1       | 2       | 1       | 1       | 1       | 1            |
| <b>Total en K€</b>       | <b>3 277 826</b> | <b>1 278 842</b> | 1 025 527 | 24 282  | 114 040 | 266 575 | 102 031 | 39 063  | 82 758  | 145 322 | 139 247 | 106 045 | 253 315      |

### Chiffre d'affaires Non Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %      | Métropole        | Centre           | LYON      | LYON 1E | LYON 2E | LYON 3E | LYON 4E | LYON 5E | LYON 6E | LYON 7E | LYON 8E | LYON 9E | VILLEURBANNE |
|---------------------------|------------------|------------------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------|
| Commerces traditionnels   | 24               | 39               | 39        | 68      | 39      | 30      | 53      | 56      | 74      | 46      | 52      | 44      | 35           |
| Commerces non sédentaires | 1                | 1                | 1         | 2       | 1       | 0       | 5       | 11      | 2       | 2       | 5       | 1       | 5            |
| Grandes Surfaces          | 72               | 57               | 57        | 25      | 60      | 69      | 39      | 18      | 18      | 44      | 39      | 52      | 56           |
| Supermarchés et discounts | 3                | 3                | 2         | 0       | 1       | 1       | 2       | 8       | 4       | 22      | 14      | 8       | 8            |
| Hypermarchés              | 14               | 3                | 3         | 0       | 0       | 6       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 14      | 6            |
| GSS                       | 49               | 42               | 42        | 24      | 47      | 52      | 20      | 10      | 12      | 16      | 23      | 22      | 34           |
| Autres GS                 | 6                | 9                | 9         | 1       | 12      | 9       | 18      | 1       | 1       | 7       | 1       | 8       | 8            |
| Autres formes             | 2                | 2                | 2         | 5       | 1       | 1       | 3       | 15      | 6       | 8       | 4       | 4       | 5            |
| <b>Total en K€</b>        | <b>3 897 391</b> | <b>1 582 272</b> | 1 456 080 | 56 228  | 466 847 | 630 103 | 58 441  | 11 409  | 57 827  | 47 252  | 54 160  | 45 796  | 126 192      |

### Chiffre d'affaires des principaux pôles en 2011 en millions d'€

| Pôles                   | Alimentaire | Non Alimentaire | Total |
|-------------------------|-------------|-----------------|-------|
| CC Part Dieu            | 98          | 539             | 637   |
| Presqu'île              | 112         | 515             | 627   |
| Rive Gauche             | 263         | 151             | 414   |
| Confluence (estimation) | 60          | 135             | 195   |
| Croix Rousse            | 112         | 64              | 176   |
| Gratte-Ciel             | 118         | 57              | 175   |

### Part de clientèle locale / externe dans le chiffre d'affaires

| Centre                    | Territoire Centre  |                     | Lyon               |                     | Villeurbanne       |                     |
|---------------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
|                           | % Clientèle locale | % Clientèle externe | % Clientèle locale | % Clientèle externe | % Clientèle locale | % Clientèle externe |
| <b>TOTAL</b>              | <b>78</b>          | <b>22</b>           | <b>69</b>          | <b>31</b>           | <b>79</b>          | <b>21</b>           |
| Alimentaire               | 93                 | 7                   | 87                 | 13                  | 88                 | 12                  |
| Équipement de la personne | 62                 | 38                  | 50                 | 50                  | 66                 | 34                  |
| Équipement de la maison   | 75                 | 25                  | 66                 | 34                  | 51                 | 49                  |
| Culture Loisirs           | 67                 | 33                  | 57                 | 43                  | 73                 | 27                  |



### Origine du chiffre d'affaires total

| Centre                    |                                | Lyon               |                                | Villeurbanne       |                                |
|---------------------------|--------------------------------|--------------------|--------------------------------|--------------------|--------------------------------|
| Lieux de résidence        | % du chiffre d'affaires généré | Lieux de résidence | % du chiffre d'affaires généré | Lieux de résidence | % du chiffre d'affaires généré |
| Centre                    | 78%                            | Lyon               | 69%                            | Villeurbanne       | 79%                            |
| Hors Grand Lyon           | 7%                             | Hors Grand Lyon    | 8%                             | Lyon               | 12%                            |
| Plateau Nord              | 3%                             | Villeurbanne       | 7%                             | Hors Grand Lyon    | 4%                             |
| Lônes et Coteaux du Rhône | 3%                             | Plateau Nord       | 3%                             | Rhône Amont        | 2%                             |
| Autres CTM                | 9%                             | Autres CTM         | 13%                            | Autres CTM         | 3%                             |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

### Dépenses des ménages

#### Les dépenses alimentaires en %

| Formes de vente en %    | Métropole        | Centre           |
|-------------------------|------------------|------------------|
| Commerce traditionnel   | 20               | 22               |
| Commerce non sédentaire | 9                | 10               |
| Grandes Surfaces        | 68               | 65               |
| <i>Supermarchés</i>     | 23               | 24               |
| <i>Discounts</i>        | 7                | 6                |
| <i>Hypermarchés</i>     | 30               | 26               |
| <i>Autres GS</i>        | 8                | 8                |
| Vente à distance        | 1                | 1                |
| Autres formes           | 2                | 2                |
| <b>Total en k€</b>      | <b>3 200 561</b> | <b>1 611 506</b> |

#### Les dépenses non alimentaires

| Formes de vente en %            | Métropole        | Centre           |
|---------------------------------|------------------|------------------|
| Commerce traditionnel           | 24               | 25               |
| Commerce non sédentaire         | 1                | 1                |
| Grandes Surfaces                | 64               | 63               |
| <i>Supermarchés / Discounts</i> | 3                | 3                |
| <i>Hypermarchés</i>             | 11               | 9                |
| <i>GSS Non Alimentaires</i>     | 43               | 44               |
| <i>Autres GS</i>                | 6                | 7                |
| Vente à distance                | 8                | 8                |
| Autres formes                   | 3                | 3                |
| <b>Total en k€</b>              | <b>3 787 390</b> | <b>1 948 067</b> |

#### Attraction / Évasion, en % de la dépense

|                           | % Attraction | % Évasion |
|---------------------------|--------------|-----------|
| <b>TOTAL</b>              | 43           | 57        |
| Alimentaire               | 43           | 57        |
| Équipement de la personne | 62           | 38        |
| Équipement de la maison   | 21           | 79        |
| Culture Loisirs           | 52           | 48        |

#### Destination des dépenses (% des dépenses)

| Lieux d'achats   | Total | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|------------------|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Centre           | 63    | 73          | 71                        | 35                      | 61              |
| Porte des Alpes  | 10    | 4           | 7                         | 27                      | 8               |
| Reste France     | 5     | 4           | 5                         | 7                       | 5               |
| Vente à distance | 5     | 1           | 6                         | 7                       | 10              |
| Ouest Nord       | 5     | 4           | 3                         | 7                       | 5               |

### Indicateurs globaux

|  | Total | Alimentaire | Non alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|--|-------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Dépense des ménages (en M€)                      | 3 560 | 1 612       | 1 948           | 466                       | 684                     | 798             |
| Chiffre d'affaires des commerces (en M€)         | 2 861 | 1 279       | 1 582           | 548                       | 318                     | 716             |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) - Centre    | 80,4  | 79,4        | 81,2            | 117,6                     | 46,5                    | 89,7            |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) - Métropole | 102,8 | 102,5       | 103,0           | 107,7                     | 103,1                   | 100,1           |

\* Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Bilan de l'analyse qualitative des principaux pôles commerciaux

### Centres régionaux (Presqu'île, Part-Dieu)

Ces pôles offrent des concepts commerciaux diversifiés dans le cadre, d'une part, d'un cœur commercial historique à ciel ouvert, avec une logique de thématization par sous-quartiers (Presqu'île), d'autre part, d'un centre commercial de centre-ville d'envergure européenne. Les niveaux de gamme diversifiés ainsi que la présence d'enseignes de notoriété internationale participent de la forte attractivité de ces sites, à une échelle régionale.

Ces pôles présentent un environnement qualitatif des espaces à vocation commerciale, même si certains axes connaissent un phénomène de vieillissement de leurs espaces publics, et si certaines liaisons entre sous-quartiers restent peu lisibles par manque de prise en compte dans le traitement des cheminements piétonniers ou par manque de signalétique.

Une offre de proximité aux résidents/salariés est présente (commerces de bouche, petite restauration, services à la personne, etc.), avec toutefois des phénomènes de mutation de certains linéaires au profit d'une offre à destination des touristes et ou d'enseignes répondant à des achats plus occasionnels (franchises de prêt à porter par exemple).

### Centres majeurs : Gratte-Ciel, Monplaisir, Lyon 6, Confluence, Croix – Rousse, Vaise

Il s'agit des centres secondaires du territoire, bénéficiant d'une offre de proximité dense (locomotive alimentaire, diversité d'une offre répondant aux besoins les plus courants : commerces de bouche, services, etc.) mais également d'une offre diversifiée répondant à des besoins plus occasionnels (notamment en prêt à porter et biens culturels), mêlant commerces indépendants qualitatifs et enseignes nationales. Ces sites bénéficient généralement d'un environnement urbain attractif (espaces publics, patrimoine bâti, offre de stationnement, équipements publics et/ou culturels) favorisant la fréquentation commerciale.

En dehors de ces centralités, le territoire Centre bénéficie, de par sa densité démographique et urbaine, d'un maillage fin en pôles de proximité diversifiés sur les différents quartiers. À noter toutefois des dynamiques moins favorables sur les quartiers en politique de la ville, où des phénomènes de vacance commerciale et de disqualification de l'offre sont accrus.

## Orientations stratégiques

### Enjeux :

- Garantir un maillage du territoire par des centralités commerciales de quartier, en réponse aux besoins de proximité des ménages et en appui de l'attractivité résidentielle et de l'animation urbaine, en lien avec les projets de développement urbain.
- Renforcer l'attractivité et la diversité commerciale des centralités majeures, au bénéfice d'un maillage commercial du centre d'agglomération sur les réponses aux besoins courants et occasionnels.
- Conforter le rayonnement des centralités régionales (en lien avec les ambitions d'attractivité touristique et économique), en accompagnant ou stimulant le développement de l'offre commerciale.

### Principes de développement :

#### Lyon / Villeurbanne

- Densification de l'offre de proximité des centralités de quartier, existant ou en développement
- Développement de moyennes / grandes surfaces alimentaires ciblé sur les cœurs de quartier denses, en accompagnement du développement urbain

## Lyon :

- **Diversification des centralités majeures : diversification de l'offre commerciale par l'implantation de moyens et grands formats généralistes et de concepts marchands novateurs :**

- Bricolage / Jardinage : Confluence, Croix Rousse, Gerland / Lyon 7 Nord
- Équipement de la personne / culture loisirs : Croix Rousse, Monplaisir, 6ème, Vaise, Gerland
- Mobilier / décoration : Confluence, Croix Rousse, Monplaisir, Rive Gauche 3ème
- Brun, blanc, gris : Confluence, Croix Rousse, Monplaisir, Gerland, 6ème, Vaise, Gerland

La centralité de Gerland est amenée à évoluer sensiblement au profit de fonctions commerciales plus denses et diversifiées en appui d'un développement urbain et économique soutenu.

- **Renforcement du rayonnement des centralités régionales (Presqu'île, Part Dieu) : diversification / renouvellement / différenciation de l'offre, priorisée sur les enseignes et concepts inédits en complément des activités existantes, avec un effort d'innovation aussi bien du point de vue des concepts que du geste architectural et un souci de complémentarité avec les centralités existantes de niveau inférieur (Lyon 6ème, Lyon Monplaisir, Villeurbanne Gratte-Ciel notamment) : équipement de la personne, culture loisirs, équipement de la maison**

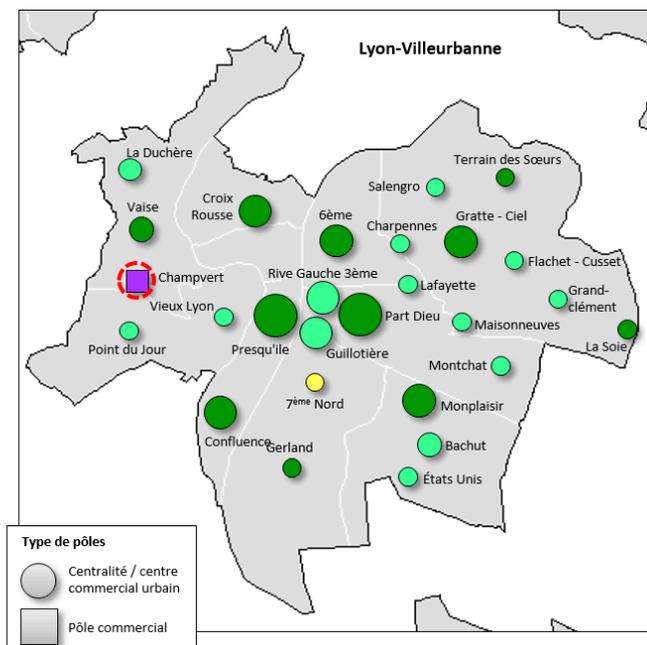
## Villeurbanne :

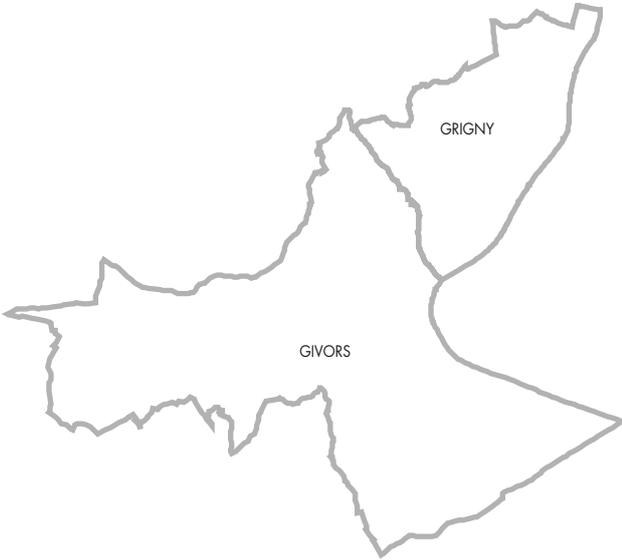
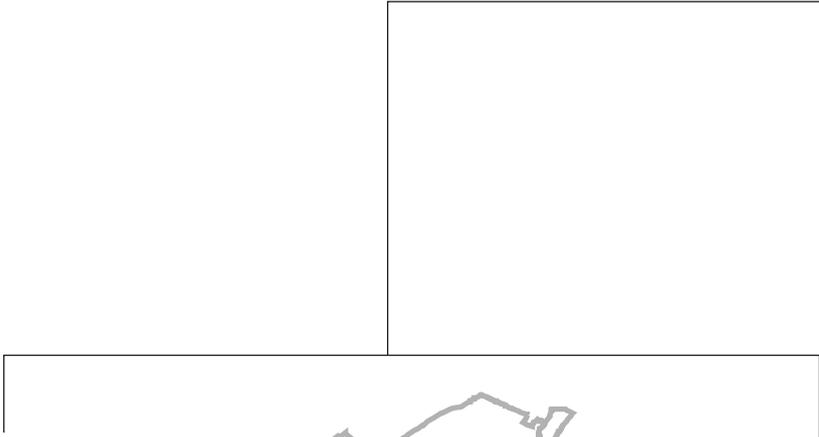
- **Développement des Gratte-Ciel** : diversification de l'offre commerciale par l'implantation de moyens et grands formats : bricolage / jardinage, équipement de la personne, culture loisirs, blanc/brun/gris, mobilier / décoration
- **Maîtrise du développement non alimentaire sur les centralités secondaires et en diffus**
- **Confortement de l'offre de proximité dans les polarités secondaires, et dans le cadre des opérations de densification et de renouvellement urbain** (St Jean en particulier)

**Mesures d'accompagnement** : le dynamisme commercial des centralités régionales et majeures implique un appui en matière d'environnement commercial, à même de garantir l'attractivité du tissu commercial existant et de stimuler le développement de nouvelles activités : requalification des espaces publics, développement ou restructuration de l'offre immobilière dans le but d'accueillir des implantations exogènes ou de répondre à des projets endogènes qualitatifs, amélioration des liaisons (cheminements, signalétique) entre les différentes entités commerciales afin de valoriser les identités commerciales complémentaires et de favoriser les parcours marchands.

## Déclinaison sur les polarités

|   |   |
|---|---|
|  | <b>Confortement</b> : maintien, dynamisation, voire densification des fonctions commerciales existantes, pouvant induire la modernisation, la restructuration et/ou la relocalisation des équipements commerciaux présents                                  |
|  | <b>Développement diversifié</b> : développement dans les centralités d'activités répondant à des besoins diversifiés, développement de nouveaux concepts commerciaux.   |
|  | <b>Diversification ciblée</b> : développement modéré de nouvelles catégories de produits en réponse à un objectif d'amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du bassin de vie, et en complémentarité avec les centralités commerciales proches |
|  | <b>Renouvellement</b> : Logique de stabilisation quantitative des polarités et priorité à la requalification des équipements commerciaux existants  |
|  | <b>Modernisation / requalification / restructuration</b> : interventions favorisant l'attractivité des pôles commerciaux vieillissant (rénovation des façades, multi-modalité, parcours piétonniers, végétalisation, traitement des espaces extérieurs...)  |





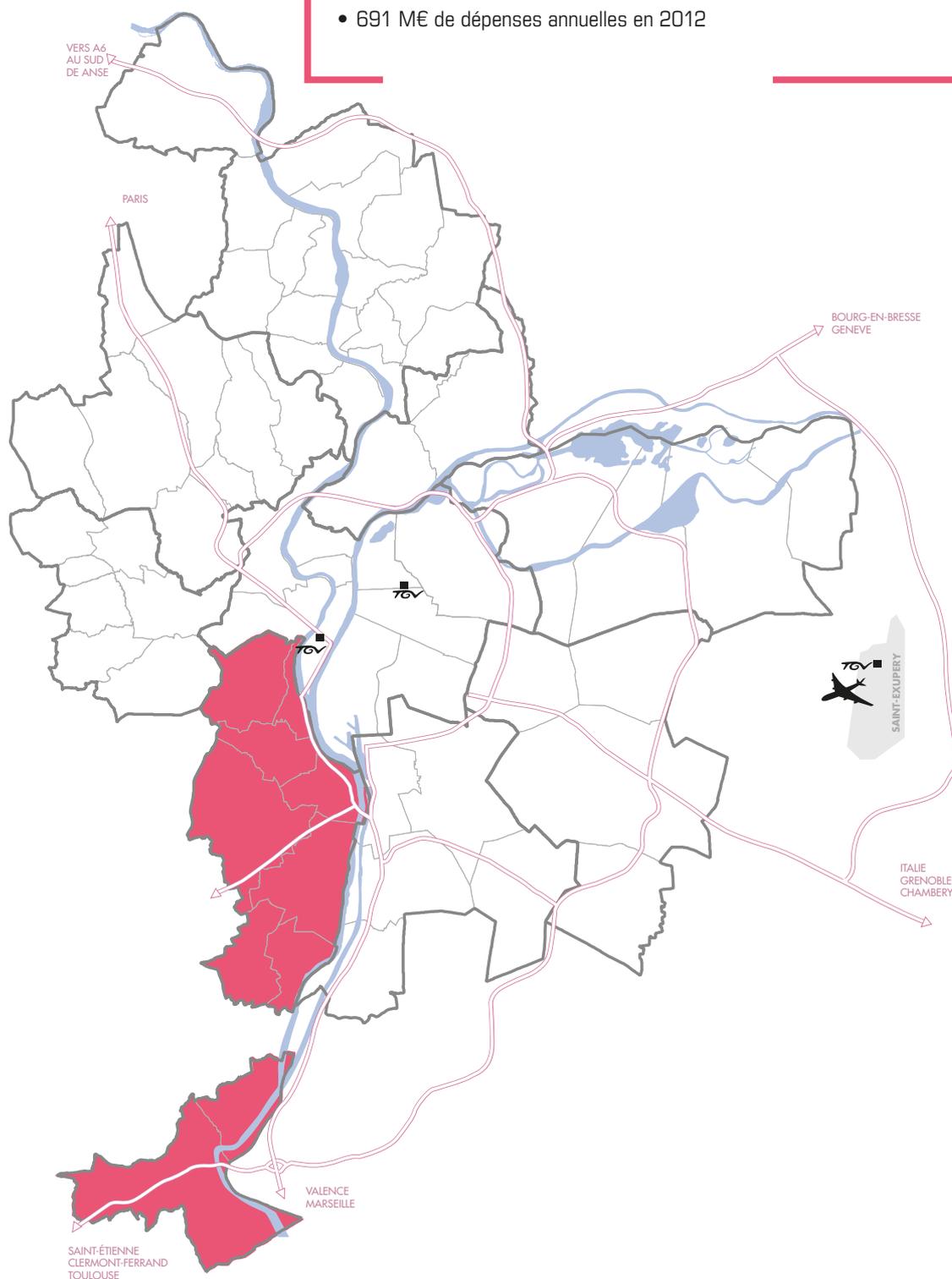


FICHES - TERRITOIRES

# TERRITOIRE LÔNES ET COTEAUX DU RHÔNE

## CHIFFRES - CLÉS :

- 130 864 habitants / 54 644 ménages en 2012
- 33 % de ménages d'1 personne
- 68 % de logements collectifs
- 72 commerces traditionnels pour 10 000 habitants
- 786 m<sup>2</sup> / 1 000 habitants de grandes et moyennes surfaces
- 730 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 691 M€ de dépenses annuelles en 2012



## Population

|                           | Lônes et Coteaux du Rhône (LCR) |            |            |            |           | Métropole  |           |
|---------------------------|---------------------------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
|                           | État des lieux                  |            |            | Variations |           | Variations |           |
|                           | 1999                            | 2007       | 2012       | 1999-2007  | 2007-2012 | 1999-2007  | 2007-2012 |
| <b>Nombre d'habitants</b> | 121 970                         | 129 352    | 130 864    | 6,1 %      | 1,2 %     | 8,3 %      | 4,9 %     |
| <b>Nombre de ménages</b>  | 48 776                          | 52 960     | 54 644     | 8,6 %      | 3,2 %     | 10,2 %     | 6,3 %     |
| <b>Taille des ménages</b> | 2,50 pers.                      | 2,44 pers. | 2,39 pers. | -2,3 %     | -1,9 %    | -1,7 %     | -0,4 %    |

| Classes d'âges 2012      | LCR            | Métropole        |
|--------------------------|----------------|------------------|
| 0 à 19 ans               | 26,2 %         | 25,2 %           |
| 20 à 39 ans              | 24,7 %         | 30,9 %           |
| 40 à 59 ans              | 26,0 %         | 23,6 %           |
| 60 à 74 ans              | 14,0 %         | 12,3 %           |
| 75 ans et plus           | 9,0 %          | 8,0 %            |
| <b>Population totale</b> | <b>130 864</b> | <b>1 324 637</b> |

| Taille des ménages 2012          | LCR           | Métropole      |
|----------------------------------|---------------|----------------|
| 1 personne                       | 33,0 %        | 40,0 %         |
| 2 personnes ou plus, sans enfant | 27,2 %        | 26,5 %         |
| 2 personnes ou plus, avec enfant | 39,7 %        | 33,5 %         |
| <b>Nombre total de ménages</b>   | <b>54 644</b> | <b>593 939</b> |

| Type de logements 2012 | LCR           | Métropole      |
|------------------------|---------------|----------------|
| Maison                 | 32,1 %        | 17,9 %         |
| Appartement            | 67,9 %        | 82,1 %         |
| <b>Total</b>           | <b>58 636</b> | <b>645 764</b> |

| Nombre de véhicules / ménage | LCR    | Métropole |
|------------------------------|--------|-----------|
| 0                            | 16,5 % | 27,3 %    |
| 1                            | 49,3 % | 49,6 %    |
| 2 et plus                    | 34,2 % | 23,1 %    |

\*Source INSEE 2012

## Offre en commerces traditionnels (<300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires                      | Total      | Alimentaire | Non Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne |
|----------------------------------|------------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>Métropole</b>                 | <b>117</b> | <b>16</b>   | <b>39</b>       | <b>11</b>                 | <b>11</b>               | <b>17</b>         | <b>34</b>                | <b>28</b>              |
| <b>Lônes et Coteaux du Rhône</b> | <b>72</b>  | <b>12</b>   | <b>21</b>       | <b>6</b>                  | <b>5</b>                | <b>10</b>         | <b>16</b>                | <b>23</b>              |
| CHARLY                           | 42         | 7           | 11              | 0                         | 4                       | 7                 | 4                        | 20                     |
| GIVORS                           | 45         | 11          | 3               | 0                         | 2                       | 2                 | 9                        | 21                     |
| GRIGNY                           | 67         | 11          | 17              | 2                         | 4                       | 11                | 16                       | 23                     |
| IRIGNY                           | 17         | 2           | 2               | 0                         | 0                       | 2                 | 5                        | 8                      |
| MULATIERE                        | 36         | 6           | 9               | 0                         | 3                       | 6                 | 9                        | 12                     |
| OULLINS                          | 111        | 18          | 35              | 14                        | 7                       | 15                | 29                       | 28                     |
| PIERRE BENITE                    | 83         | 18          | 20              | 1                         | 6                       | 13                | 21                       | 24                     |
| ST GENIS LAVAL                   | 93         | 13          | 40              | 15                        | 8                       | 16                | 16                       | 25                     |
| STE FOY LES LYON                 | 68         | 12          | 18              | 2                         | 6                       | 10                | 12                       | 26                     |
| VERNAISON                        | 48         | 4           | 7               | 0                         | 0                       | 7                 | 4                        | 33                     |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre commerciale de proximité

### Évolution 2006 – 2014 du nombre d'établissements en %

| Territoires               | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture -<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total |
|---------------------------|-------------|---|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Métropole                 | -0,9        | 67,0  | -15,2                | -17,3                       | 16,8                      | 4,1   |
| Lônes et Coteaux du Rhône | -8,5        | 6,7   | -18,8                | -11,5                       | 12,8                      | -0,6  |

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires               | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture -<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total |
|---------------------------|-------------|---|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Métropole                 | 15,7        | 1,3   | 5,0                  | 3,5                         | 21,6                      | 47,1  |
| Lônes et Coteaux du Rhône | 12,3        | 1,2   | 4,3                  | 1,8                         | 18,2                      | 37,8  |
| CHARLY                    | 29,2        | 6,7   | 0,0                  | 2,2                         | 0,0                       | 38,1  |
| GIVORS                    | 26,6        | 10,7  | 2,0                  | 1,0                         | 0,0                       | 40,3  |
| GRIGNY                    | 40,3        | 10,6  | 0,0                  | 6,4                         | 3,2                       | 60,5  |
| IRIGNY                    | 12,0        | 2,4   | 0,0                  | 2,4                         | 0,0                       | 16,8  |
| MULATIERE                 | 26,0        | 6,1   | 1,5                  | 3,1                         | 0,0                       | 36,7  |
| OULLINS                   | 52,2        | 18,0  | 1,5                  | 5,0                         | 3,5                       | 80,2  |
| PIERRE BENITE             | 55,3        | 17,8  | 3,9                  | 7,9                         | 3,0                       | 87,9  |
| ST GENIS LAVAL            | 41,6        | 13,0  | 1,0                  | 4,3                         | 2,4                       | 62,3  |
| STE FOY LES LYON          | 37,9        | 12,5  | 0,5                  | 5,1                         | 1,4                       | 57,4  |
| VERNAISON                 | 15,3        | 4,4   | 0,0                  | 4,4                         | 0,0                       | 24,1  |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre en grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité de surface de vente pour 1 000 habitants

| Territoires               | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total |
|---------------------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|-------|
| Métropole                 | 254         | 81                        | 246                     | 120             | 701   |
| Lônes et Coteaux du Rhône | 371         | 133                       | 199                     | 83              | 786   |
| GIVORS                    | 820         | 787                       | 1 034                   | 415             | 3 056 |
| GRIGNY                    | 234         | 0                         | 356                     | 0               | 590   |
| IRIGNY                    | 222         | 0                         | 0                       | 0               | 222   |
| MULATIERE                 | 115         | 0                         | 0                       | 0               | 115   |
| OULLINS                   | 237         | 42                        | 15                      | 50              | 344   |
| PIERRE BENITE             | 431         | 39                        | 0                       | 30              | 500   |
| ST GENIS LAVAL            | 506         | 24                        | 29                      | 56              | 615   |
| STE FOY LES LYON          | 310         | 0                         | 67                      | 0               | 377   |

### Évolution 2006 – 2014 de la surface de vente en m<sup>2</sup>

| Territoires               | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total   |
|---------------------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|---------|
| Métropole                 | 67 686      | 31 093                    | 1 170                   | 34 581          | 134 530 |
| Lônes et Coteaux du Rhône | 6 349       | 4 340                     | -7 984                  | 1 583           | 4 288   |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Chiffre d'affaires

### Chiffre d'affaires Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %     | Métropole        | Lônes et Coteaux du Rhône | CHARLY       | GIVORS         | GRIGNY        | IRIGNY        | LA MULATIERE | OULLINS       | PIERRE BENITE | ST GENIS LAVAL | STE FOY LES LYON | VERNAISON    |
|--------------------------|------------------|---------------------------|--------------|----------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|------------------|--------------|
| Commerces traditionnels  | 18               | 11                        | 89           | 4              | 18            | 7             | 24           | 20            | 13            | 9              | 15               | 40           |
| Commerces non sédentaire | 8                | 7                         | 10           | 7              | 5             | 12            | 14           | 13            | 6             | 2              | 7                | 54           |
| Grandes Surfaces         | 73               | 82                        | 0            | 89             | 73            | 81            | 62           | 66            | 80            | 89             | 77               | 0            |
| <i>Supermarchés</i>      | 22               | 19                        | 0            | 6              | 73            | 81            | 0            | 44            | 23            | 1              | 39               | 0            |
| <i>Discounts</i>         | 8                | 13                        | 0            | 15             | 0             | 0             | 61           | 9             | 30            | 5              | 23               | 0            |
| <i>Hypermarchés</i>      | 36               | 44                        | 0            | 67             | 0             | 0             | 0            | 0             | 0             | 82             | 0                | 0            |
| <i>Autres GS</i>         | 7                | 6                         | 0            | 1              | 0             | 0             | 1            | 13            | 27            | 0              | 15               | 0            |
| Autres formes            | 1                | 1                         | 2            | 0              | 3             | 0             | 0            | 1             | 0             | 0              | 1                | 6            |
| <b>Total en K€</b>       | <b>3 277 826</b> | <b>391 800</b>            | <b>3 074</b> | <b>112 469</b> | <b>11 948</b> | <b>16 475</b> | <b>7 408</b> | <b>42 247</b> | <b>30 373</b> | <b>115 358</b> | <b>49 085</b>    | <b>3 363</b> |

### Chiffre d'affaires Non Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %             | Métropole        | Lônes et Coteaux du Rhône | CHARLY          | GIVORS         | GRIGNY       | IRIGNY       | LA MULATIERE    | OULLINS       | PIERRE BENITE | ST GENIS LAVAL | STE FOY LES LYON | VERNAISON    |
|----------------------------------|------------------|---------------------------|-----------------|----------------|--------------|--------------|-----------------|---------------|---------------|----------------|------------------|--------------|
| Commerces traditionnels          | 24               | 23                        | 94              | 10             | 19           | 18           | 8               | 51            | 31            | 36             | 40               | 12           |
| Commerces non sédentaires        | 1                | 1                         | 0               | 1              | 2            | 0            | 10              | 4             | 4             | 0              | 4                | 1            |
| Grandes Surfaces                 | 72               | 73                        | 0               | 88             | 69           | 59           | 40              | 41            | 55            | 62             | 52               | 59           |
| <i>Supermarchés et discounts</i> | 3                | 5                         | 0               | 1              | 15           | 59           | 40              | 9             | 42            | 0              | 47               | 0            |
| <i>Hypermarchés</i>              | 14               | 25                        | 0               | 24             | 0            | 0            | 0               | 0             | 0             | 41             | 0                | 0            |
| <i>GSS</i>                       | 49               | 41                        | 0               | 60             | 53           | 0            | 0               | 19            | 12            | 20             | 5                | 54           |
| <i>Autres GS</i>                 | 6                | 2                         | 0               | 2              | 1            | 0            | 0               | 13            | 0             | 1              | 0                | 5            |
| Autres formes                    | 2                | 3                         | 6               | 1              | 10           | 23           | 43              | 3             | 10            | 2              | 4                | 27           |
| <b>Total en K€</b>               | <b>3 897 391</b> | <b>338 669</b>            | <b>&lt;1000</b> | <b>173 629</b> | <b>8 233</b> | <b>3 654</b> | <b>&lt;1000</b> | <b>24 334</b> | <b>8 987</b>  | <b>107 024</b> | <b>8 808</b>     | <b>2 778</b> |

### Chiffre d'affaires des principaux pôles en millions d'€

| Polarités        | Alimentaire | Non Alimentaire | Total |
|------------------|-------------|-----------------|-------|
| Givors 2 Vallées | 83          | 164             | 247   |
| CC St Genis 2    | 95          | 96              | 191   |
| Oullins          | 42          | 24              | 66    |
| Givors Centre    | 41          | 18              | 59    |
| Pierre-Bénite    | 30          | 9               | 39    |

### Part de clientèle locale / externe dans le chiffre d'affaires

| Familles de produits      | % Clientèle locale | % Clientèle externe |
|---------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>52</b>          | <b>48</b>           |
| Alimentaire               | 61                 | 39                  |
| Équipement de la personne | 38                 | 62                  |
| Équipement de la maison   | 40                 | 60                  |
| Culture Loisirs           | 47                 | 53                  |

### Origine du chiffre d'affaires total

| Territoires               | % du chiffre d'affaires généré |
|---------------------------|--------------------------------|
| Lônes et Coteaux du Rhône | 52%                            |
| Hors Grand Lyon           | 40%                            |
| Lyon                      | 4%                             |
| Val d'Yzeron              | 2%                             |
| Autres CTM                | 2%                             |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Dépenses des ménages

### Les dépenses alimentaires

| Formes de vente en %    | Métropole        | Lônes et Coteaux du Rhône |
|-------------------------|------------------|---------------------------|
| Commerce traditionnel   | 20               | 15                        |
| Commerce non sédentaire | 9                | 8                         |
| Grandes Surfaces        | 68               | 75                        |
| <i>Supermarchés</i>     | 23               | 19                        |
| <i>Discounts</i>        | 7                | 10                        |
| <i>Hypermarchés</i>     | 30               | 39                        |
| <i>Autres GS</i>        | 8                | 7                         |
| Vente à distance        | 1                | 0                         |
| Autres formes           | 2                | 2                         |
| <b>Total en k€</b>      | <b>3 200 561</b> | <b>320 675</b>            |

### Les dépenses non alimentaires

| Formes de vente en %            | Métropole        | Lônes et Coteaux du Rhône |
|---------------------------------|------------------|---------------------------|
| Commerce traditionnel           | 24               | 23                        |
| Commerce non sédentaire         | 1                | 1                         |
| Grandes Surfaces                | 64               | 64                        |
| <i>Supermarchés / Discounts</i> | 3                | 3                         |
| <i>Hypermarchés</i>             | 11               | 16                        |
| <i>GSS Non Alimentaires</i>     | 43               | 41                        |
| <i>Autres GS</i>                | 6                | 4                         |
| Vente à distance                | 8                | 8                         |
| Autres formes                   | 3                | 3                         |
| <b>Total en k€</b>              | <b>3 787 390</b> | <b>370 761</b>            |

### Attraction / Évasion, en % de la dépense

| Familles de produits      | % Attraction | % Évasion |
|---------------------------|--------------|-----------|
| <b>TOTAL</b>              | 55           | 45        |
| Alimentaire               | 74           | 26        |
| Équipement de la personne | 43           | 57        |
| Équipement de la maison   | 32           | 68        |
| Culture Loisirs           | 43           | 57        |

### Destination des dépenses (en % des dépenses)

| Lieux d'achats            | Total | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|---------------------------|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Lônes et coteaux du Rhône | 55    | 74          | 43                        | 32                      | 43              |
| Lyon                      | 11    | 4           | 30                        | 7                       | 20              |
| Val d'Yzeron              | 8     | 10          | 3                         | 9                       | 6               |
| Reste France              | 6     | 5           | 5                         | 10                      | 5               |
| Porte des Alpes           | 6     | 1           | 5                         | 19                      | 6               |

### Indicateurs globaux

|  | Total   | Alimentaire | Non alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|--|---------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Dépense de ménages (en K€)                       | 691 436 | 320 675     | 370 761         | 83 628                    | 142 591                 | 144 542         |
| Chiffre d'affaires des commerces (en K€)         | 730 470 | 391 800     | 338 669         | 93 185                    | 113 444                 | 132 041         |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) - LCR       | 105,6   | 122,2       | 91,3            | 111,4                     | 79,6                    | 91,4            |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) - Métropole | 102,8   | 102,5       | 103,0           | 107,7                     | 103,1                   | 100,1           |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Bilan de l'analyse qualitative des principaux pôles commerciaux

### Centralités

Certaines centralités bénéficient d'une attractivité forte liée à leur densité et diversité commerciale (offre de proximité, offre non alimentaire diversifiée avec présence d'enseignes nationales) et à leurs bonnes conditions d'accessibilité : c'est le cas d'Oullins, qui bénéficie de l'arrivée du métro, d'une requalification urbaine sur la Grande Rue et d'une logique de renouvellement urbain de centre-ville. À un degré moindre, les centralités de St Genis Laval, Ste Foy les Lyon et Irigny bénéficient également d'une bonne attractivité commerciale du fait d'une offre de proximité diversifiée et dense et d'un environnement commercial relativement attractif (qualité des espaces publics, offre de stationnement adaptée). Les plus petites communes maintiennent une offre de proximité plus limitée mais répondant aux besoins de 1<sup>ère</sup> nécessité dans des configurations de centres-bourgs compacts et adaptés à la fonction commerciale.

Le territoire connaît toutefois une perte de dynamisme commercial dans certains centres villes (vacance commerciale, déqualification des activités, discontinuités entre activités), dans des contextes cumulés de difficultés socio-économiques d'une partie de la population, de cadre urbain dégradé ou contraints dans son renouvellement, et de concurrence générée par des pôles commerciaux attractifs aux frontières du territoire : c'est le cas sur des communes telles que Givors, Grigny, Pierre – Bénite ou La Mulatière, à des degrés différents selon les communes.

### Pôles périphériques

Les grands pôles périphériques, d'ancienne génération, connaissent un phénomène de vieillissement de leurs locomotives (hypermarché avec galerie marchande) ainsi qu'une qualité perfectible des autres activités limitrophes, dans un environnement urbain marqué par la prédominance de l'automobile, la part réduite des espaces dédiés aux modes doux et la qualité médiocre de leur traitement paysager. La problématique est particulièrement présente sur la zone commerciale de Givors 2 Vallées, marqué par une forte hétérogénéité qualitative et un développement commercial d'opportunité sans logique d'ensemble : ce site est toutefois contraint dans son évolution par les risques d'inondation qui limitent les interventions sur les équipements commerciaux. Sur St Genis Laval, les problématiques résident avant tout dans le vieillissement du centre commercial St Genis 2, dont le traitement esthétique ne correspond plus aux standards actuels.

## Orientations stratégiques

### Enjeux :

- Confortement de l'offre de proximité au sein des centralités urbaines et de quartiers,
- Confirmation du rôle d'Oullins Centre en matière d'attractivité commerciale sur le nord du territoire, avec la perspective de son confortement par un développement commercial complémentaire dans le cadre du renouvellement urbain sur le secteur de La Saulaie
- Redynamisation de l'offre commerciale dans les centres villes de Givors et Pierre - Bénite.
- Amélioration de la couverture des besoins sur le nord du bassin de vie, en réponse aux manques constatés sur certains produits
- Mise à niveau qualitative du site de St Genis 2, afin de maintenir son attractivité et d'améliorer son intégration au sein de son environnement.
- Prise en compte du contexte réglementaire (PPRNI) contraignant les évolutions de la zone commerciale de Givors.

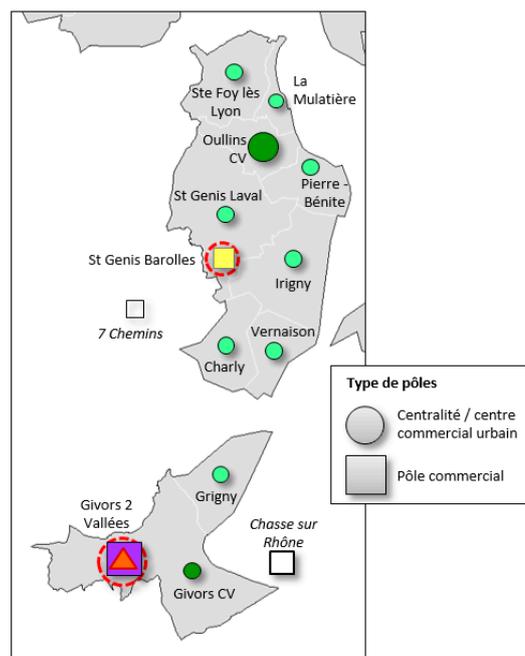
### Les principes de développement :

- **Densification de l'offre de proximité sur les centralités constituées** (centres-bourgs, centres villes, centres de quartiers), et en accompagnement de mutations urbaines importantes faisant émerger de nouveaux quartiers denses (Givors Canal, Vallon des Hôpitaux, Oullins la Saulaie),
- **Restructuration et diversification commerciale sur le centre-ville de Givors**, en accompagnement d'un projet urbain global de renouvellement et de requalification.
- **Renforcement en priorité de l'attractivité du centre-ville de Pierre – Bénite**, à travers l'implantation d'une locomotive commerciale, la reconfiguration de l'offre du boulevard de l'Europe et la stabilité des centralités de quartier (Combattants, Haute Roche).
- **Confortement du pôle du Jayon comme polarité commerciale principale de Grigny**, redynamisation commerciale du centre – ville historique, et requalification commerciale sur la RD386.

- **Stabilité quantitative du pôle commercial de Givors 2 Vallée et accompagnement des activités à s'adapter aux contraintes réglementaires** (mise aux normes, relocalisation) dans un contexte de PPRNI limitant les interventions lourdes sur l'existant.
- **Diversification commerciale sur le nord du bassin de vie**, pour mieux répondre aux besoins occasionnels
  - Confortement des fonctions sur l'équipement de la personne sur Oullins Centre
  - Diversification ciblée de l'offre par l'implantation, en complémentarité, de moyens formats sur Oullins Centre / La Saulaie (en priorité) voire sur St Genis Barolles (de manière complémentaire): Sport, Mobilier – décoration, Brun / Blanc / Gris

### Déclinaison sur les polarités

|           |   |
|-----------|---|
| Proximité | <b>Confortement</b> : maintien, dynamisation, voire densification des fonctions commerciales existantes, pouvant induire la modernisation, la restructuration et/ou la relocalisation des équipements commerciaux présents                                  |
|           | <b>Développement diversifié</b> : développement dans les centralités d'activités répondant à des besoins diversifiés, développement de nouveaux concepts commerciaux.   |
|           | <b>Diversification ciblée</b> : développement modéré de nouvelles catégories de produits en réponse à un objectif d'amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du bassin de vie, et en complémentarité avec les centralités commerciales proches |
|           | <b>Renouvellement</b> : Logique de stabilisation quantitative des polarités et priorité à la requalification des équipements commerciaux existants  |
|           | <b>Modernisation / requalification / restructuration</b> : interventions favorisant l'attractivité des pôles commerciaux vieillissant (rénovation des façades, multi-modalité, parcours piétonniers, végétalisation, traitement des espaces extérieurs...)  |
|           | Contraintes PPRNI   |





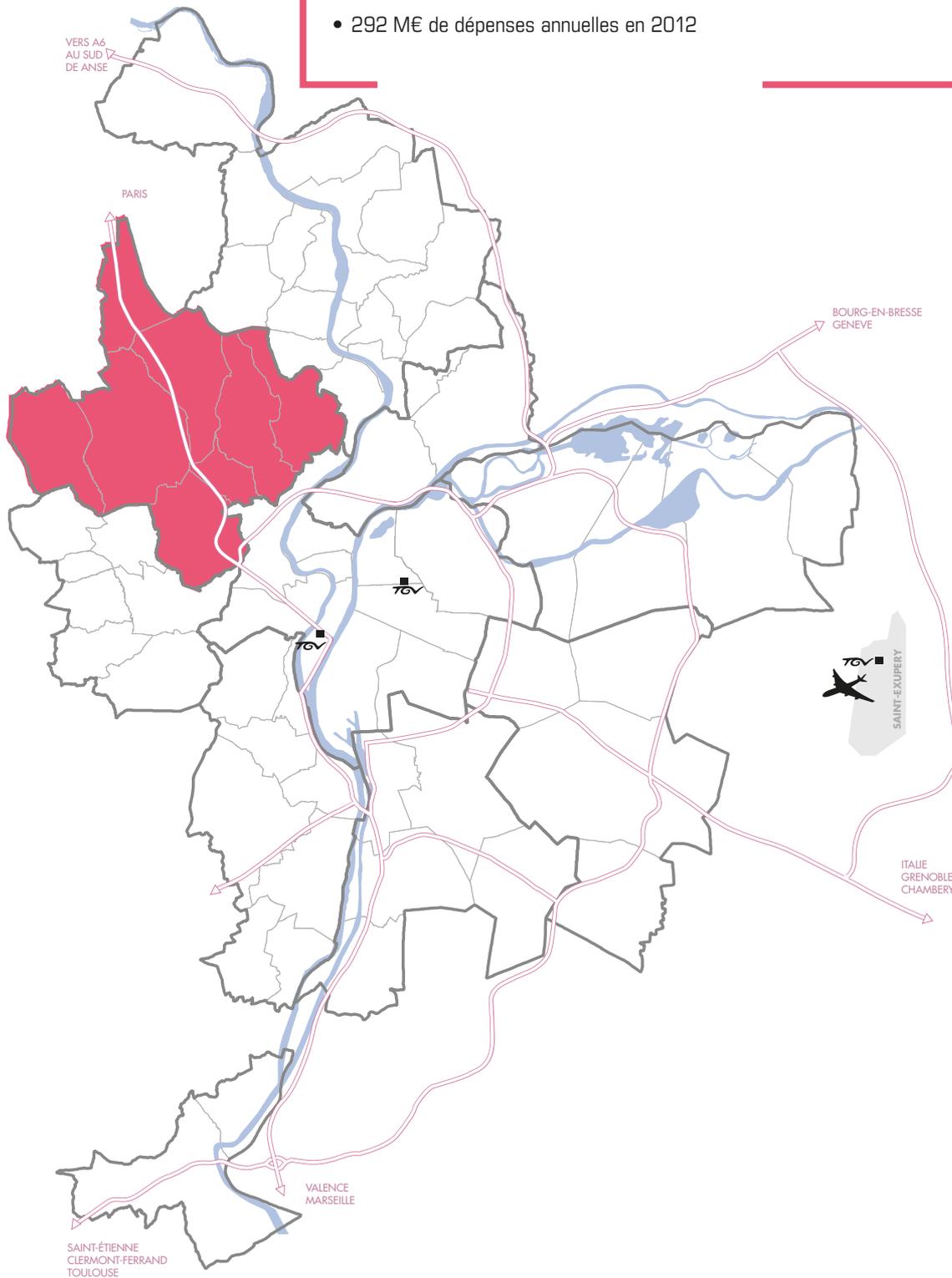


## FICHES - TERRITOIRES

# TERRITOIRE OUEST NORD

### CHIFFRES - CLÉS :

- 53 739 habitants / 21 318 ménages en 2012
- 28 % de ménages d'1 personne
- 49 % de logements collectifs
- 114 commerces traditionnels pour 10 000 habitants
- 1 733 m<sup>2</sup> / 1 000 habitants de grandes et moyennes surfaces
- 646 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 292 M€ de dépenses annuelles en 2012



## Population

|                    | Ouest Nord     |            |            |            |           | Métropole  |           |
|--------------------|----------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
|                    | État des lieux |            |            | Variations |           | Variations |           |
|                    | 1999           | 2007       | 2012       | 1999-2007  | 2007-2012 | 1999-2007  | 2007-2012 |
| Nombre d'habitants | 49 804         | 52 783     | 53 739     | 6,0 %      | 1,8 %     | 8,3 %      | 4,9 %     |
| Nombre de ménages  | 18 764         | 20 330     | 21 318     | 8,3 %      | 4,9 %     | 10,2 %     | 6,3 %     |
| Taille des ménages | 2,65 pers.     | 2,60 pers. | 2,52 pers. | -2,2 %     | -2,9 %    | -1,7 %     | -0,4 %    |

| Classes d'âges 2012      | Ouest Nord    | Métropole        |
|--------------------------|---------------|------------------|
| 0 à 19 ans               | 25,9          | 25,2             |
| 20 à 39 ans              | 21,3          | 30,9             |
| 40 à 59 ans              | 27,3          | 23,6             |
| 60 à 74 ans              | 16,2          | 12,3             |
| 75 ans et plus           | 9,3           | 8,0              |
| <b>Population totale</b> | <b>53 739</b> | <b>1 324 637</b> |

| Taille des ménages 2012          | Ouest Nord    | Métropole      |
|----------------------------------|---------------|----------------|
| 1 personne                       | 28,2 %        | 40,0 %         |
| 2 personnes ou plus, sans enfant | 32,5 %        | 26,5 %         |
| 2 personnes ou plus, avec enfant | 39,3 %        | 33,5 %         |
| <b>Total</b>                     | <b>21 318</b> | <b>593 939</b> |

| Type de logements 2012 | Ouest Nord    | Métropole      |
|------------------------|---------------|----------------|
| Maison                 | 51,0 %        | 17,9 %         |
| Appartement            | 49,0 %        | 82,1 %         |
| <b>Total logements</b> | <b>22 996</b> | <b>645 764</b> |

| Nombre de véhicules / ménage | Ouest Nord | Métropole |
|------------------------------|------------|-----------|
| 0                            | 9,8 %      | 27,3 %    |
| 1                            | 42,8 %     | 49,6 %    |
| 2 et plus                    | 47,4 %     | 23,1 %    |

\*Source INSEE 2012

## Offre en commerces traditionnels (<300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires            | Total      | Alimentaire | Non Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne |
|------------------------|------------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>Métropole</b>       | <b>116</b> | <b>16</b>   | <b>39</b>       | <b>11</b>                 | <b>11</b>               | <b>17</b>         | <b>34</b>                | <b>28</b>              |
| <b>Ouest Nord</b>      | <b>114</b> | <b>13</b>   | <b>47</b>       | <b>10</b>                 | <b>17</b>               | <b>20</b>         | <b>23</b>                | <b>31</b>              |
| CHAMPAGNE AU MONT D'OR | 168        | 27          | 66              | 7                         | 29                      | 30                | 27                       | 48                     |
| DARDILLY               | 144        | 9           | 66              | 12                        | 30                      | 23                | 37                       | 33                     |
| ECULLY                 | 113        | 13          | 55              | 20                        | 13                      | 21                | 17                       | 29                     |
| LIMONEST               | 206        | 12          | 91              | 9                         | 44                      | 38                | 59                       | 44                     |
| LISSIEU                | 87         | 16          | 26              | 3                         | 10                      | 13                | 13                       | 32                     |
| ST CYR AU MONT D'OR    | 66         | 13          | 18              | 0                         | 7                       | 11                | 15                       | 20                     |
| ST DIDIER AU MONT D'OR | 66         | 6           | 17              | 3                         | 2                       | 12                | 23                       | 20                     |
| TOUR DE SALVAGNY (LA)  | 49         | 10          | 3               | 0                         | 3                       | 0                 | 5                        | 31                     |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre commerciale de proximité

### Évolution 2006 – 2014 du nombre d'établissements en %

| Territoires       | Alimentaire | Supermarchés < 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne | Total |
|-------------------|-------------|--|-------------------|--------------------------|------------------------|-------|
| <b>Métropole</b>  | -0,9        | 67,0   | -15,2             | -17,3                    | 16,8                   | 4,1   |
| <b>Ouest Nord</b> | 14,5        | 60,0   | 3,4               | 150,0                    | 33,0                   | 24,3  |

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires            | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture -<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total       |
|------------------------|-------------|---|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-------------|
| <b>Métropole</b>       | <b>15,7</b> | <b>1,3</b>                                      | <b>5,0</b>           | <b>3,5</b>                  | <b>21,6</b>               | <b>47,1</b> |
| <b>Ouest Nord</b>      | <b>13,2</b> | <b>1,5</b>                                      | <b>5,6</b>           | <b>0,9</b>                  | <b>22,5</b>               | <b>43,7</b> |
| CHAMPAGNE AU MONT D'OR | 55,2        | 26,7  | 7,1                  | 8,9                         | 0,0                       | 97,9        |
| DARDILLY               | 34,0        | 9,4   | 0,0                  | 4,7                         | 0,0                       | 48,1        |
| ECULLY                 | 33,2        | 13,5  | 1,1                  | 5,1                         | 1,7                       | 54,6        |
| LIMONEST               | 46,9        | 11,7  | 2,9                  | 8,8                         | 0,0                       | 70,3        |
| LISSIEU                | 35,5        | 16,1  | 0,0                  | 6,5                         | 0,0                       | 58,1        |
| ST CYR AU MONT D'OR    | 21,9        | 12,8  | 0,0                  | 7,3                         | 1,8                       | 43,8        |
| ST DIDIER AU MONT D'OR | 30,9        | 6,2   | 0,0                  | 4,6                         | 1,5                       | 43,2        |
| TOUR DE SALVAGNY (LA)  | 28,0        | 10,2  | 2,5                  | 0,0                         | 0,0                       | 40,7        |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Offre en grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup> de vente)

#### Densité de surface de vente pour 1 000 habitants

| Territoires            | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total        |
|------------------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|--------------|
| <b>Métropole</b>       | <b>254</b>  | <b>81</b>                 | <b>246</b>              | <b>120</b>      | <b>701</b>   |
| <b>Ouest Nord</b>      | <b>515</b>  | <b>159</b>                | <b>781</b>              | <b>278</b>      | <b>1 733</b> |
| CHAMPAGNE AU MONT D'OR | 321         | 1 169                     | 2 083                   | 221             | 3 794        |
| DARDILLY               | 1 113       | 0                         | 1 476                   | 56              | 2 645        |
| ECULLY                 | 871         | 34                        | 64                      | 498             | 1 467        |
| LIMONEST               | 111         | 404                       | 4 861                   | 1 031           | 6 407        |
| LISSIEU                | 0           | 0                         | 0                       | 284             | 284          |
| TOUR DE SALVAGNY (LA)  | 122         | 0                         | 0                       | 0               | 122          |

#### Évolution 2006 – 2014 de surface de vente en m<sup>2</sup>

| Territoires       | Alimentaire   | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total          |
|-------------------|---------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|----------------|
| <b>Métropole</b>  | <b>67 686</b> | <b>31 093</b>             | <b>1 170</b>            | <b>34 581</b>   | <b>134 530</b> |
| <b>Ouest Nord</b> | <b>3 266</b>  | <b>3 683</b>              | <b>1 965</b>            | <b>1 320</b>    | <b>10 234</b>  |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Chiffre d'affaires

#### Chiffre d'affaires Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %     | Métropole        | Ouest Nord     | CHAMPAGNE<br>AU MONT<br>D'OR | DARDILLY | ECULLY  | LIMONEST | LISSIEU | ST CYR AU<br>MONT<br>D'OR | ST DIDIER<br>AU MONT<br>D'OR | LA TOUR<br>DE<br>SALVAGNY |
|--------------------------|------------------|----------------|------------------------------|----------|---------|----------|---------|---------------------------|------------------------------|---------------------------|
| Commerces traditionnels  | 18               | 8              | 57                           | 1        | 6       | 30       | 67      | 69                        | 71                           | 53                        |
| Commerces non sédentaire | 8                | 2              | 0                            | 0        | 2       | 8        | 0       | 25                        | 24                           | 10                        |
| Grandes Surfaces         | 73               | 89             | 42                           | 98       | 92      | 32       | 22      | 0                         | 0                            | 24                        |
| Supermarchés             | 22               | 1              | 0                            | 0        | 1       | 23       | 0       | 0                         | 0                            | 24                        |
| Discounts                | 8                | 1              | 0                            | 0        | 2       | 0        | 0       | 0                         | 0                            | 0                         |
| Hypermarchés             | 36               | 85             | 0                            | 98       | 88      | 0        | 0       | 0                         | 0                            | 0                         |
| Autres GS                | 7                | 2              | 42                           | 0        | 1       | 8        | 22      | 0                         | 0                            | 0                         |
| Autres formes            | 1                | 1              | 1                            | 0        | 0       | 30       | 11      | 5                         | 5                            | 12                        |
| <b>Total en K€</b>       | <b>3 277 826</b> | <b>246 447</b> | 7 254                        | 91 219   | 135 196 | 3 058    | 775     | 1 492                     | 1 861                        | 5 591                     |

### Chiffre d'affaires Non Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %             | Métropole        | Ouest Nord     | CHAMPAGNE<br>AU MONT<br>D'OR | DARDILLY | ECULLY  | LIMONEST | LISSIEU | ST CYR<br>AU MONT<br>D'OR | ST DIDIER<br>AU MONT<br>D'OR | LA TOUR<br>DE<br>SALVAGNY |
|----------------------------------|------------------|----------------|------------------------------|----------|---------|----------|---------|---------------------------|------------------------------|---------------------------|
| Commerces traditionnels          | 24               | 14             | 8                            | 9        | 25      | 4        | 35      | 36                        | 59                           | 21                        |
| Commerces non sédentaires        | 1                | 0              | 0                            | 0        | 0       | 0        | 1       | 21                        | 23                           | 0                         |
| Grandes Surfaces                 | 72               | 85             | 89                           | 90       | 75      | 93       | 50      | 15                        | 17                           | 70                        |
| <i>Supermarchés et discounts</i> | 3                | 0              | 0                            | 0        | 0       | 0        | 0       | 0                         | 0                            | 3                         |
| <i>Hypermarchés</i>              | 14               | 25             | 0                            | 32       | 45      | 0        | 0       | 0                         | 0                            | 0                         |
| GSS                              | 49               | 59             | 88                           | 58       | 29      | 92       | 50      | 15                        | 17                           | 65                        |
| Autres GS                        | 6                | 1              | 1                            | 0        | 0       | 1        | 0       | 0                         | 0                            | 2                         |
| Autres formes                    | 2                | 2              | 3                            | 1        | 0       | 2        | 14      | 28                        | 2                            | 10                        |
| <b>Total en K€</b>               | <b>3 897 391</b> | <b>399 399</b> | 43 302                       | 103 875  | 143 707 | 103 868  | 1 490   | <1000                     | <1000                        | 2 269                     |

### Chiffre d'affaires des principaux pôles en millions d'€

| Polarités                        | Alimentaire | Non Alimentaire | Total |
|----------------------------------|-------------|-----------------|-------|
| Porte de Lyon – RD306 – Tronchon | 95          | 238             | 333   |
| Écully Perollier                 | 120         | 135             | 255   |
| Champagne CV                     | 4           | 4               | 8     |
| La Tour de Salvagny              | 6           | 2               | 8     |

### Part de clientèle locale / externe dans le chiffre d'affaires

| Familles de produits      | % Clientèle locale | % Clientèle externe |
|---------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>31</b>          | <b>69</b>           |
| Alimentaire               | 45                 | 55                  |
| Équipement de la personne | 22                 | 78                  |
| Équipement de la maison   | 21                 | 79                  |
| Culture Loisirs           | 24                 | 76                  |

### Origine du chiffre d'affaires total

| Territoires     | % du chiffre d'affaires généré |
|-----------------|--------------------------------|
| Ouest Nord      | 31%                            |
| Hors Grand Lyon | 26%                            |
| Lyon            | 25%                            |
| Val d'Yzeron    | 10%                            |
| Autres CTM      | 8%                             |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Dépenses des ménages

### Les dépenses alimentaires

| Formes de vente en %    | Métropole        | Ouest Nord     |
|-------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel   | 20               | 14             |
| Commerce non sédentaire | 9                | 5              |
| Grandes Surfaces        | 68               | 78             |
| <i>Supermarchés</i>     | 23               | 4              |
| <i>Discounts</i>        | 7                | 4              |
| <i>Hypermarchés</i>     | 30               | 68             |
| <i>Autres GS</i>        | 8                | 3              |
| Vente à distance        | 1                | 1              |
| Autres formes           | 2                | 2              |
| <b>Total en k€</b>      | <b>3 200 561</b> | <b>133 427</b> |

### Les dépenses non alimentaires

| Formes de vente en %            | Métropole        | Ouest Nord     |
|---------------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel           | 24               | 23             |
| Commerce non sédentaire         | 1                | 1              |
| Grandes Surfaces                | 64               | 66             |
| <i>Supermarchés / Discounts</i> | 3                | 1              |
| <i>Hypermarchés</i>             | 11               | 19             |
| <i>GSS Non Alimentaires</i>     | 43               | 44             |
| <i>Autres GS</i>                | 6                | 2              |
| Vente à distance                | 8                | 7              |
| Autres formes                   | 3                | 3              |
| <b>Total en k€</b>              | <b>3 787 390</b> | <b>158 882</b> |

### Attraction / Évasion, en % de la dépense

| Familles de produits      | % Attraction | % Évasion |
|---------------------------|--------------|-----------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>68</b>    | <b>32</b> |
| Alimentaire               | 83           | 17        |
| Équipement de la personne | 43           | 57        |
| Équipement de la maison   | 60           | 40        |
| Culture Loisirs           | 59           | 41        |

### Destination des dépenses (en % des dépenses)

| Lieux d'achats   | Total | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|------------------|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Ouest Nord       | 68    | 83          | 43                        | 60                      | 59              |
| Lyon             | 12    | 6           | 35                        | 7                       | 17              |
| Reste Rhône      | 6     | 6           | 5                         | 7                       | 4               |
| Vente à distance | 4     | 1           | 4                         | 3                       | 12              |
| Reste France     | 3     | 2           | 5                         | 6                       | 2               |

### Indicateurs globaux

|   | Total   | Alimentaire | Non alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|---|---------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Dépense de ménages (en K€)                        | 292 309 | 133 427     | 158 882         | 35 031                    | 62 389                  | 61 462          |
| Chiffre d'affaires des commerces (en K€)          | 645 846 | 246 447     | 399 399         | 67 628                    | 179 955                 | 151 816         |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) – Ouest Nord | 220,9   | 184,7       | 251,4           | 193,0                     | 288,4                   | 247,0           |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) - Métropole  | 102,8   | 102,5       | 103,0           | 107,7                     | 103,1                   | 100,1           |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Bilan de l'analyse qualitative des principaux pôles commerciaux

### Centralités

Le territoire Ouest Nord est surtout caractérisé par des centres-bourgs de rayonnement communal avec une offre commerciale répondant en priorité aux besoins de proximité et des points de vente globalement qualitatifs. L'environnement commercial, adapté à la fonction commerciale dans la plupart des cas (espaces publics en bon état, offre de stationnement suffisante et bien organisée, offre commerciale concentrée et continue) favorise l'attractivité de ces centralités et donc le maintien d'une dynamique commerciale positive.

### Pôles périphériques

Il s'agit de sites anciens accueillant des leaders commerciaux très diversifiés (hypermarchés, mobilier / décoration, bricolage / jardinage, électroménager, équipement de la personne, automobile, sport, etc.), implantés sur des logiques d'accessibilité automobile quasi-exclusive : desservis par des infrastructures routières majeures (autoroute A6, ex-RN6), ils bénéficient d'une bonne accessibilité et d'une forte visibilité. Ces sites ont été rattrapés par le tissu urbain et sont désormais contigus d'espaces résidentiels ou de pôles économiques. Marqués par leur ancienneté, ces sites sont déconnectés entre eux, selon 4 séquences commerciales principales (Limonest « Porte de Lyon », Champagne « RD306Est », Dardilly « Tronchon », Écully « Perollier »), séparées par les coupures naturelles (relief) et artificielles (autoroute, zones économiques, secteurs résidentiels). En outre, ces sites sont marqués par une forte linéarité le long des axes routiers, un vieillissement et un déficit d'intégration des équipements commerciaux, et un manque d'alternatives à l'automobile en matière d'accessibilité.

## Orientations stratégiques

### Enjeux

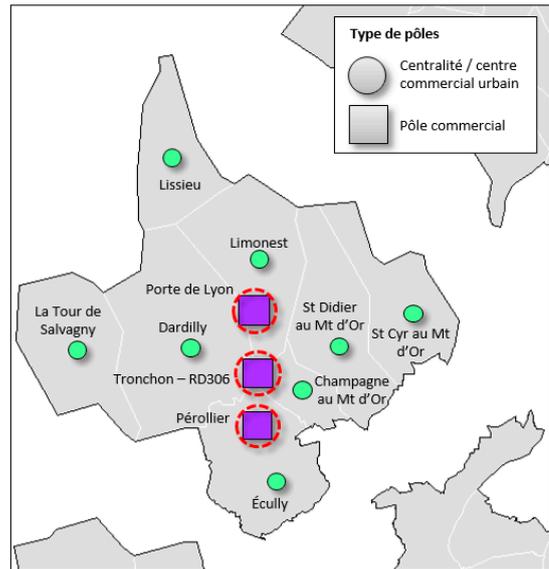
- Conforter la présence et le dynamisme d'une offre de proximité au sein des centres villes, centres-bourgs et centres de quartiers,
- Moderniser les sites commerciaux périphériques en privilégiant leur multifonctionnalité, voire leur mixité, et une meilleure intégration dans leur environnement urbain et économique.

### Les principes de développement :

- **Densification de l'offre de proximité sur les centralités villageoises et urbaines existantes.** Le maintien voire le renforcement des flux commerciaux sur les centralités pourra notamment justifier l'implantation d'une moyenne surface alimentaire (<1000 m<sup>2</sup> de vente) ou le renforcement des locomotives alimentaires qui y sont présentes.
- **Pas d'enjeu de renforcement et de diversification accrue des pôles périphériques métropolitains :** les évolutions devront porter en priorité sur la requalification voire la restructuration des équipements et sites existant (rénovation, adaptation des concepts marchands, relocalisations).

## Déclinaison sur les polarités

- |           |   |
|-----------|---|
| Proximité | <b>Confortement</b> : maintien, dynamisation, voire densification des fonctions commerciales existantes, pouvant induire la modernisation, la restructuration et/ou la relocalisation des équipements commerciaux présents                                  |
|           |   |
|           | <b>Développement diversifié</b> : développement dans les centralités d'activités répondant à des besoins diversifiés, développement de nouveaux concepts commerciaux.   |
|           | <b>Diversification ciblée</b> : développement modéré de nouvelles catégories de produits en réponse à un objectif d'amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du bassin de vie, et en complémentarité avec les centralités commerciales proches |
|           | <b>Renouvellement</b> : Logique de stabilisation quantitative des polarités et priorité à la requalification des équipements commerciaux existants  |
|           | <b>Modernisation / requalification / restructuration</b> : interventions favorisant l'attractivité des pôles commerciaux vieillissant (rénovation des façades, multi-modalité, parcours piétonniers, végétalisation, traitement des espaces extérieurs...)  |







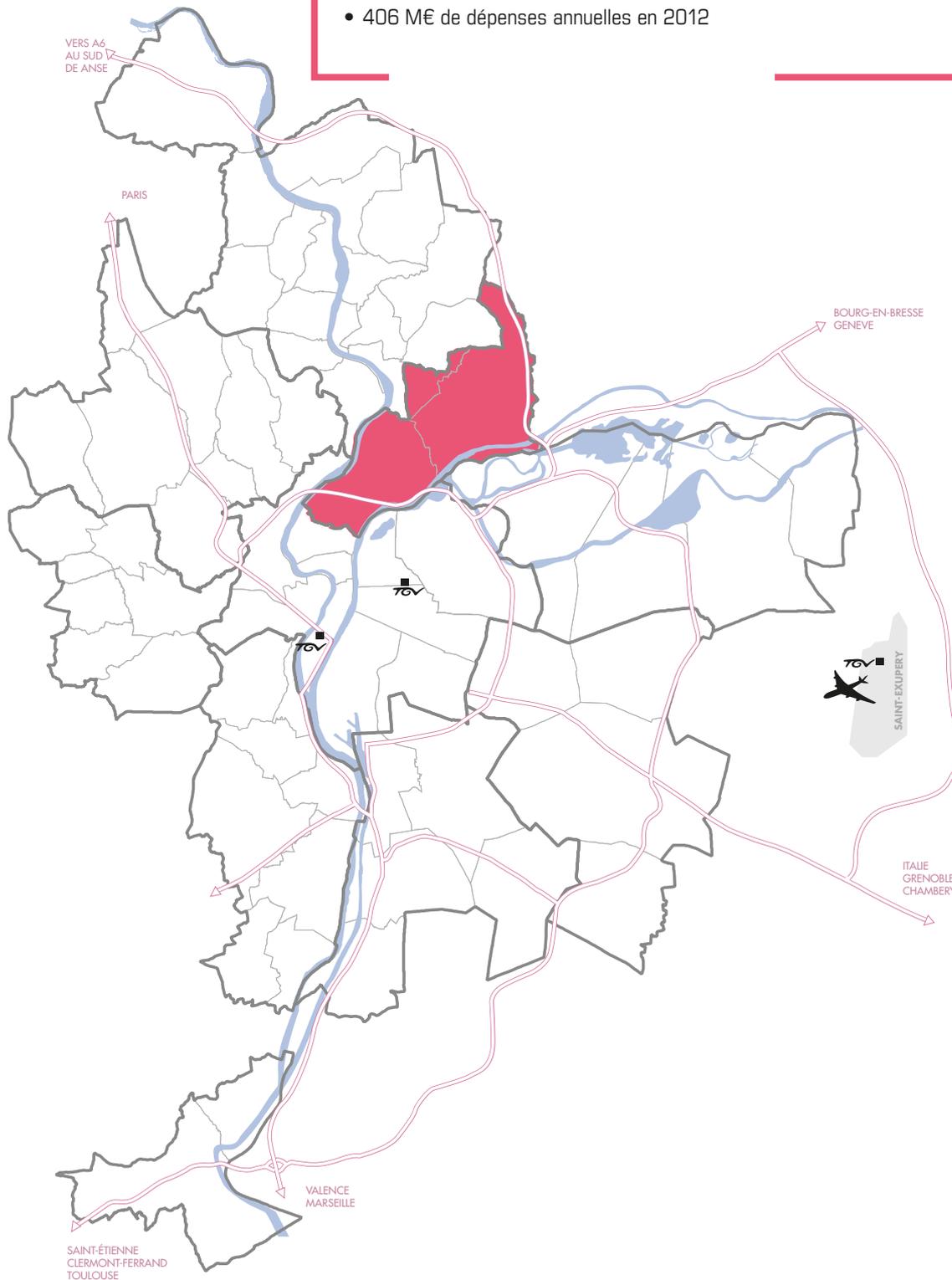


FICHES - TERRITOIRES

# TERRITOIRE PLATEAU NORD

## CHIFFRES - CLÉS :

- 76 301 habitants / 32 922 ménages en 2012
- 36 % de ménages d'1 personne
- 81 % de logements collectifs
- 54 commerces traditionnels pour 10 000 habitants
- 725 m<sup>2</sup> / 1 000 habitants de grandes et moyennes surfaces
- 413 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 406 M€ de dépenses annuelles en 2012



## Population

|                           | Plateau Nord   |            |            |            |           | Métropole  |           |
|---------------------------|----------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
|                           | État des lieux |            |            | Variations |           | Variations |           |
|                           | 1999           | 2007       | 2012       | 1999-2007  | 2007-2012 | 1999-2007  | 2007-2012 |
| <b>Nombre d'habitants</b> | 73 120         | 74 723     | 76 301     | 2,2 %      | 2,1 %     | 8,3 %      | 4,9 %     |
| <b>Nombre de ménages</b>  | 30 332         | 32 178     | 32 922     | 6,1 %      | 2,3 %     | 10,2 %     | 6,3 %     |
| <b>Taille des ménages</b> | 2,41 pers.     | 2,32 pers. | 2,32 pers. | -3,7 %     | -0,2 %    | -1,7 %     | -0,4 %    |

| Classes d'âges 2012      | Plateau Nord  | Métropole        |
|--------------------------|---------------|------------------|
| 0 à 19 ans               | 25,9 %        | 25,2             |
| 20 à 39 ans              | 24,2 %        | 30,9             |
| 40 à 59 ans              | 24,9 %        | 23,6             |
| 60 à 74 ans              | 14,8 %        | 12,3             |
| 75 ans et +              | 10,3 %        | 8,0              |
| <b>Population totale</b> | <b>76 301</b> | <b>1 324 637</b> |

| Taille des ménages 2012          | Plateau Nord  | Métropole      |
|----------------------------------|---------------|----------------|
| 1 personne                       | 35,6 %        | 40,0 %         |
| 2 personnes ou plus, sans enfant | 26,5 %        | 26,5 %         |
| 2 personnes ou plus, avec enfant | 37,9 %        | 33,5 %         |
| <b>Nombre de ménages 2012</b>    | <b>32 922</b> | <b>593 939</b> |

| Type de logements 2012    | Plateau Nord  | Métropole      |
|---------------------------|---------------|----------------|
| Maison                    | 19,2 %        | 17,9 %         |
| Appartement               | 80,8 %        | 82,1 %         |
| <b>Total de logements</b> | <b>34 921</b> | <b>645 764</b> |

| Nombre de véhicules par ménage | Plateau Nord | Métropole |
|--------------------------------|--------------|-----------|
| 0                              | 20,0 %       | 27,3 %    |
| 1                              | 52,9 %       | 49,6 %    |
| 2 et plus                      | 27,1 %       | 23,1 %    |

\*Source : INSEE 2012

## Offre en commerces traditionnels (<300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires         | Total      | Alimentaire | Non Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne |
|---------------------|------------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>Métropole</b>    | <b>116</b> | <b>16</b>   | <b>39</b>       | <b>11</b>                 | <b>11</b>               | <b>17</b>         | <b>34</b>                | <b>28</b>              |
| <b>Plateau Nord</b> | <b>54</b>  | <b>10</b>   | <b>13</b>       | <b>2</b>                  | <b>3</b>                | <b>8</b>          | <b>11</b>                | <b>20</b>              |
| CALUIRE ET CUIRE    | 70         | 13          | 21              | 4                         | 5                       | 12                | 14                       | 22                     |
| RILLIEUX LA PAPE    | 24         | 5           | 1               | 0                         | 0                       | 1                 | 3                        | 15                     |
| SATHONAY CAMP       | 76         | 8           | 15              | 0                         | 4                       | 11                | 28                       | 25                     |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre commerciale de proximité

### Évolution 2006 – 2014 du nombre d'établissements en %

| Territoires         | Alimentaire | Supermarchés < 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne | Total      |
|---------------------|-------------|--|-------------------|--------------------------|------------------------|------------|
| <b>Métropole</b>    | <b>-0,9</b> | <b>67,0</b>                                  | <b>-15,2</b>      | <b>-17,3</b>             | <b>16,8</b>            | <b>4,1</b> |
| <b>Plateau Nord</b> | <b>5,6</b>  | <b>-11,1</b>                                 | <b>-18,8</b>      | <b>-30,8</b>             | <b>22,3</b>            | <b>6,4</b> |

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires             | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture -<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total       |
|-------------------------|-------------|---|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-------------|
| <b>Métropole</b>        | <b>15,7</b> | <b>1,3</b>                                      | <b>5,0</b>           | <b>3,5</b>                  | <b>21,6</b>               | <b>47,1</b> |
| <b>Plateau Nord</b>     | <b>10,0</b> | <b>1,0</b>                                      | <b>3,4</b>           | <b>1,2</b>                  | <b>15,1</b>               | <b>30,7</b> |
| <i>CALUIRE ET CUIRE</i> | <i>36,9</i> | <i>13,2</i>                                     | <i>0,7</i>           | <i>5,4</i>                  | <i>1,2</i>                | <i>57,4</i> |
| <i>RILLIEUX LA PAPE</i> | <i>13,4</i> | <i>5,2</i>                                      | <i>1,6</i>           | <i>0,3</i>                  | <i>0,0</i>                | <i>20,5</i> |
| <i>SATHONAY CAMP</i>    | <i>46,7</i> | <i>8,5</i>                                      | <i>0,0</i>           | <i>4,2</i>                  | <i>8,5</i>                | <i>67,9</i> |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Offre en grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup> de vente)

#### Densité de surface de vente pour 1 000 habitants

| Territoires             | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total      |
|-------------------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|------------|
| <b>Métropole</b>        | <b>254</b>  | <b>81</b>                 | <b>246</b>              | <b>120</b>      | <b>701</b> |
| <b>Plateau Nord</b>     | <b>309</b>  | <b>41</b>                 | <b>341</b>              | <b>34</b>       | <b>725</b> |
| <i>CALUIRE ET CUIRE</i> | <i>333</i>  | <i>7</i>                  | <i>164</i>              | <i>49</i>       | <i>553</i> |
| <i>RILLIEUX LA PAPE</i> | <i>257</i>  | <i>93</i>                 | <i>621</i>              | <i>16</i>       | <i>987</i> |
| <i>SATHONAY CAMP</i>    | <i>318</i>  | <i>0</i>                  | <i>0</i>                | <i>0</i>        | <i>318</i> |

#### Évolution 2006 – 2014 de la surface de vente en m<sup>2</sup>

| Territoires         | Alimentaire   | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total          |
|---------------------|---------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|----------------|
| <b>Métropole</b>    | <b>67 686</b> | <b>31 093</b>             | <b>1 170</b>            | <b>34 581</b>   | <b>134 530</b> |
| <b>Plateau Nord</b> | <b>2 888</b>  | <b>300</b>                | <b>2 827</b>            | <b>580</b>      | <b>6 595</b>   |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Chiffre d'affaires

#### Chiffre d'affaires Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %     | Métropole        | Plateau Nord   | CALUIRE ET CUIRE | RILLIEUX LA PAPE | SATHONAY CAMP |
|--------------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|---------------|
| Commerces traditionnels  | 18               | 11             | 9                | 15               | 84            |
| Commerces non sédentaire | 8                | 5              | 2                | 12               | 14            |
| Grandes Surfaces         | 73               | 84             | 88               | 73               | 0             |
| <i>Supermarchés</i>      | 22               | 21             | 14               | 41               | 0             |
| <i>Discounts</i>         | 8                | 5              | 3                | 10               | 0             |
| <i>Hypermarchés</i>      | 36               | 50             | 69               | 0                | 0             |
| <i>Autres GS</i>         | 7                | 7              | 2                | 21               | 0             |
| Autres formes            | 1                | 1              | 0                | 1                | 1             |
| <b>Total en K€</b>       | <b>3 277 826</b> | <b>224 288</b> | 163 301          | 59 628           | 1 360         |

#### Chiffre d'affaires Non Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %             | Métropole        | Plateau Nord   | CALUIRE ET CUIRE | RILLIEUX LA PAPE | SATHONAY CAMP |
|----------------------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|---------------|
| Commerces traditionnels          | 24               | 12             | 15               | 6                | 6             |
| Commerces non sédentaires        | 1                | 1              | 0                | 2                | 2             |
| Grandes Surfaces                 | 72               | 85             | 83               | 88               | 87            |
| <i>Supermarchés et discounts</i> | 3                | 3              | 3                | 5                | 0             |
| <i>Hypermarchés</i>              | 14               | 29             | 44               | 0                | 0             |
| <i>GSS</i>                       | 49               | 52             | 37               | 82               | 87            |
| <i>Autres GS</i>                 | 6                | 0              | 0                | 0                | 0             |
| Autres formes                    | 2                | 3              | 2                | 4                | 5             |
| <b>Total en K€</b>               | <b>3 897 391</b> | <b>188 955</b> | 125 266          | 62 293           | 1 396         |

### Chiffre d'affaires 2011 des principaux pôles en millions d'€

| Pôles                      | Alimentaire | Non Alimentaire | Total |
|----------------------------|-------------|-----------------|-------|
| CC Caluire 2               | 113         | 83              | 196   |
| Reste Caluire              | 50          | 42              | 92    |
| Rillieux Rte de Strasbourg | 45          | 16              | 61    |
| Rillieux Champ du Roy      | -           | 39              | 39    |
| Rillieux Ville Nouvelle    | 12          | 3               | 15    |

### Part de clientèle locale / externe dans le chiffre d'affaires

| Familles de produits      | % Clientèle locale | % Clientèle externe |
|---------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>54</b>          | <b>46</b>           |
| Alimentaire               | 66                 | 34                  |
| Équipement de la personne | 44                 | 56                  |
| Équipement de la maison   | 36                 | 64                  |
| Culture Loisirs           | 46                 | 54                  |

### Origine du chiffre d'affaires total

| Territoires     | % du chiffre d'affaires généré |
|-----------------|--------------------------------|
| Plateau Nord    | 54%                            |
| Lyon            | 15%                            |
| Val de Saône    | 13%                            |
| Hors Grand Lyon | 9%                             |
| Autres CTM      | 9%                             |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Dépenses des ménages

### Les dépenses alimentaires

| Formes de vente en %    | Métropole        | Plateau Nord   |
|-------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel   | 20               | 18             |
| Commerce non sédentaire | 9                | 8              |
| Grandes Surfaces        | 68               | 70             |
| <i>Supermarchés</i>     | 23               | 21             |
| <i>Discounts</i>        | 7                | 6              |
| <i>Hypermarchés</i>     | 30               | 36             |
| <i>Autres GS</i>        | 8                | 7              |
| Vente à distance        | 1                | 2              |
| Autres formes           | 2                | 2              |
| <b>Total en k€</b>      | <b>3 200 561</b> | <b>189 963</b> |

### Les dépenses non alimentaires

| Formes de vente en %            | Métropole        | Plateau Nord   |
|---------------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel           | 24               | 25             |
| Commerce non sédentaire         | 1                | 1              |
| Grandes Surfaces                | 64               | 62             |
| <i>Supermarchés / Discounts</i> | 3                | 3              |
| <i>Hypermarchés</i>             | 11               | 14             |
| <i>GSS Non Alimentaires</i>     | 43               | 41             |
| <i>Autres GS</i>                | 6                | 5              |
| Vente à distance                | 8                | 9              |
| Autres formes                   | 3                | 3              |
| <b>Total en k€</b>              | <b>3 787 390</b> | <b>216 526</b> |

### Attraction / Évasion, en % de la dépense

| Familles de produits      | % Attraction | % Évasion |
|---------------------------|--------------|-----------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>55</b>    | <b>45</b> |
| Alimentaire               | 78           | 22        |
| Équipement de la personne | 22           | 78        |
| Équipement de la maison   | 45           | 55        |
| Culture Loisirs           | 35           | 65        |

### Destination des dépenses (en % des dépenses)

| Lieux d'achats   | Total | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|------------------|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Plateau Nord     | 55    | 78          | 22                        | 45                      | 35              |
| Lyon             | 21    | 10          | 52                        | 12                      | 36              |
| Reste France     | 8     | 6           | 11                        | 11                      | 9               |
| Vente à distance | 5     | 2           | 7                         | 7                       | 11              |
| Porte des Alpes  | 4     | 1           | 4                         | 10                      | 3               |

### Indicateurs globaux

|  | Total   | Alimentaire | Non alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|--|---------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Dépense de ménages (en K€)                           | 406 490 | 189 963     | 216 526         | 49 424                    | 81 481                  | 85 622          |
| Chiffre d'affaires des commerces (en K€)             | 413 243 | 224 288     | 188 955         | 24 441                    | 99 899                  | 64 614          |
| Ratio CA / Dépenses (indice base 100) – Plateau Nord | 101,7   | 118,1       | 87,3            | 49,5                      | 122,6                   | 75,5            |
| Ratio CA / Dépenses (indice base 100) - Métropole    | 102,8   | 102,5       | 103,0           | 107,7                     | 103,1                   | 100,1           |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Bilan de l'analyse qualitative des principaux pôles commerciaux

### Centralités

Certaines centralités ont bénéficié d'une requalification récente (Rue Jean Moulin / Place de l'Église et autour de l'arrêt de Métro Cuire à Caluire et Cuire par exemple) permettant d'améliorer l'environnement commercial et de contribuer à la préservation et à la dynamisation de l'offre commerciale de proximité. D'autres ont bénéficié, dans le cadre d'un projet de développement urbain, d'une réorganisation, d'une densification et d'une diversification de leur armature commerciale (Sathonay Camp).

Les communes de Caluire et Cuire et Rillieux La Pape sont toutefois caractérisées par une multipolarité, des discontinuités commerciales et un manque de liaison entre les centralités et les locomotives commerciales situées à proximité (moyennes surfaces alimentaires). Cela induit une offre commerciale peu lisible et quelques fragilités en matière de maintien du petit commerce notamment dans les pôles commerciaux les plus vieillissants (devantures commerciales peu attractives, vacance commerciale constatée notamment sur le centre de village de Rillieux la Pape, la Ville nouvelle et le secteur Bottet Verchères).

### Pôles périphériques

Des projets de modernisation portés par les opérateurs commerciaux ont permis de requalifier l'offre, notamment sur le centre commercial Caluire 2. Le linéaire commercial développé le long des avenues Leclerc (Caluire) et de l'Hippodrome (Rillieux La Pape), ainsi que le secteur « De Gaulle » à Rillieux La Pape restent a contrario peu qualitatifs, aussi bien quant à la qualité des bâtiments commerciaux qu'en ce qui concerne les espaces extérieurs (stationnements, cheminements piétons).

Le territoire reste confronté à une forte discontinuité de l'offre commerciale en moyennes et grandes surfaces le long des axes principaux de circulation, du secteur St Clair à Caluire jusqu'à Champ du Roy à Rillieux La Pape. Cette organisation éclatée pénalise la lisibilité de l'offre, pourtant dense et diversifiée, donc son attractivité. Elle génère par ailleurs une multiplication des déplacements motorisés, et impacte le paysage urbain du fait d'un mitage commercial.

## Orientations stratégiques

### Enjeux

- Amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du Plateau Nord, sur des catégories de produits peu ou pas représentés
- Émergence de centres villes commerçants plus affirmés, distincts des centralités de quartier, sur Caluire et Cuire et Rillieux La Pape, cohérent avec le poids démographique respectif de ces deux communes.
- Confortement de l'offre de proximité au sein des quartiers
- Montée en puissance du projet commercial de centre-ville réalisée sur Sathonay – Camp.
- Recentrage de l'offre commerciale de bassin de vie en cœur de territoire, à l'interface entre les communes.

### Principes de développement :

- **Confortement des polarités de quartier existantes** par maîtrise des développements diffus et densification de l'offre de proximité : Caluire Vernay / St Clair / Montessuy - Pasteur / Cuire / Crépieux), Rillieux Alagniers / Europe / Village / Vancia / Boileau / Château La Roue / Canellas).
- **Renforcement des centre – villes (Caluire et Cuire, Rillieux La Pape, Sathonay Camp)** en réponse aux besoins courants et occasionnels (alimentaire, équipement de la personne, biens culturels, etc.). Le maintien voire le renforcement des flux commerciaux en centre-ville pourra notamment justifier, sur Caluire Centre et Rillieux

Bottet / Verchères, l'implantation d'une moyenne surface alimentaire, l'extension et/ou la relocalisation des locomotives alimentaires existantes en cœur de centralité.

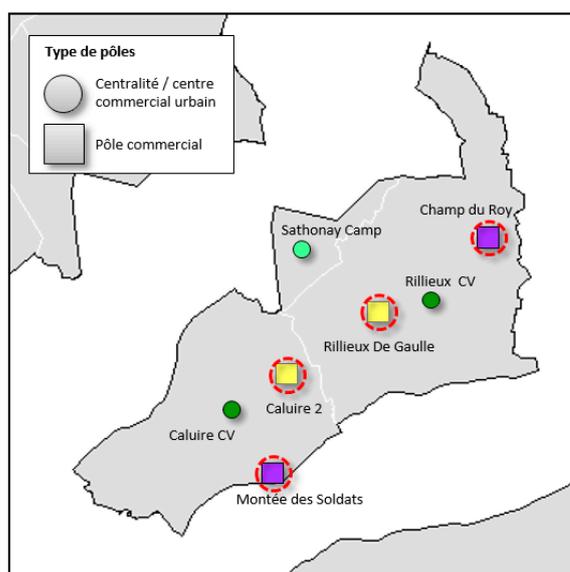
- **Diversification ciblée par renouvellement / restructuration / densification des sites commerciaux existant :** Centre, Place Foch, Centre commercial Caluire 2 à Caluire et Cuire, Rond-Point Charles De Gaulle et secteur Bottet / Verchères à Rillieux La Pape. La diversification commerciale devra porter sur les activités suivantes :
  - Sport
  - Mobilier / décoration
  - Blanc / brun / gris
  - Jardinier / animalerie

Cette diversification devra permettre de renforcer l'intégration urbaine des équipements commerciaux.

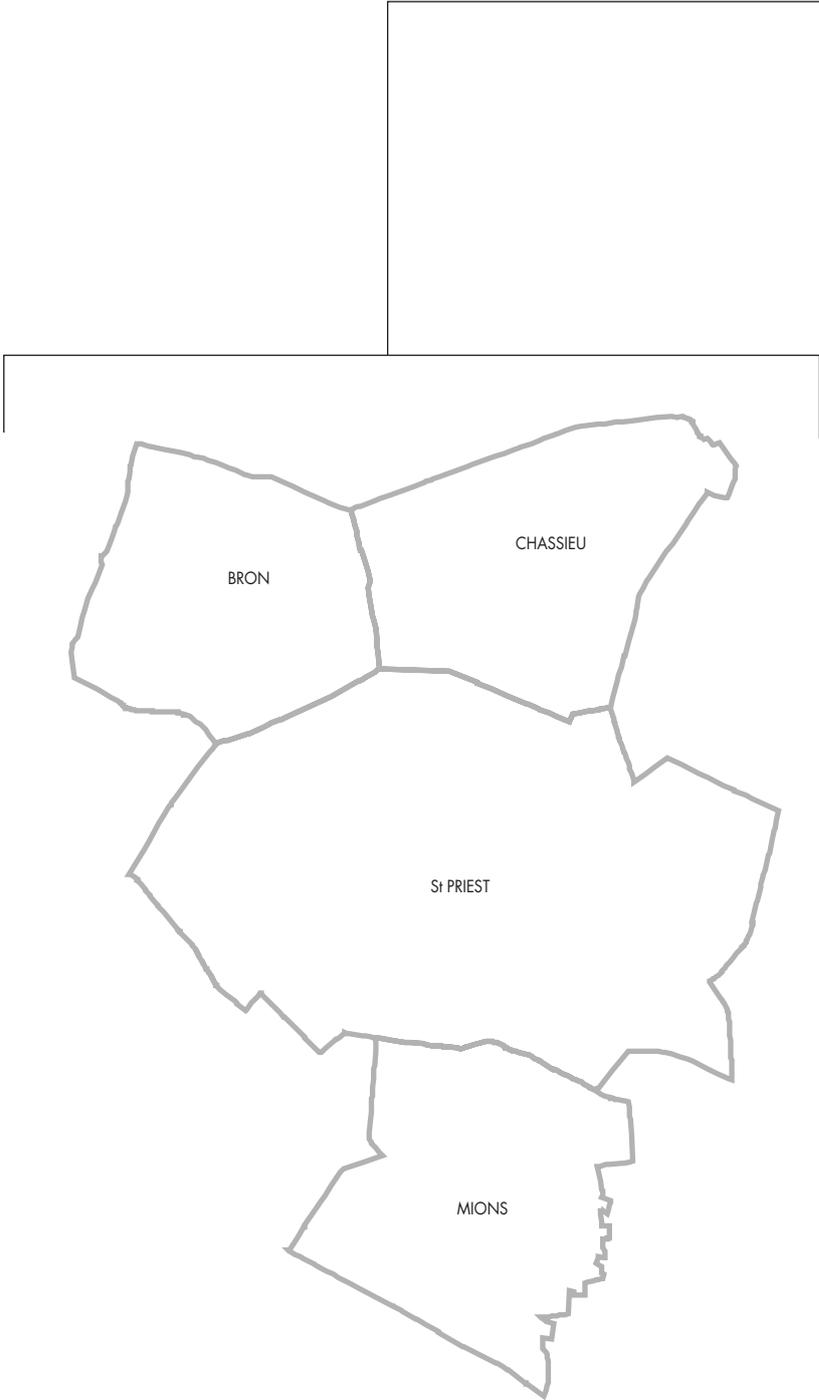
- **Stabilité et modernisation des autres sites commerciaux spécialisés :** Montée des Soldats à Caluire et Cuire, Champ du Roy à Rillieux La Pape

### Déclinaison sur les polarités

|           |   |
|-----------|---|
| Proximité | <b>Confortement</b> : maintien, dynamisation, voire densification des fonctions commerciales existantes, pouvant induire la modernisation, la restructuration et/ou la relocalisation des équipements commerciaux présents                                  |
|           | <b>Développement diversifié</b> : développement dans les centralités d'activités répondant à des besoins diversifiés, développement de nouveaux concepts commerciaux.   |
|           | <b>Diversification ciblée</b> : développement modéré de nouvelles catégories de produits en réponse à un objectif d'amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du bassin de vie, et en complémentarité avec les centralités commerciales proches |
|           | <b>Renouvellement</b> : Logique de stabilisation quantitative des polarités et priorité à la requalification des équipements commerciaux existants  |
|           | <b>Modernisation / requalification / restructuration</b> : interventions favorisant l'attractivité des pôles commerciaux vieillissant (rénovation des façades, multi-modalité, parcours piétonniers, végétalisation, traitement des espaces extérieurs...)  |







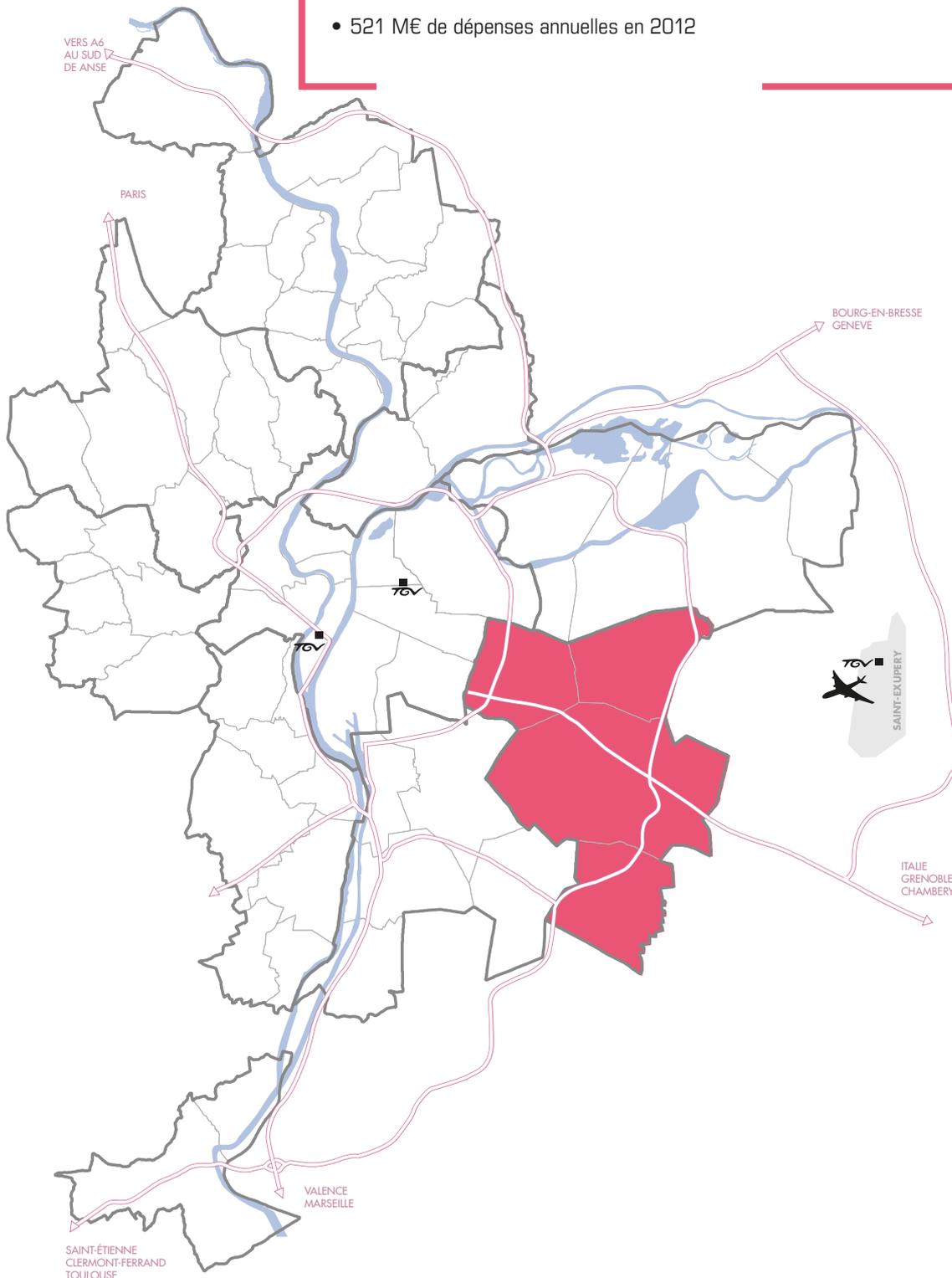


## FICHES - TERRITOIRES

# TERRITOIRE PORTE DES ALPES

### CHIFFRES - CLÉS :

- 103 753 habitants / 41 284 ménages en 2012
- 30 % de ménages d'1 personne
- 66 % de logements collectifs
- 59 commerces traditionnels pour 10 000 habitants
- 1 806 m<sup>2</sup> / 1 000 habitants de grandes et moyennes surfaces
- 1 212 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 521 M€ de dépenses annuelles en 2012



## Population

|                           | Porte des Alpes |            |            |            |           | Métropole  |           |
|---------------------------|-----------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
|                           | État des lieux  |            |            | Variations |           | Variations |           |
|                           | 1999            | 2007       | 2012       | 1999-2007  | 2007-2012 | 1999-2007  | 2007-2012 |
| <b>Nombre d'habitants</b> | 95 796          | 100 519    | 103 753    | 4,9 %      | 3,2 %     | 8,3 %      | 4,9 %     |
| <b>Nombre de ménages</b>  | 36 192          | 38 990     | 41 284     | 7,7 %      | 5,9 %     | 10,2 %     | 6,3 %     |
| <b>Taille des ménages</b> | 2,65 pers.      | 2,58 pers. | 2,51 pers. | -2,6 %     | -2,5 %    | -1,7 %     | -0,4 %    |

| Classes d'âges 2012      | Porte des Alpes | Métropole        |
|--------------------------|-----------------|------------------|
| 0 à 19 ans               | 27,2 %          | 25,2 %           |
| 20 à 39 ans              | 25,7 %          | 30,9 %           |
| 40 à 59 ans              | 25,3 %          | 23,6 %           |
| 60 à 74 ans              | 13,4 %          | 12,3 %           |
| 75 ans et plus           | 8,3 %           | 8,0 %            |
| <b>Population totale</b> | <b>103 753</b>  | <b>1 324 637</b> |

| Taille des ménages 2012          | Porte des Alpes | Métropole      |
|----------------------------------|-----------------|----------------|
| 1 personne                       | 30,3 %          | 40,0 %         |
| 2 personnes ou plus, sans enfant | 27,6 %          | 26,5 %         |
| 2 personnes ou plus, avec enfant | 42,1 %          | 33,5 %         |
| <b>Nombre total de ménages</b>   | <b>41 284</b>   | <b>593 939</b> |

| Type de logements 2012 | Porte des Alpes | Métropole      |
|------------------------|-----------------|----------------|
| Maison                 | 33,5 %          | 17,9 %         |
| Appartement            | 66,5 %          | 82,1 %         |
| <b>Total logements</b> | <b>43 927</b>   | <b>645 764</b> |

| Nombre de véhicules / ménage | Porte des Alpes | Métropole |
|------------------------------|-----------------|-----------|
| 0                            | 16,8 %          | 27,3 %    |
| 1                            | 49,0 %          | 49,6 %    |
| 2 et plus                    | 34,2 %          | 23,1 %    |

\*Source INSEE 2012

## Offre en commerces traditionnels (<300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires            | Total      | Alimentaire | Non Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne |
|------------------------|------------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>Métropole</b>       | <b>116</b> | <b>16</b>   | <b>39</b>       | <b>11</b>                 | <b>11</b>               | <b>17</b>         | <b>34</b>                | <b>28</b>              |
| <b>Porte des Alpes</b> | <b>59</b>  | <b>8</b>    | <b>14</b>       | <b>2</b>                  | <b>5</b>                | <b>8</b>          | <b>16</b>                | <b>20</b>              |
| BRON                   | 75         | 11          | 21              | 4                         | 6                       | 11                | 22                       | 21                     |
| CHASSIEU               | 100        | 9           | 29              | 2                         | 10                      | 17                | 33                       | 29                     |
| MIONS                  | 65         | 12          | 18              | 1                         | 6                       | 10                | 14                       | 22                     |
| ST PRIEST              | 30         | 4           | 4               | 0                         | 1                       | 2                 | 7                        | 16                     |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre commerciale de proximité

### Évolution 2006 – 2014 du nombre d'établissements en %

| Territoires            | Alimentaire | Supermarchés < 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne | Total |
|------------------------|-------------|--|-------------------|--------------------------|------------------------|-------|
| <b>Métropole</b>       | -0,9        | 67,0   | -15,2             | -17,3                    | 16,8                   | 4,1   |
| <b>Porte des Alpes</b> | 0,0         | 50,0   | -16,7             | 0,0                      | 14,6                   | 6,6   |

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires     | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture -<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total |
|-----------------|-------------|---|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Métropole       | 15,7        | 1,3   | 5,0                  | 3,5                         | 21,6                      | 47,1  |
| Porte des Alpes | 8,0         | 1,2   | 2,9                  | 0,9                         | 15,1                      | 28,1  |
| BRON            | 35,4        | 10,6  | 0,8                  | 3,6                         | 2,1                       | 52,5  |
| CHASSIEU        | 34,6        | 8,1   | 0,0                  | 7,1                         | 1,0                       | 50,8  |
| MIONS           | 20,8        | 12,0  | 3,2                  | 2,4                         | 0,0                       | 38,4  |
| ST PRIEST       | 17,7        | 4,4   | 1,2                  | 1,4                         | 0,0                       | 24,7  |

\* Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Offre en grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup> de vente)

#### Densité de surface de vente pour 1 000 habitants

| Territoires     | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total |
|-----------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|-------|
| Métropole       | 254         | 81                        | 246                     | 120             | 701   |
| Porte des Alpes | 379         | 97                        | 990                     | 340             | 1 806 |
| BRON            | 246         | 71                        | 1 065                   | 378             | 1 760 |
| CHASSIEU        | 339         | 0                         | 0                       | 0               | 339   |
| MIONS           | 259         | 127                       | 0                       | 0               | 386   |
| ST PRIEST       | 541         | 133                       | 1 430                   | 481             | 2 585 |

#### Évolution 2006 – 2014 de la surface de vente en m<sup>2</sup>

| Territoires     | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total   |
|-----------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|---------|
| Métropole       | 67 686      | 31 093                    | 1 170                   | 34 581          | 134 530 |
| Porte des Alpes | 5 781       | -2 037                    | 623                     | -160            | 4 207   |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Chiffre d'affaires

#### Chiffre d'affaires Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %     | Métropole        | Porte des Alpes | BRON   | CHASSIEU | MIONS  | ST PRIEST |
|--------------------------|------------------|-----------------|--------|----------|--------|-----------|
| Commerces traditionnels  | 18               | 9               | 13     | 9        | 17     | 7         |
| Commerces non sédentaire | 8                | 6               | 9      | 9        | 8      | 4         |
| Grandes Surfaces         | 73               | 84              | 78     | 80       | 73     | 88        |
| Supermarchés             | 22               | 20              | 39     | 80       | 19     | 7         |
| Discounts                | 8                | 6               | 14     | 0        | 9      | 4         |
| Hypermarchés             | 36               | 49              | 0      | 0        | 0      | 76        |
| Autres GS                | 7                | 10              | 25     | 0        | 46     | 2         |
| Autres formes            | 1                | 0               | 0      | 2        | 1      | 0         |
| <b>Total en K€</b>       | <b>3 277 826</b> | <b>343 797</b>  | 78 543 | 22 439   | 21 551 | 221 263   |

### Chiffre d'affaires Non Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %             | Métropole        | Porte des Alpes | BRON    | CHASSIEU | MIONS | ST PRIEST |
|----------------------------------|------------------|-----------------|---------|----------|-------|-----------|
| Commerces traditionnels          | 24               | 7               | 2       | 13       | 21    | 10        |
| Commerces non sédentaires        | 1                | 1               | 1       | 29       | 0     | 0         |
| Grandes Surfaces                 | 72               | 91              | 97      | 40       | 73    | 89        |
| <i>Supermarchés et discounts</i> | 3                | 2               | 2       | 37       | 6     | 1         |
| <i>Hypermarchés</i>              | 14               | 12              | 0       | 0        | 0     | 19        |
| <i>GSS</i>                       | 49               | 69              | 70      | 2        | 67    | 69        |
| <i>Autres GS</i>                 | 6                | 9               | 25      | 1        | 0     | 1         |
| Autres formes                    | 2                | 1               | 1       | 18       | 5     | 1         |
| <b>Total en K€</b>               | <b>3 897 391</b> | <b>868 380</b>  | 298 641 | 9 540    | 9 426 | 550 773   |

### Chiffre d'affaires 2011 des principaux pôles en millions d'€

| Polarités       | Alimentaire | Non Alimentaire | Total |
|-----------------|-------------|-----------------|-------|
| Porte des Alpes | 154         | 527             | 681   |
| RD306 Est       | 2           | 183             | 185   |
| St Priest       | 67          | 47              | 114   |
| Bron            | 66          | 19              | 85    |
| Chassieu        | 22          | 10              | 32    |

### Part de clientèle locale / externe dans le chiffre d'affaires

| Familles de produits      | % Clientèle locale | % Clientèle externe |
|---------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>28</b>          | <b>72</b>           |
| Alimentaire               | 52                 | 48                  |
| Équipement de la personne | 26                 | 74                  |
| Équipement de la maison   | 15                 | 85                  |
| Culture Loisirs           | 24                 | 76                  |

### Origine du chiffre d'affaires total

| Territoires     | % du chiffre d'affaires généré |
|-----------------|--------------------------------|
| Porte des Alpes | 28%                            |
| Lyon            | 21%                            |
| Hors Grand Lyon | 18%                            |
| Portes du Sud   | 10%                            |
| Autres CTM      | 23%                            |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Dépenses des ménages

### Les dépenses alimentaires

| Formes de vente en %    | Métropole        | Porte des Alpes |
|-------------------------|------------------|-----------------|
| Commerce traditionnel   | 20               | 13              |
| Commerce non sédentaire | 9                | 7               |
| Grandes Surfaces        | 68               | 78              |
| <i>Supermarchés</i>     | 23               | 27              |
| <i>Discounts</i>        | 7                | 7               |
| <i>Hypermarchés</i>     | 30               | 36              |
| <i>Autres GS</i>        | 8                | 8               |
| Vente à distance        | 1                | 1               |
| Autres formes           | 2                | 1               |
| <b>Total en k€</b>      | <b>3 200 561</b> | <b>242 355</b>  |

### Les dépenses non alimentaires

| Formes de vente en %            | Métropole        | Porte des Alpes |
|---------------------------------|------------------|-----------------|
| Commerce traditionnel           | 24               | 18              |
| Commerce non sédentaire         | 1                | 2               |
| Grandes Surfaces                | 64               | 71              |
| <i>Supermarchés / Discounts</i> | 3                | 4               |
| <i>Hypermarchés</i>             | 11               | 15              |
| <i>GSS Non Alimentaires</i>     | 43               | 43              |
| <i>Autres GS</i>                | 6                | 8               |
| Vente à distance                | 8                | 7               |
| Autres formes                   | 3                | 2               |
| <b>Total en k€</b>              | <b>3 787 390</b> | <b>279 128</b>  |

### Attraction / Évasion, en % de la dépense

| Familles de produits      | % Attraction | % Évasion |
|---------------------------|--------------|-----------|
| <b>TOTAL</b>              | 66           | 34        |
| Alimentaire               | 74           | 26        |
| Équipement de la personne | 51           | 49        |
| Équipement de la maison   | 71           | 29        |
| Culture Loisirs           | 53           | 47        |

### Destination des dépenses (en % des dépenses)

| Lieux d'achats   | Total | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|------------------|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Porte des Alpes  | 66    | 74          | 51                        | 71                      | 53              |
| Rhône Amont      | 9     | 11          | 9                         | 5                       | 9               |
| Lyon             | 8     | 2           | 22                        | 3                       | 15              |
| Vente à distance | 5     | 1           | 6                         | 6                       | 10              |
| Reste Rhône      | 5     | 6           | 3                         | 6                       | 2               |

### Indicateurs globaux

|   | Total     | Alimentaire | Non alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|---|-----------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Dépense de ménages (en K€)                              | 521 484   | 242 355     | 279 128         | 63 132                    | 107 706                 | 108 290         |
| Chiffre d'affaires des commerces (en K€)                | 1 212 177 | 343 797     | 868 380         | 122 883                   | 512 727                 | 232 770         |
| Ratio CA / Dépenses (indice base 100) – Porte des Alpes | 232,4     | 141,9       | 311,1           | 194,6                     | 476,0                   | 215,0           |
| Ratio CA / Dépenses (indice base 100) - Métropole       | 102,8     | 102,5       | 103,0           | 107,7                     | 103,1                   | 100,1           |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Bilan de l'analyse qualitative des principaux pôles commerciaux

### Centralités

Les centres villes de Bron et de St Priest présentent une offre commerciale de proximité diversifiée, avec la présence de locomotives alimentaires capables de fixer la consommation. Les espaces ont été requalifiés permettant ainsi d'améliorer l'environnement commercial. Toutefois, un phénomène de discontinuités et d'étirement commercial est à l'œuvre à St Priest mais aussi à Bron, pouvant atténuer l'attractivité du cœur de ville et les synergies entre activités.

Les centres-bourgs des autres communes du territoire présentent une offre de proximité moins diversifiée mais qui permet de répondre aux besoins de première nécessité des habitants. Ces centralités ne bénéficient pas de la présence de locomotives alimentaires, qui sont excentrées vis-à-vis du linéaire commercial principal.

De par leur positionnement sur des pénétrantes urbaines majeures, ces communes connaissent un développement peu maîtrisé d'une offre commerciale sur des logiques de flux et d'opportunités immobilières en secteur de zones d'activités, susceptibles d'atténuer l'attractivité de leur cœur de ville.

### Pôles périphériques

Les pôles commerciaux du territoire se caractérisent par un phénomène de vieillissement des équipements et de leur environnement, et par des conditions d'accès perfectibles en raison de la saturation des axes routiers et des faibles alternatives en matière de moyens d'accès (transports en commun, liaisons modes doux). Sur la RD306 Est, un développement commercial progressif, par opportunité et sans logique d'ensemble, a conduit à l'émergence d'un linéaire commercial dense mais peu qualitatif et très peu intégré à son environnement.

Le centre commercial des Galeries Lafayette, vieillissant d'un point de vue esthétique, est concerné par un projet de développement et de restructuration en parallèle du réaménagement urbain de l'entrée Est de Lyon : ce site se distingue par une accessibilité TC performantes (métro, et bientôt tramway) et une inscription dans un environnement urbain dense.

## Orientations stratégiques

### Enjeux :

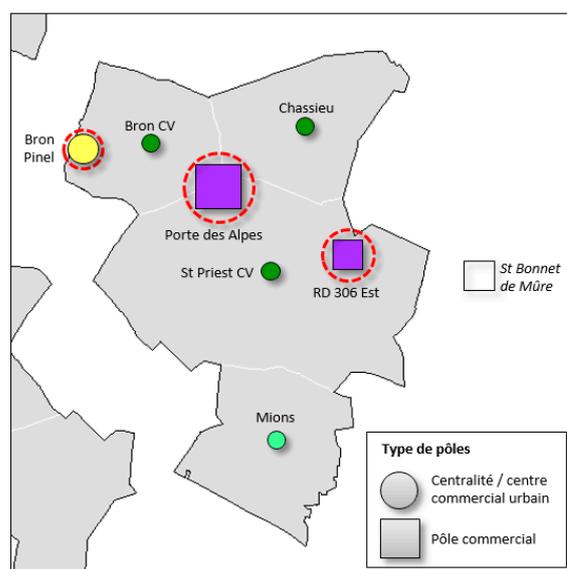
- Conforter l'offre de proximité dans les centralités pour répondre aux besoins de première nécessité
- Assurer la pérennité ou le renforcement de centres villes commerçants affirmés, distincts des centralités de quartier, en lien avec le poids démographique actuel et futur des communes.
- Moderniser et restructurer les sites commerciaux périphériques, dans une logique de qualification des entrées de ville et de maintien de leur attractivité

## Principes de développement :

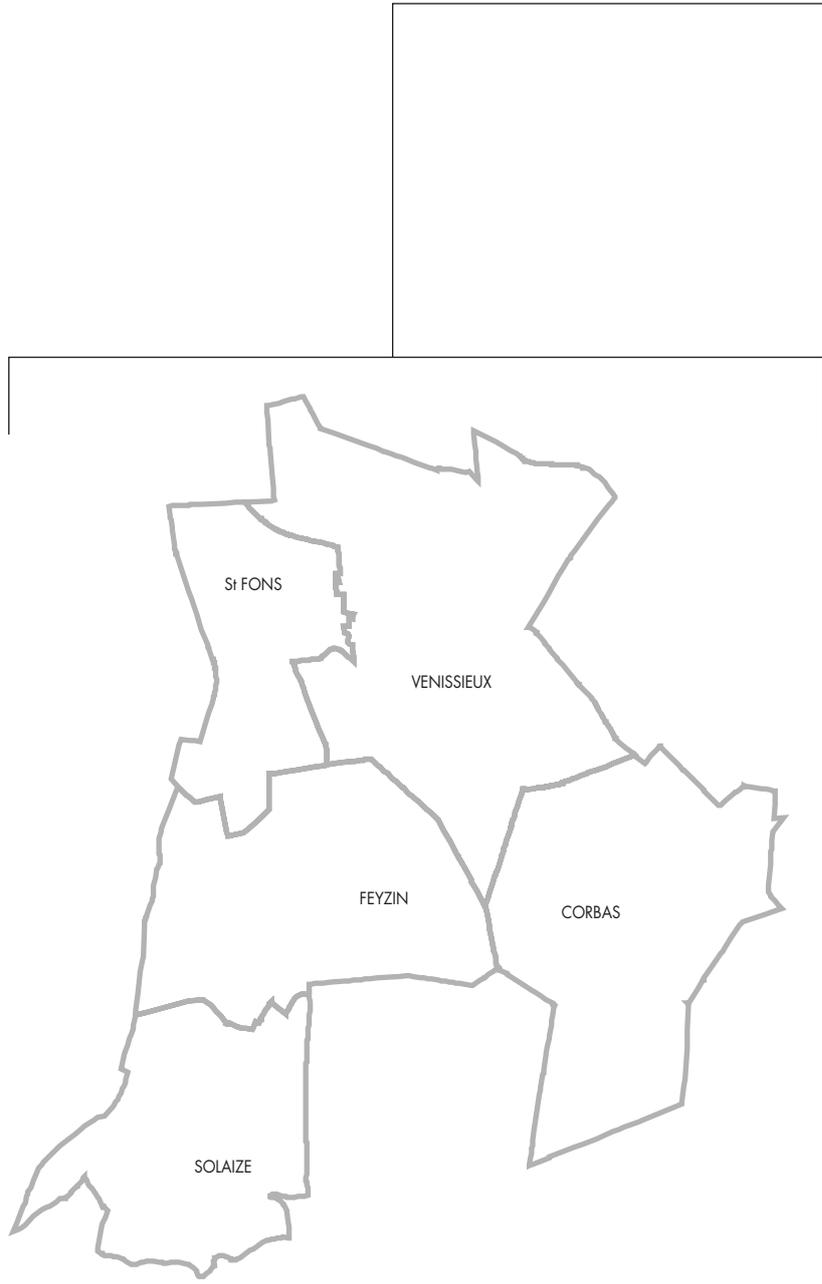
- **Densification de l'offre de proximité sur les centralités de quartiers, existants ou émergents**
- **Renforcement des centre - villes en réponse aux besoins courants et occasionnels** : alimentaire, services à la personne, équipement de la personne, bien culturels et de loisirs, décoration. Le maintien voire le renforcement des flux commerciaux en centres villes pourra notamment justifier le transfert (avec extension éventuelle) des locomotives commerciales existantes mais excentrées, notamment sur Chassieu ou Mions.
- **Mise en œuvre du projet de restructuration / extension du centre commercial Galeries Lafayette à Bron Pinel (autorisé en CDAC)**
- **Pas d'enjeu de renforcement et de diversification accrue des pôles périphériques** : les évolutions devront porter en priorité sur la modernisation des équipements existant (rénovation, adaptation des concepts marchands) et de leur environnement, notamment un renouvellement des équipements sur Porte des Alpes sur les sites de Champ du Pont (suite au départ d'IKEA et de Leroy Merlin) et de Bron Aviation (relocalisation Castorama).
- **Développement commercial à exclure sur les principales pénétrantes routières, hors tissu urbain constitué** : RD306, RD318, RD29

## Déclinaison sur les polarités

|           |   |
|-----------|---|
| Proximité | <b>Confortement</b> : maintien, dynamisation, voire densification des fonctions commerciales existantes, pouvant induire la modernisation, la restructuration et/ou la relocalisation des équipements commerciaux présents                                  |
|           | <b>Développement diversifié</b> : développement dans les centralités d'activités répondant à des besoins diversifiés, développement de nouveaux concepts commerciaux.   |
|           | <b>Diversification ciblée</b> : développement modéré de nouvelles catégories de produits en réponse à un objectif d'amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du bassin de vie, et en complémentarité avec les centralités commerciales proches |
|           | <b>Renouvellement</b> : Logique de stabilisation quantitative des polarités et priorité à la requalification des équipements commerciaux existants  |
|           | <b>Modernisation / requalification / restructuration</b> : interventions favorisant l'attractivité des pôles commerciaux vieillissant (rénovation des façades, multi-modalité, parcours piétonniers, végétalisation, traitement des espaces extérieurs...)  |







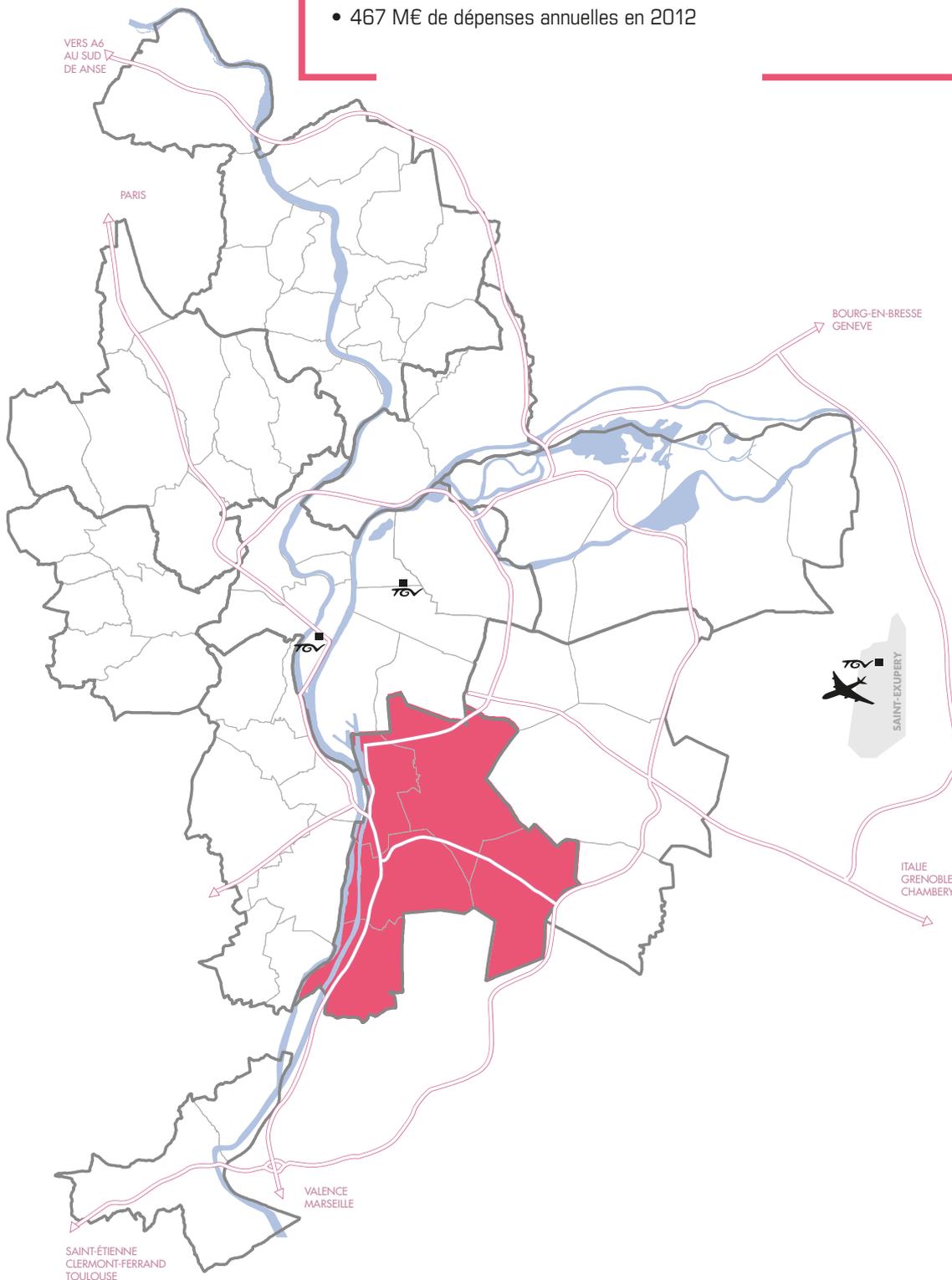


## FICHES - TERRITOIRES

# TERRITOIRE PORTES DU SUD

### CHIFFRES - CLÉS :

- 101 970 habitants / 38 979 ménages en 2012
- 31 % de ménages d'1 personne
- 73 % de logements collectifs
- 72 commerces traditionnels pour 10 000 habitants
- 344 m<sup>2</sup> / 1 000 habitants de grandes et moyennes surfaces
- 393 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 467 M€ de dépenses annuelles en 2012



## Population

|                           | Portes du Sud  |            |            |            |           | Métropole  |           |
|---------------------------|----------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
|                           | État des lieux |            |            | Variations |           | Variations |           |
|                           | 1999           | 2007       | 2012       | 1999-2007  | 2007-2012 | 1999-2007  | 2007-2012 |
| <b>Nombre d'habitants</b> | 89 348         | 95 393     | 101 970    | 6,8 %      | 6,9 %     | 8,3 %      | 4,9 %     |
| <b>Nombre de ménages</b>  | 33 408         | 36 485     | 38 979     | 9,2 %      | 6,8 %     | 10,2 %     | 6,3 %     |
| <b>Taille des ménages</b> | 2,67 pers.     | 2,61 pers. | 2,62 pers. | -2,2 %     | 0,1 %     | -1,7 %     | -0,4 %    |

| Classes d'âges 2012      | Portes du Sud  | Métropole        |
|--------------------------|----------------|------------------|
| 0 à 19 ans               | 29,8 %         | 25,2 %           |
| 20 à 39 ans              | 26,8 %         | 30,9 %           |
| 40 à 59 ans              | 24,2 %         | 23,6 %           |
| 60 à 74 ans              | 12,2 %         | 12,3 %           |
| 75 ans et plus           | 7,1 %          | 8,0 %            |
| <b>Population totale</b> | <b>101 970</b> | <b>1 324 637</b> |

| Taille des ménages 2012          | Portes du Sud | Métropole      |
|----------------------------------|---------------|----------------|
| 1 personne                       | 30,9 %        | 40,0 %         |
| 2 personnes ou plus, sans enfant | 23,0 %        | 26,5 %         |
| 2 personnes ou plus, avec enfant | 46,1 %        | 33,5 %         |
| <b>Nombre total de ménages</b>   | <b>38 979</b> | <b>593 939</b> |

| Type de logements 2012 | Portes du Sud | Métropole      |
|------------------------|---------------|----------------|
| Maison                 | 26,5 %        | 17,9 %         |
| Appartement            | 73,5 %        | 82,1 %         |
| <b>Total logements</b> | <b>40 694</b> | <b>645 764</b> |

| Nombre de véhicules / ménage | Portes du Sud | Métropole |
|------------------------------|---------------|-----------|
| 0                            | 23,8 %        | 27,3 %    |
| 1                            | 50,2 %        | 49,6 %    |
| 2 et plus                    | 26,0 %        | 23,1 %    |

\*Source INSEE 2012

## Offre en commerces traditionnels (<300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires          | Total      | Alimentaire | Non Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne |
|----------------------|------------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>Métropole</b>     | <b>116</b> | <b>16</b>   | <b>39</b>       | <b>11</b>                 | <b>11</b>               | <b>17</b>         | <b>34</b>                | <b>28</b>              |
| <b>Portes du Sud</b> | <b>72</b>  | <b>14</b>   | <b>17</b>       | <b>3</b>                  | <b>4</b>                | <b>10</b>         | <b>21</b>                | <b>20</b>              |
| CORBAS               | 77         | 15          | 15              | 3                         | 4                       | 8                 | 21                       | 26                     |
| FEYZIN               | 56         | 6           | 16              | 4                         | 6                       | 5                 | 15                       | 20                     |
| SOLAIZE              | 67         | 7           | 10              | 0                         | 0                       | 10                | 30                       | 20                     |
| ST FONTS             | 101        | 18          | 22              | 6                         | 5                       | 11                | 34                       | 27                     |
| VENISSIEUX           | 64         | 13          | 16              | 2                         | 4                       | 10                | 18                       | 17                     |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre commerciale de proximité

### Évolution 2006 – 2014 du nombre d'établissements en %

| Territoires          | Alimentaire | Supermarchés < 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne | Total |
|----------------------|-------------|--|-------------------|--------------------------|------------------------|-------|
| <b>Métropole</b>     | -0,9        | 67,0   | -15,2             | -17,3                    | 16,8                   | 4,1   |
| <b>Portes du Sud</b> | 17,9        | 50,0   | 0,0               | -9,1                     | 18,4                   | 14,9  |

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires   | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture -<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total |
|---------------|-------------|---|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Métropole     | 15,7        | 1,3   | 5,0                  | 3,5                         | 21,6                      | 47,1  |
| Portes du Sud | 13,5        | 0,9   | 3,3                  | 2,0                         | 15,8                      | 35,5  |
| CORBAS        | 31,9        | 15,5  | 0,0                  | 5,5                         | 0,9                       | 53,8  |
| FEYZIN        | 28,8        | 6,4   | 1,1                  | 4,3                         | 1,1                       | 41,7  |
| SOLAIZE       | 26,8        | 6,7   | 0,0                  | 6,7                         | 6,7                       | 46,9  |
| ST FONS       | 43,2        | 18,2  | 1,1                  | 2,8                         | 5,7                       | 71    |
| VENISSIEUX    | 27,4        | 13,1  | 1,0                  | 2,8                         | 1,0                       | 45,3  |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Offre en grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup> de vente)

#### Densité de surface de vente pour 1000 habitants

| Territoires   | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total |
|---------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|-------|
| Métropole     | 254         | 81                        | 246                     | 120             | 701   |
| Portes du Sud | 292         | 3                         | 41                      | 8               | 344   |
| CORBAS        | 256         | 0                         | 0                       | 0               | 256   |
| FEYZIN        | 51          | 0                         | 0                       | 0               | 51    |
| ST FONS       | 178         | 0                         | 68                      | 0               | 246   |
| VENISSIEUX    | 379         | 5                         | 49                      | 14              | 447   |

#### Évolution 2006 – 2014 de la surface de vente en m<sup>2</sup>

| Territoires   | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total   |
|---------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|---------|
| Métropole     | 67 686      | 31 093                    | 1 170                   | 34 581          | 134 530 |
| Portes du Sud | 440         | 0                         | -1 480                  | 0               | -1 040  |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Chiffre d'affaires

#### Chiffre d'affaires Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %     | Métropole        | Portes du Sud  | CORBAS        | FEYZIN       | VENISSIEUX     | ST FONS       | SOLAIZE      |
|--------------------------|------------------|----------------|---------------|--------------|----------------|---------------|--------------|
| Commerces traditionnels  | 18               | 11             | 12            | 17           | 9              | 14            | 76           |
| Commerces non sédentaire | 8                | 7              | 1             | 5            | 7              | 14            | 7            |
| Grandes Surfaces         | 73               | 81             | 82            | 76           | 84             | 71            | 0            |
| Supermarchés             | 22               | 23             | 82            | 76           | 14             | 29            | 0            |
| Discounts                | 8                | 9              | 0             | 0            | 6              | 40            | 0            |
| Hypermarchés             | 36               | 47             | 0             | 0            | 62             | 0             | 0            |
| Autres GS                | 7                | 2              | 0             | 0            | 2              | 1             | 0            |
| Autres formes            | 1                | 1              | 5             | 2            | 0              | 2             | 17           |
| <b>Total en K€</b>       | <b>3 277 826</b> | <b>265 816</b> | <b>24 197</b> | <b>7 349</b> | <b>203 087</b> | <b>28 133</b> | <b>3 051</b> |

### Chiffre d'affaires Non Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %             | Métropole        | Portes du Sud  | CORBAS       | FEYZIN       | VENISSIEUX     | ST FONTS      | SOLAIZE         |
|----------------------------------|------------------|----------------|--------------|--------------|----------------|---------------|-----------------|
| Commerces traditionnels          | 24               | 13             | 17           | 27           | 9              | 57            | 85              |
| Commerces non sédentaires        | 1                | 4              | 2            | 1            | 4              | 5             | 2               |
| Grandes Surfaces                 | 72               | 73             | 55           | 47           | 79             | 33            | 8               |
| <i>Supermarchés et discounts</i> | 3                | 9              | 55           | 43           | 4              | 31            | 0               |
| <i>Hypermarchés</i>              | 14               | 48             | 0            | 0            | 55             | 0             | 0               |
| GSS                              | 49               | 13             | 0            | 3            | 15             | 1             | 0               |
| Autres GS                        | 6                | 4              | 0            | 0            | 4              | 0             | 8               |
| Autres formes                    | 2                | 10             | 26           | 26           | 9              | 6             | 5               |
| <b>Total en K€</b>               | <b>3 897 391</b> | <b>126 688</b> | <b>4 578</b> | <b>1 758</b> | <b>109 530</b> | <b>10 746</b> | <b>&lt;1000</b> |

### Chiffre d'affaires 2011 des principaux pôles en millions d'€

| Polarités         | Alimentaire | Non Alimentaire | Total |
|-------------------|-------------|-----------------|-------|
| Vénissieux Puisoz | 129         | 83              | 212   |
| Reste Vénissieux  | 74          | 27              | 101   |
| St Fons           | 28          | 11              | 39    |
| Corbas            | 24          | 5               | 29    |
| Feyzin            | 7           | 2               | 9     |

### Part de clientèle locale / externe dans le chiffre d'affaires

| Familles de produits      | % Clientèle locale | % Clientèle externe |
|---------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>53</b>          | <b>47</b>           |
| Alimentaire               | 57                 | 43                  |
| Équipement de la personne | 53                 | 47                  |
| Équipement de la maison   | 41                 | 59                  |
| Culture Loisirs           | 43                 | 57                  |

### Origine du chiffre d'affaires total

| Territoires     | % du chiffre d'affaires généré |
|-----------------|--------------------------------|
| Porte du Sud    | 53%                            |
| Lyon            | 27%                            |
| Hors Grand Lyon | 7%                             |
| Villeurbanne    | 5%                             |
| Autres CTM      | 8%                             |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Dépenses des ménages

### Les dépenses alimentaires

| Formes de vente en %    | Métropole        | Portes du Sud  |
|-------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel   | 20               | 16             |
| Commerce non sédentaire | 9                | 10             |
| Grandes Surfaces        | 68               | 71             |
| <i>Supermarchés</i>     | 23               | 24             |
| <i>Discounts</i>        | 7                | 11             |
| <i>Hypermarchés</i>     | 30               | 32             |
| <i>Autres GS</i>        | 8                | 4              |
| Vente à distance        | 1                | 1              |
| Autres formes           | 2                | 2              |
| <b>Total en k€</b>      | <b>3 200 561</b> | <b>220 250</b> |

### Les dépenses non alimentaires

| Formes de vente en %            | Métropole        | Portes du Sud  |
|---------------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel           | 24               | 21             |
| Commerce non sédentaire         | 1                | 2              |
| Grandes Surfaces                | 64               | 65             |
| <i>Supermarchés / Discounts</i> | 3                | 4              |
| <i>Hypermarchés</i>             | 11               | 15             |
| <i>GSS Non Alimentaires</i>     | 43               | 40             |
| <i>Autres GS</i>                | 6                | 5              |
| Vente à distance                | 8                | 9              |
| Autres formes                   | 3                | 3              |
| <b>Total en k€</b>              | <b>3 787 390</b> | <b>246 992</b> |

### Attraction / Évasion, en % de la dépense

| Familles de produits      | % Attraction | % Évasion |
|---------------------------|--------------|-----------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>44</b>    | <b>56</b> |
| Alimentaire               | 69           | 31        |
| Équipement de la personne | 40           | 60        |
| Équipement de la maison   | 53           | 47        |
| Culture Loisirs           | 29           | 71        |

### Destination des dépenses (en % des dépenses)

| Lieux d'achats   | Total | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|------------------|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Portes du Sud    | 44    | 69          | 13                        | 21                      | 29              |
| Porte des Alpes  | 26    | 14          | 25                        | 53                      | 27              |
| Lyon             | 13    | 6           | 40                        | 4                       | 20              |
| Vente à distance | 5     | 1           | 10                        | 5                       | 12              |
| Reste France     | 4     | 3           | 4                         | 4                       | 5               |

### Indicateurs globaux

|  | Total   | Alimentaire | Non alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|--|---------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Dépense de ménages (en K€)                           | 467 242 | 220 250     | 246 992         | 56 904                    | 93 829                  | 96 260          |
| Chiffre d'affaires des commerces (en K€)             | 392 504 | 265 816     | 126 688         | 13 644                    | 48 043                  | 65 000          |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) – Portes du Sud | 84,0    | 120,7       | 51,3            | 24,0                      | 51,2                    | 67,5            |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) - Métropole     | 102,8   | 102,5       | 103,0           | 107,7                     | 103,1                   | 100,1           |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Bilan de l'analyse qualitative des principaux pôles commerciaux

### Centralités

Le centre ancien de Vénissieux bénéficie d'un cadre globalement qualitatif (requalification de la place centrale, modernisation des devantures commerciales, mobiliers urbains modernes, développement des espaces piétons). Une offre commerciale de proximité est présente, au contact d'une locomotive alimentaire, et est complétée par quelques boutiques d'équipement de la personne, mais on constate toutefois un phénomène de vacance, signe d'une perte de dynamisme. Ce site se situe à l'écart des principaux axes de transit de la commune et souffre d'une visibilité perfectible qui atténue son attractivité : de ce fait il rayonne sur une zone de chalandise peu étendue, ce qui impacte directement son dynamisme économique. Parallèlement, le centre commerçant des Minguettes a bénéficié d'un programme massif de renouvellement urbain, ayant permis de restructurer et requalifier l'offre commerciale et de favoriser une attractivité nouvelle pour ce site (Vénissy).

Le centre-ville de Saint Fons bénéficie d'une offre commerciale dont la zone de chalandise dépasse le périmètre communal. Les activités bénéficient d'une forte visibilité, au contact direct des flux, étant donné l'organisation « en carrefour » des linéaires commerciaux et leur continuité. La diversité et l'attractivité commerciale tendent toutefois à se fragiliser : cessation d'activité de commerces historiques, implantation d'activités de service et de restauration similaires, augmentation de la vacance commerciale. On peut noter également le caractère excentré de certaines enseignes alimentaires, qui participent par conséquent peu à la fréquentation du centre-ville.

Les autres communes du territoire disposent de centres-bourgs proposant une réponse aux besoins courants. La densité et la diversité de leur offre sont corrélées au poids démographique de ces communes. La centralité est toutefois plus affirmée sur Feyzin et St Fons, au regard de leur poids démographique et de leur localisation sur des axes de passage historiques, tandis qu'elle est réduite sur Solaize, et éclatée sur Corbas sur 3 sites distincts, sous l'effet d'un développement urbain relativement récent et étalé.

### Pôles périphériques

Le pôle commercial du Puisoz présente aujourd'hui une offre commerciale qui s'est développée selon une logique d'opportunité foncière et immobilière. Les conditions d'accessibilité et la lisibilité de l'offre sont aujourd'hui peu satisfaisantes.

## Orientations stratégiques

### Enjeux :

- Maintenir l'attractivité des centres-bourg et centres de quartiers en matière d'offre commerciale de proximité en évitant le développement d'une offre de proximité sur les axes de flux et à l'écart des lieux de centralité.
- Redynamiser et requalifier les centralités de quartiers vieillissantes au sein des quartiers en politique de la ville.

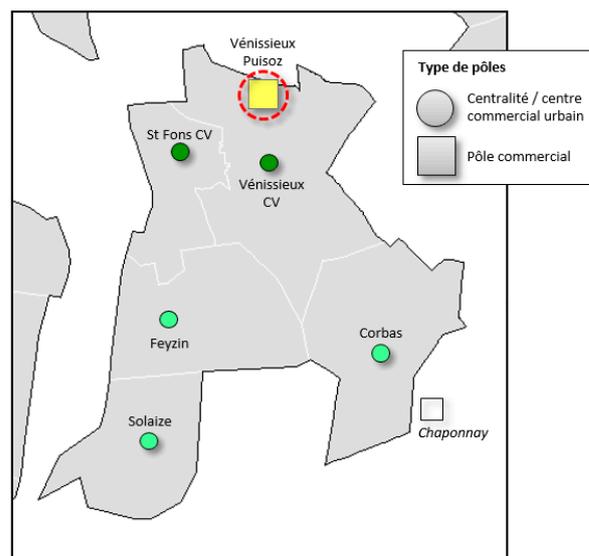
- Favoriser le maintien voire la diversification des centres villes principaux (Vénissieux, St Fons) sur des fonctions commerciales diversifiées, en cohérence avec le poids démographique des communes concernées.
- Mieux répondre aux besoins des consommateurs sur certaines lacunes commerciales à l'échelle du bassin de vie.

### Les principes de développement :

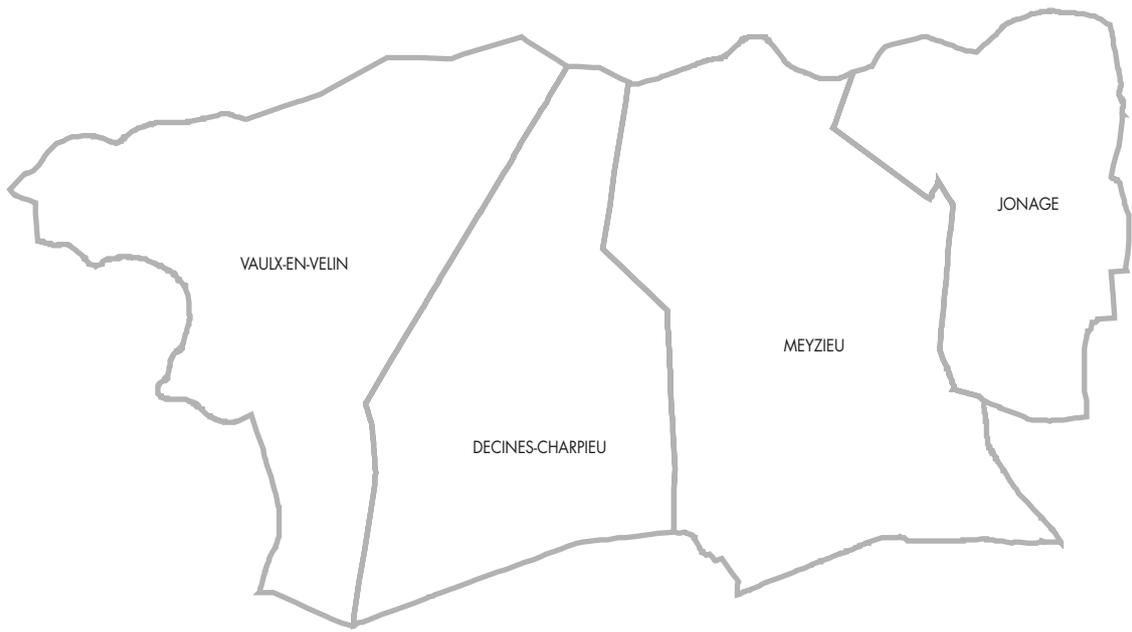
- **Confortement des centralités commerciales existantes** : densification de l'offre de proximité et modernisation / restructuration voire relocalisation des locomotives commerciales existantes (Corbas, St Fons, Vénissieux) en cœur ou en accroche des centralités urbaines. L'émergence de nouvelles polarités commerciales de proximité devra s'inscrire en accompagnement de projets de développement urbain générateurs de besoins commerciaux supplémentaires (ex. : projets Puisoz et Urbagare à Vénissieux).
- **Diversification (et rééquilibrage territorial) par l'implantation de grands et moyens formats non alimentaires**:
  - Mise en œuvre du projet « Grand Parilly » (transfert – extension Leroy Merlin – IKEA), conduisant au renforcement sur :
    - le bricolage – jardinage
    - le mobilier – décoration
    - le brun / blanc / gris
  - Renforcement de l'équipement de la personne et des biens culturels en priorité sur Vénissieux Centre, Vénissieux et Saint Fons Centre.

### Déclinaison sur les polarités

|           |   |
|-----------|---|
| Proximité | <b>Confortement</b> : maintien, dynamisation, voire densification des fonctions commerciales existantes, pouvant induire la modernisation, la restructuration et/ou la relocalisation des équipements commerciaux présents                                  |
|           | <b>Développement diversifié</b> : développement dans les centralités d'activités répondant à des besoins diversifiés, développement de nouveaux concepts commerciaux.   |
|           | <b>Diversification ciblée</b> : développement modéré de nouvelles catégories de produits en réponse à un objectif d'amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du bassin de vie, et en complémentarité avec les centralités commerciales proches |
|           | <b>Renouvellement</b> : Logique de stabilisation quantitative des polarités et priorité à la requalification des équipements commerciaux existants  |
|           | <b>Modernisation / requalification / restructuration</b> : interventions favorisant l'attractivité des pôles commerciaux vieillissant (rénovation des façades, multi-modalité, parcours piétonniers, végétalisation, traitement des espaces extérieurs...)  |







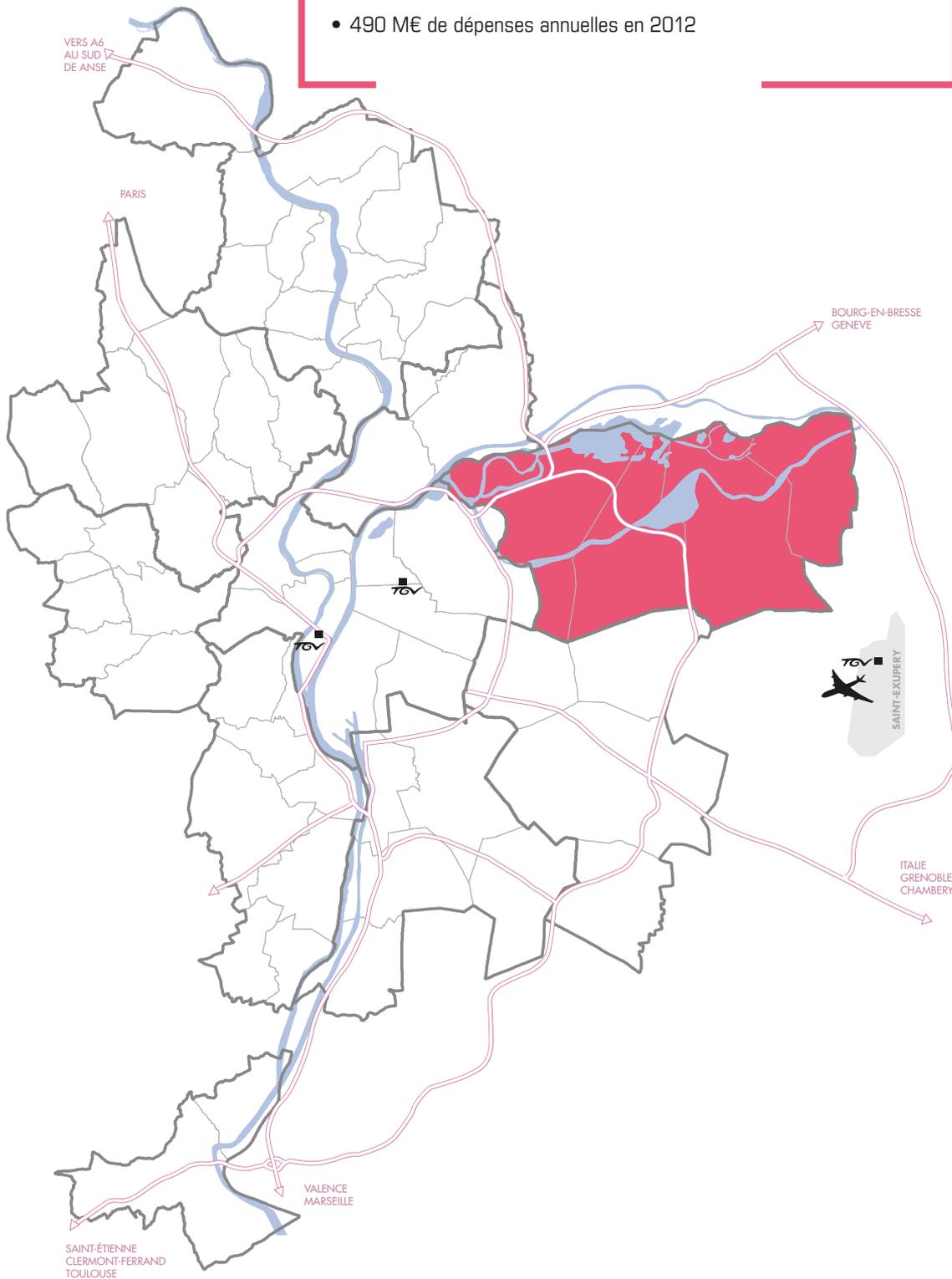


FICHES - TERRITOIRES

# TERRITOIRE RHÔNE AMONT

## CHIFFRES - CLÉS :

- 106 606 habitants / 40 367 ménages en 2012
- 28 % de ménages d'1 personne
- 60 % de logements collectifs
- 65 commerces traditionnels pour 10 000 habitants
- 838 m<sup>2</sup> / 1 000 habitants de grandes et moyennes surfaces
- 480 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 490 M€ de dépenses annuelles en 2012



## Population

|                           | Rhône Amont    |            |            |            |           | Métropole  |           |
|---------------------------|----------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
|                           | État des lieux |            |            | Variations |           | Variations |           |
|                           | 1999           | 2007       | 2012       | 1999-2007  | 2007-2012 | 1999-2007  | 2007-2012 |
| <b>Nombre d'habitants</b> | 94 772         | 100 359    | 106 606    | 5,9 %      | 6,2 %     | 8,3 %      | 4,9 %     |
| <b>Nombre de ménages</b>  | 33 352         | 36 540     | 40 367     | 9,6 %      | 10,5 %    | 10,2 %     | 6,3 %     |
| <b>Taille des ménages</b> | 2,84 pers.     | 2,75 pers. | 2,64 pers. | -3,3 %     | -3,8 %    | -1,7 %     | -0,4 %    |

| Classes d'âges 2012      | Rhône Amont    | Métropole        |
|--------------------------|----------------|------------------|
| 0 à 19 ans               | 29,4 %         | 25,2 %           |
| 20 à 39 ans              | 25,7 %         | 30,9 %           |
| 40 à 59 ans              | 24,7 %         | 23,6 %           |
| 60 à 74 ans              | 13,0 %         | 12,3 %           |
| 75 ans et plus           | 7,1 %          | 8,0 %            |
| <b>Population totale</b> | <b>106 606</b> | <b>1 324 637</b> |

| Taille des ménages 2012          | Rhône Amont   | Métropole      |
|----------------------------------|---------------|----------------|
| 1 personne                       | 28,0 %        | 40,0 %         |
| 2 personnes ou plus, sans enfant | 25,9 %        | 26,5 %         |
| 2 personnes ou plus, avec enfant | 46,1 %        | 33,5 %         |
| <b>Nombre total de ménages</b>   | <b>40 367</b> | <b>593 939</b> |

| Type de logements 2012 | Rhône Amont   | Métropole      |
|------------------------|---------------|----------------|
| Maison                 | 40,4 %        | 17,9 %         |
| Appartement            | 59,6 %        | 82,1 %         |
| <b>Total logements</b> | <b>42 473</b> | <b>645 764</b> |

| Nombre de véhicules / ménage | Rhône Amont | Métropole |
|------------------------------|-------------|-----------|
| 0                            | 18,9 %      | 27,3 %    |
| 1                            | 48,9 %      | 49,6 %    |
| 2 et plus                    | 32,2 %      | 23,1 %    |

\*Source INSEE 2012

## Offre en commerces traditionnels (<300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires        | Total      | Alimentaire | Non Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne |
|--------------------|------------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>Métropole</b>   | <b>116</b> | <b>16</b>   | <b>39</b>       | <b>11</b>                 | <b>11</b>               | <b>17</b>         | <b>34</b>                | <b>28</b>              |
| <b>Rhône Amont</b> | <b>65</b>  | <b>11</b>   | <b>19</b>       | <b>4</b>                  | <b>6</b>                | <b>9</b>          | <b>15</b>                | <b>20</b>              |
| DECINES CHARPIEU   | 38         | 6           | 4               | 0                         | 0                       | 4                 | 7                        | 21                     |
| JONAGE             | 66         | 12          | 15              | 0                         | 7                       | 9                 | 14                       | 24                     |
| MEYZIEU            | 67         | 11          | 16              | 3                         | 4                       | 10                | 15                       | 24                     |
| VAULX EN VELIN     | 77         | 14          | 29              | 8                         | 10                      | 11                | 19                       | 15                     |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre commerciale de proximité

### Évolution 2006 – 2014 du nombre d'établissements en %

| Territoires        | Alimentaire | Supermarchés < 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne | Total |
|--------------------|-------------|--|-------------------|--------------------------|------------------------|-------|
| <b>Métropole</b>   | -0,9        | 67,0   | -15,2             | -17,3                    | 16,8                   | 4,1   |
| <b>Rhône Amont</b> | 11,0        | 9,1  | -3,3              | -40,0                    | 23,0                   | 13,2  |

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires      | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture -<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total |
|------------------|-------------|---|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Métropole        | 15,7        | 1,3   | 5,0                  | 3,5                         | 21,6                      | 47,1  |
| Rhône Amont      | 11,4        | 1,1   | 2,7                  | 0,6                         | 15,6                      | 31,4  |
| DECINES CHARPIEU | 25,3        | 6,3   | 1,5                  | 2,6                         | 0,0                       | 35,7  |
| JONAGE           | 27,4        | 12,0  | 1,7                  | 3,4                         | 1,7                       | 46,2  |
| MEYZIEU          | 32,4        | 11,1  | 0,6                  | 3,2                         | 1,0                       | 48,3  |
| VAULX EN VELIN   | 24,7        | 14,1  | 1,1                  | 2,3                         | 0,5                       | 42,7  |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Offre en grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup> de vente)

#### Densité de surface de vente pour 1 000 habitants

| Territoires      | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total |
|------------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|-------|
| Métropole        | 254         | 81                        | 246                     | 120             | 701   |
| Rhône Amont      | 321         | 92                        | 141                     | 284             | 838   |
| DECINES CHARPIEU | 225         | 29                        | 199                     | 74              | 527   |
| JONAGE           | 390         | 0                         | 0                       | 0               | 390   |
| MEYZIEU          | 296         | 50                        | 14                      | 128             | 488   |
| VAULX EN VELIN   | 376         | 170                       | 209                     | 549             | 1 304 |

#### Évolution 2006 – 2014 de surface de vente en m<sup>2</sup>

| Territoires | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total   |
|-------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|---------|
| Métropole   | 67 686      | 31 093                    | 1 170                   | 34 581          | 134 530 |
| Rhône Amont | 4 985       | 6 340                     | 4 877                   | 22 280          | 38 482  |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Chiffre d'affaires

#### Chiffre d'affaires Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %     | Métropole        | Rhône Amont    | DECINES CHARPIEU | JONAGE        | MEYZIEU       | VAULX EN VELIN |
|--------------------------|------------------|----------------|------------------|---------------|---------------|----------------|
| Commerces traditionnels  | 18               | 12             | 11               | 19            | 9             | 14             |
| Commerces non sédentaire | 8                | 6              | 8                | 0             | 6             | 6              |
| Grandes Surfaces         | 73               | 81             | 81               | 81            | 85            | 78             |
| Supermarchés             | 22               | 16             | 29               | 64            | 13            | 9              |
| Discounts                | 8                | 12             | 28               | 17            | 8             | 8              |
| Hypermarchés             | 36               | 43             | 0                | 0             | 64            | 49             |
| Autres GS                | 7                | 10             | 24               | 0             | 0             | 12             |
| Autres formes            | 1                | 1              | 0                | 0             | 0             | 1              |
| <b>Total en K€</b>       | <b>3 277 826</b> | <b>263 719</b> | <b>42 964</b>    | <b>14 192</b> | <b>85 021</b> | <b>121 542</b> |

### Chiffre d'affaires Non Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %             | Métropole        | Rhône Amont    | DECINES CHARPIEU | JONAGE       | MEYZIEU       | VAULX EN VELIN |
|----------------------------------|------------------|----------------|------------------|--------------|---------------|----------------|
| Commerces traditionnels          | 24               | 21             | 34               | 11           | 14            | 21             |
| Commerces non sédentaires        | 1                | 3              | 3                | 0            | 2             | 3              |
| Grandes Surfaces                 | 72               | 73             | 56               | 70           | 82            | 73             |
| <i>Supermarchés et discounts</i> | 3                | 4              | 10               | 70           | 4             | 2              |
| <i>Hypermarchés</i>              | 14               | 19             | 0                | 0            | 41            | 16             |
| GSS                              | 49               | 48             | 42               | 0            | 36            | 53             |
| <i>Autres GS</i>                 | 6                | 2              | 4                | 0            | 1             | 1              |
| Autres formes                    | 2                | 4              | 7                | 19           | 2             | 3              |
| <b>Total en K€</b>               | <b>3 897 391</b> | <b>216 724</b> | <b>20 849</b>    | <b>3 322</b> | <b>39 329</b> | <b>153 224</b> |

### Chiffre d'affaires des principaux pôles en millions d'€

| Polarités           | Alimentaire | Non Alimentaire | Total |
|---------------------|-------------|-----------------|-------|
| Sept Chemins        | 82          | 44              | 126   |
| Carré de Soie       | 2           | 87              | 89    |
| Montout Peyssillieu | 48          | 30              | 78    |
| Vaulx en Velin Nord | 51          | 23              | 74    |
| Décines             | 29          | 13              | 42    |

### Part de clientèle locale / externe dans le chiffre d'affaires

| Familles de produits      | % Clientèle locale | % Clientèle externe |
|---------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>57</b>          | <b>43</b>           |
| Alimentaire               | 69                 | 31                  |
| Équipement de la personne | 43                 | 57                  |
| Équipement de la maison   | 41                 | 59                  |
| Culture Loisirs           | 45                 | 55                  |

### Origine du chiffre d'affaires total

| Territoires     | % du chiffre d'affaires généré |
|-----------------|--------------------------------|
| Rhône Amont     | 57%                            |
| Villeurbanne    | 15%                            |
| Porte des Alpes | 10%                            |
| Hors Grand Lyon | 9%                             |
| Autres CTM      | 9%                             |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Dépenses des ménages

### Les dépenses alimentaires

| Formes de vente en %    | Métropole        | Rhône Amont    |
|-------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel   | 20               | 14             |
| Commerce non sédentaire | 9                | 7              |
| Grandes Surfaces        | 68               | 76             |
| <i>Supermarchés</i>     | 23               | 18             |
| <i>Discounts</i>        | 7                | 12             |
| <i>Hypermarchés</i>     | 30               | 40             |
| <i>Autres GS</i>        | 8                | 6              |
| Vente à distance        | 1                | 1              |
| Autres formes           | 2                | 1              |
| <b>Total en k€</b>      | <b>3 200 561</b> | <b>227 852</b> |

### Les dépenses non alimentaires

| Formes de vente en %            | Métropole        | Rhône Amont    |
|---------------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel           | 24               | 18             |
| Commerce non sédentaire         | 1                | 2              |
| Grandes Surfaces                | 64               | 69             |
| <i>Supermarchés / Discounts</i> | 3                | 3              |
| <i>Hypermarchés</i>             | 11               | 15             |
| GSS Non Alimentaires            | 43               | 47             |
| <i>Autres GS</i>                | 6                | 5              |
| Vente à distance                | 8                | 8              |
| Autres formes                   | 3                | 3              |
| <b>Total en k€</b>              | <b>3 787 390</b> | <b>262 494</b> |

### Attraction / Évasion, en % de la dépense

| Familles de produits      | % Attraction | % Évasion |
|---------------------------|--------------|-----------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>56</b>    | <b>44</b> |
| Alimentaire               | 79           | 21        |
| Équipement de la personne | 39           | 61        |
| Équipement de la maison   | 43           | 57        |
| Culture Loisirs           | 39           | 61        |

### Destination des Dépenses (en % des dépenses)

| Lieux d'achats   | Total | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|------------------|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Rhône Amont      | 56    | 79          | 39                        | 29                      | 39              |
| Porte des Alpes  | 20    | 10          | 16                        | 43                      | 23              |
| Lyon             | 7     | 1           | 24                        | 3                       | 14              |
| Reste France     | 6     | 4           | 6                         | 8                       | 7               |
| Vente à distance | 5     | 1           | 7                         | 7                       | 11              |

### Indicateurs globaux

|   | Total   | Alimentaire | Non alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|---|---------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Dépense de ménages (en K€)                          | 490 347 | 227 852     | 262 494         | 59 299                    | 102 521                 | 100 674         |
| Chiffre d'affaires des commerces (en K€)            | 480 443 | 263 719     | 216 724         | 53 624                    | 74 215                  | 88 885          |
| Ratio CA / Dépenses (indice base 100) – Rhône Amont | 98,0    | 115,7       | 82,6            | 90,4                      | 72,4                    | 88,3            |
| Ratio CA / Dépenses (indice base 100) - Métropole   | 102,8   | 102,5       | 103,0           | 107,7                     | 103,1                   | 100,1           |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Bilan de l'analyse qualitative des principaux pôles commerciaux

### Centralités

Certains centres villes ont bénéficié de projets de requalification et de densification urbaine (Vaulx en Velin, Décines – Charpieu), ayant permis de moderniser les espaces publics, d'améliorer l'environnement commercial et d'augmenter la population résidente. Des problématiques d'accessibilité (itinéraires d'accès, signalétique) et donc de visibilité de l'offre commerciale peuvent toutefois se poser sur les centres - villes de Meyzieu et Vaulx en Velin, communes caractérisées par une offre commerciale davantage organisée autour de centralités multiples, sans hiérarchie commerciale affirmée : les centres villes se démarquent donc peu des centres de quartier bénéficiant de locomotives commerciales conséquentes (grandes surfaces alimentaires) et d'une offre de proximité dense.

La concentration des linéaires sur Jonage Centre favorise les synergies entre activités et la lisibilité de l'offre, donc son attractivité, dans un contexte urbain qualitatif.

Sur Décines, la ZAC Fraternité a favorisé l'émergence d'un centre-ville dense et attractif. Toutefois, un phénomène d'étirement des activités le long de l'avenue Jean Jaurès se développe, pénalisant la lisibilité de ce cœur de ville, et peut constituer une source de fragilisation en permettant des développements commerciaux peu maîtrisés sur des logiques de flux et d'opportunité immobilière.

Le centre commercial Carré de Soie, récent et conçu sur un modèle vertueux (moins consommation foncière, stationnement en ouvrage, desserte par une offre de TC structurants), s'inscrit dans un contexte de projet urbain progressif, et à vocation à structurer commercialement la nouvelle polarité urbaine et économique. Il n'a pas atteint à ce jour un fonctionnement économique optimal, et est en phase de redynamisation en parallèle du développement démographique progressif du nouveau quartier et du bassin de consommation.

### Pôles périphériques

Le territoire est marqué par des pôles commerciaux vieillissants et peu qualitatifs (Sept Chemins, Meyzieu Peyssillieu, Décines Triangle du Réservoir), contigus au tissu urbain, et présentant une accessibilité majoritairement automobile. Leur modernisation apparaît donc indispensable, voire leur restructuration dans le cas de Meyzieu Peyssillieu confronté à des enjeux de requalification d'entrée de ville.

## Orientations stratégiques

### Enjeux :

- Conforter l'offre de proximité dans les centralités pour répondre aux besoins de première nécessité
- Adapter l'offre commerciale à la croissance démographique soutenue et aux lacunes commerciales identifiées, pour garantir une couverture satisfaisante des besoins courants et occasionnels à l'échelle du bassin de vie.

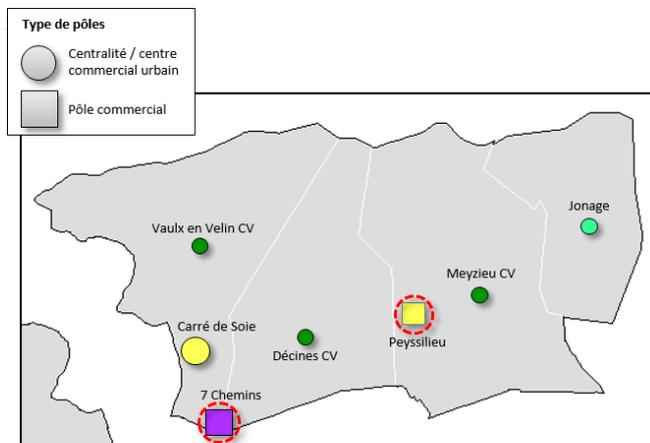
- Pérennisation de centres villes commerçants affirmés, distincts des centralités de quartier, cohérents avec le poids démographique actuel et futur des communes.
- Moderniser et restructurer les sites commerciaux périphériques, dans une logique de qualification des entrées de ville et de pérennité économique

### Principes de développement :

- **Densification de l'offre de proximité sur les centralités de quartiers, existants ou émergents**
- **Renforcement des centre - villes en réponse aux besoins courants et occasionnels** : alimentaire, services à la personne, équipement de la personne, bien culturels et de loisirs, décoration. Le maintien voire le renforcement des flux commerciaux en centres villes pourra notamment justifier l'implantation d'une moyenne surface alimentaire ou le renforcement des locomotives alimentaires qui y sont présentes (exemple : Vaulx Centre).
- **Densification et diversification ciblée de l'offre, par une évolution coordonnée, en complémentarité des centralités existantes, des sites de Carré de Soie et de Meyzieu Peyssillieu**
  - **Carré de Soie** : redynamisation par renouvellement de l'offre
    - alimentaire,
    - bien culturels, jeux – jouets, sport,
    - équipement de la personne
  - **Meyzieu – Peyssillieu** : diversification ciblée par repositionnement des acteurs existants (restructuration / extension) et implantation de moyens formats généralistes :
    - alimentaire, équipement de la personne (existant)
    - bricolage / jardinage, blanc, brun, gris (nouveau)
- **Renouvellement du site de 7 Chemins** : modernisation des équipements existants, notamment le centre commercial Carrefour et les principales locomotives commerciales

### Déclinaison sur les polarités

|           |   |
|-----------|---|
| Proximité | <b>Confortement</b> : maintien, dynamisation, voire densification des fonctions commerciales existantes, pouvant induire la modernisation, la restructuration et/ou la relocalisation des équipements commerciaux présents                                  |
|           |   |
|           | <b>Développement diversifié</b> : développement dans les centralités d'activités répondant à des besoins diversifiés, développement de nouveaux concepts commerciaux.   |
|           | <b>Diversification ciblée</b> : développement modéré de nouvelles catégories de produits en réponse à un objectif d'amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du bassin de vie, et en complémentarité avec les centralités commerciales proches |
|           | <b>Renouvellement</b> : Logique de stabilisation quantitative des polarités et priorité à la requalification des équipements commerciaux existants  |
|           | <b>Modernisation / requalification / restructuration</b> : interventions favorisant l'attractivité des pôles commerciaux vieillissant (rénovation des façades, multi-modalité, parcours piétonniers, végétalisation, traitement des espaces extérieurs...)  |







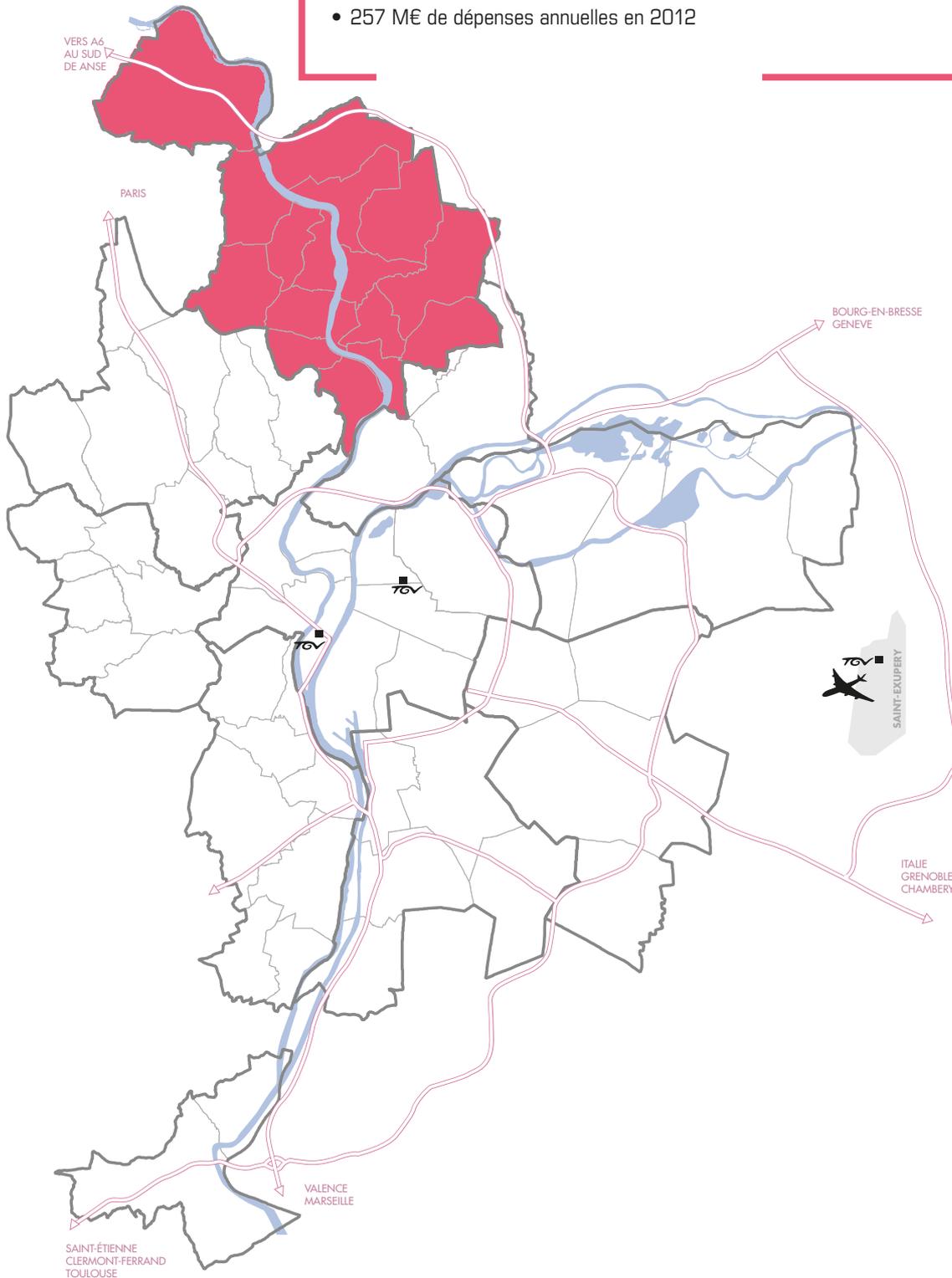


FICHES - TERRITOIRES

# TERRITOIRE VAL DE SAÔNE

## CHIFFRES - CLÉS :

- 51 074 habitants / 20 025 ménages en 2012
- 26 % de ménages d'1 personne
- 43 % de logements collectifs
- 88 commerces traditionnels pour 10 000 habitants
- 361 m<sup>2</sup> / 1 000 habitants de grandes et moyennes surfaces
- 130 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 257 M€ de dépenses annuelles en 2012



## Population

|                           | Val de Saône <sup>1</sup> |            |            |            |           | Métropole  |           |
|---------------------------|---------------------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
|                           | État des lieux            |            |            | Variations |           | Variations |           |
|                           | 1999                      | 2007       | 2012       | 1999-2007  | 2007-2012 | 1999-2007  | 2007-2012 |
| <b>Nombre d'habitants</b> | 45 308                    | 48 290     | 51 074     | 6,6 %      | 5,8 %     | 8,3 %      | 4,9 %     |
| <b>Nombre de ménages</b>  | 16 858                    | 18 525     | 20 025     | 9,9 %      | 8,1 %     | 10,2 %     | 6,3 %     |
| <b>Taille des ménages</b> | 2,69 pers.                | 2,61 pers. | 2,55 pers. | -3,0 %     | -2,2 %    | -1,7 %     | -0,4 %    |

| Classes d'âges 2012 | Val de Saône  | Métropole        |
|---------------------|---------------|------------------|
| 0 à 19 ans          | 26,7          | 25,2             |
| 20 à 39 ans         | 22,7          | 30,9             |
| 40 à 59 ans         | 28,5          | 23,6             |
| 60 à 74 ans         | 14,2          | 12,3             |
| 75 ans et plus      | 7,9           | 8,0              |
| <b>TOTAL</b>        | <b>51 074</b> | <b>1 324 637</b> |

| Taille des ménages 2012          | Val de Saône  | Métropole      |
|----------------------------------|---------------|----------------|
| 1 personne                       | 26,4 %        | 40,0 %         |
| 2 personnes ou plus, sans enfant | 30,5 %        | 26,5 %         |
| 2 personnes ou plus, avec enfant | 43,0%         | 33,5 %         |
| <b>Total</b>                     | <b>20 025</b> | <b>593 939</b> |

| Type de logement 2012      | Val de Saône  | Métropole      |
|----------------------------|---------------|----------------|
| Maison                     | 56,9 %        | 17,9 %         |
| Appartement                | 43,1 %        | 82,1 %         |
| <b>Nombre de logements</b> | <b>21 322</b> | <b>645 764</b> |

| Nombre de véhicules / ménage | Val de Saône | Métropole |
|------------------------------|--------------|-----------|
| 0                            | 9,7 %        | 27,3 %    |
| 1                            | 43,1 %       | 49,6 %    |
| 2 et plus                    | 47,2 %       | 23,1 %    |

\*Source INSEE 2012

## Offre en commerces traditionnels (<300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires             | Total      | Alimentaire | Non Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne |
|-------------------------|------------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>Métropole</b>        | <b>116</b> | <b>16</b>   | <b>39</b>       | <b>11</b>                 | <b>11</b>               | <b>17</b>         | <b>34</b>                | <b>28</b>              |
| <b>Val de Saône</b>     | <b>88</b>  | <b>14</b>   | <b>24</b>       | <b>5</b>                  | <b>7</b>                | <b>13</b>         | <b>19</b>                | <b>30</b>              |
| ALBIGNY SUR SAONE       | 22         | 4           | 7               | 0                         | 0                       | 7                 | 0                        | 11                     |
| CAILLOUX SUR FONTAINES  | 72         | 16          | 12              | 0                         | 4                       | 8                 | 20                       | 24                     |
| COLLONGES AU MONT D'OR  | 100        | 10          | 20              | 3                         | 8                       | 10                | 26                       | 43                     |
| COUZON AU MONT D'OR     | 89         | 23          | 8               | 0                         | 4                       | 4                 | 31                       | 27                     |
| CURIS AU MONT D'OR      | 35         | 0           | 9               | 0                         | 0                       | 9                 | 9                        | 17                     |
| FLEURIEU SUR SAONE      | 42         | 7           | 14              | 0                         | 7                       | 7                 | 14                       | 7                      |
| FONTAINES ST MARTIN     | 41         | 6           | 10              | 0                         | 6                       | 3                 | 10                       | 16                     |
| FONTAINES SUR SAONE     | 125        | 22          | 34              | 9                         | 5                       | 20                | 26                       | 43                     |
| GENAY                   | 91         | 15          | 21              | 2                         | 8                       | 11                | 17                       | 38                     |
| MONTANAY                | 26         | 3           | 3               | 0                         | 0                       | 3                 | 3                        | 17                     |
| NEUVILLE SUR SAONE      | 199        | 29          | 73              | 21                        | 17                      | 36                | 35                       | 61                     |
| POLEYMIEUX AU MONT D'OR | 24         | 8           | 0               | 0                         | 0                       | 0                 | 8                        | 8                      |
| ROCHETAILLEE SUR SAONE  | 79         | 7           | 20              | 7                         | 13                      | 0                 | 26                       | 26                     |
| SATHONAY VILLAGE        | 65         | 9           | 30              | 0                         | 13                      | 17                | 13                       | 13                     |
| ST GERMAIN AU MONT D'OR | 67         | 10          | 14              | 0                         | 3                       | 10                | 17                       | 27                     |
| ST ROMAIN AU MONT D'OR  | 90         | 18          | 18              | 0                         | 9                       | 9                 | 45                       | 9                      |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

<sup>1</sup> Hors commune de Quincieux (adhésion au Grand Lyon au 01/06/2014)

## Offre commerciale de proximité

### Évolution 2006 – 2014 du nombre d'établissements en %

| Territoires  | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture-<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total |
|--------------|-------------|---|---------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Métropole    | -0,9        | 67,0  | -15,2               | -17,3                       | 16,8                      | 4,1   |
| Val de Saône | 4,4         | 66,7  | -10,7               | -10,0                       | 38,8                      | 17,5  |

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires             | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture-<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total |
|-------------------------|-------------|---|---------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Métropole               | 15,7        | 1,3   | 5,0                 | 3,5                         | 21,6                      | 47,1  |
| Val de Saône            | 13,9        | 1,0   | 4,9                 | 1,8                         | 23,1                      | 44,7  |
| ALBIGNY SUR SAONE       | 10,7        | 3,6   | 0,0                 | 0,0                         | 0,0                       | 14,3  |
| CAILLOUX SUR FONTAINES  | 39,6        | 15,8  | 0,0                 | 7,9                         | 0,0                       | 63,3  |
| COLLONGES AU MONT D'OR  | 35,8        | 10,2  | 0,0                 | 2,6                         | 0,0                       | 48,6  |
| COUZON AU MONT D'OR     | 53,9        | 23,1  | 0,0                 | 3,8                         | 7,7                       | 88,5  |
| CURIS AU MONT D'OR      | 8,7         | 0,0   | 0,0                 | 0,0                         | 0,0                       | 8,7   |
| FLEURIEU SUR SAONE      | 42,9        | 7,1   | 0,0                 | 7,1                         | 7,1                       | 64,2  |
| FONTAINES ST MARTIN     | 29,1        | 6,5   | 0,0                 | 3,2                         | 3,2                       | 42    |
| FONTAINES SUR SAONE     | 64,9        | 21,6  | 1,5                 | 9,3                         | 0,0                       | 97,3  |
| GENAY                   | 34,3        | 15,2  | 1,9                 | 3,8                         | 1,9                       | 57,1  |
| MONTANAY                | 20,4        | 3,4   | 0,0                 | 3,4                         | 0,0                       | 27,2  |
| NEUVILLE SUR SAONE      | 80,1        | 29,0  | 2,8                 | 9,7                         | 1,4                       | 123   |
| POLEYMIEUX AU MONT D'OR | 15,3        | 7,6   | 0,0                 | 0,0                         | 0,0                       | 22,9  |
| ROCHETAILLEE SUR SAONE  | 6,5         | 6,5   | 0,0                 | 0,0                         | 6,5                       | 19,5  |
| SATHONAY VILLAGE        | 17,2        | 8,6   | 0,0                 | 8,6                         | 4,3                       | 38,7  |
| ST GERMAIN AU MONT D'OR | 13,7        | 10,2  | 3,4                 | 3,4                         | 3,4                       | 34,1  |
| ST ROMAIN AU MONT D'OR  | 18,1        | 18,1  | 0,0                 | 0,0                         | 0,0                       | 36,2  |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre en grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup> de vente)

### Évolution 2006 – 2014 de la surface de vente en m<sup>2</sup>

| Territoires  | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total   |
|--------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|---------|
| Métropole    | 67 686      | 31 093                    | 1 170                   | 34 581          | 134 530 |
| Val de Saône | 1 453       | 0                         | 2 450                   | 0               | 3 903   |

### Densité de surface de vente pour 1 000 habitants

| Territoires             | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total |
|-------------------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|-------|
| Métropole               | 254         | 81                        | 246                     | 120             | 701   |
| Val de Saône            | 150         | 10                        | 170                     | 31              | 361   |
| FLEURIEU SUR SAONE      | 0           | 0                         | 0                       | 696             | 696   |
| FONTAINES SUR SAONE     | 116         | 0                         | 0                       | 0               | 116   |
| GENAY                   | 613         | 0                         | 286                     | 0               | 899   |
| MONTANAY                | 0           | 0                         | 1 022                   | 0               | 1 022 |
| NEUVILLE SUR SAONE      | 183         | 69                        | 166                     | 84              | 502   |
| QUINCIEUX               | 130         | 0                         | 0                       | 0               | 130   |
| ROCHETAILLEE SUR SAONE  | 982         | 0                         | 1 948                   | 0               | 2 930 |
| ST GERMAIN AU MONT D'OR | 146         | 0                         | 0                       | 0               | 146   |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Chiffre d'affaires

### Chiffre d'affaires alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %      | Métropole        | Val de Saône  | ALBIGNY SUR SAONE | CAILLOUX SUR FONTAINES | COLLONGES AU MONT D'OR | COUZON AU MONT D'OR | FLEURIEU S/ SAONE | FONTAINES ST MARTIN | FONTAINES SUR SAONE | GENAY  | MONTANAY | NEUVILLE SUR SAONE | ROCHETAILLÉE SUR SAONE | SATHONAY VILLAGE | ST GERMAIN AU MONT D'OR |
|---------------------------|------------------|---------------|-------------------|------------------------|------------------------|---------------------|-------------------|---------------------|---------------------|--------|----------|--------------------|------------------------|------------------|-------------------------|
| Commerces traditionnels   | 18               | 23            | 40                | 54                     | 73                     | 82                  | 71                | 86                  | 33                  | 2      | 55       | 52                 | 0                      | 100              | 49                      |
| Commerces non sédentaires | 8                | 6             | 29                | 0                      | 27                     | 12                  | 5                 | 4                   | 4                   | 1      | 26       | 17                 | 6                      | 0                | 1                       |
| Grandes Surfaces          | 73               | 70            | 0                 | 0                      | 0                      | 0                   | 7                 | 0                   | 63                  | 97     | 0        | 30                 | 94                     | 0                | 47                      |
| Supermarchés              | 22               | 10            | 0                 | 0                      | 0                      | 0                   | 0                 | 0                   | 0                   | 0      | 0        | 0                  | 94                     | 0                | 47                      |
| Discounts                 | 8                | 13            | 0                 | 0                      | 0                      | 0                   | 0                 | 0                   | 63                  | 0      | 0        | 29                 | 0                      | 0                | 0                       |
| Hypermarchés              | 36               | 46            | 0                 | 0                      | 0                      | 0                   | 0                 | 0                   | 0                   | 96     | 0        | 0                  | 0                      | 0                | 0                       |
| Autres GS                 | 7                | 1             | 0                 | 0                      | 0                      | 0                   | 7                 | 0                   | 1                   | 1      | 0        | 0                  | 0                      | 0                | 0                       |
| Autres formes             | 1                | 2             | 31                | 46                     | 0                      | 6                   | 17                | 10                  | 0                   | 0      | 19       | 2                  | 0                      | 0                | 3                       |
| <b>Total en K€</b>        | <b>3 277 826</b> | <b>90 905</b> | <1000             | <1000                  | 1 263                  | 1 111               | <1000             | 1 882               | 10 054              | 43 504 | <1000    | 19 337             | 7 995                  | <1000            | 3 010                   |

### Chiffre d'affaires Non alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %      | Métropole        | Val de Saône  | ALBIGNY SUR SAONE | CAILLOUX SUR FONTAINES | COLLONGES AU MONT D'OR | COUZON AU MONT D'OR | FLEURIEU SUR SAONE | FONTAINES ST MARTIN | FONTAINES SUR SAONE | GENAY  | MONTANAY | NEUVILLE SUR SAONE | ROCHETAILLÉE SUR SAONE | SATHONAY VILLAGE | ST GERMAIN AU MONT D'OR |
|---------------------------|------------------|---------------|-------------------|------------------------|------------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|--------|----------|--------------------|------------------------|------------------|-------------------------|
| Commerces traditionnels   | 24               | 39            | 47                | 0                      | 50                     | 12                  | 68                 | 61                  | 63                  | 9      | 33       | 63                 | 1                      | 96               | 38                      |
| Commerces non sédentaires | 1                | 2             | 10                | 100                    | 50                     | 3                   | 0                  | 0                   | 2                   | 0      | 19       | 4                  | 0                      | 0                | 35                      |
| Grandes Surfaces          | 72               | 49            | 11                | 0                      | 0                      | 7                   | 26                 | 0                   | 30                  | 82     | 0        | 26                 | 64                     | 0                | 0                       |
| Supermarchés et discounts | 3                | 4             | 0                 | 0                      | 0                      | 0                   | 0                  | 0                   | 11                  | 0      | 0        | 2                  | 35                     | 0                | 0                       |
| Hypermarchés              | 14               | 24            | 0                 | 0                      | 0                      | 0                   | 0                  | 0                   | 0                   | 62     | 0        | 0                  | 0                      | 0                | 0                       |
| GSS                       | 49               | 16            | 0                 | 0                      | 0                      | 7                   | 25                 | 0                   | 18                  | 16     | 0        | 12                 | 29                     | 0                | 0                       |
| Autres GS                 | 6                | 5             | 11                | 0                      | 0                      | 0                   | 1                  | 0                   | 1                   | 4      | 0        | 11                 | 0                      | 0                | 0                       |
| Autres formes             | 2                | 10            | 32                | 0                      | 0                      | 78                  | 6                  | 39                  | 5                   | 9      | 48       | 7                  | 35                     | 4                | 28                      |
| <b>Total en K€</b>        | <b>3 897 391</b> | <b>39 241</b> | <1000             | <1000                  | <1000                  | <1000               | 3 417              | <1000               | 4 607               | 15 011 | <1000    | 11 639             | 2 410                  | <1000            | <1000                   |

### Chiffre d'affaires des principaux pôles en millions d'€

| Nom                      | Alimentaire | Non Alimentaire | Total |
|--------------------------|-------------|-----------------|-------|
| Genay Z.I.               | 43          | 12              | 55    |
| Neuville sur Saône       | 19          | 12              | 31    |
| Fontaines - Rochetaillée | 18          | 7               | 25    |

### Part de clientèle locale / externe dans le chiffre d'affaires

|                           | % Clientèle locale | % Clientèle externe |
|---------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>69</b>          | <b>31</b>           |
| Alimentaire               | 73                 | 27                  |
| Équipement de la personne | 63                 | 37                  |
| Équipement de la maison   | 58                 | 42                  |
| Culture Loisirs           | 58                 | 42                  |

### Origine du chiffre d'affaires total

| Lieux de résidence | % du chiffre d'affaires généré |
|--------------------|--------------------------------|
| Val de Saône       | 69%                            |
| Hors Grand Lyon    | 21%                            |
| Lyon               | 4%                             |
| Plateau Nord       | 3%                             |
| Autres CTM         | 3%                             |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Dépenses des ménages

### Les dépenses alimentaires

| Formes de vente en %    | Métropole        | Val de Saône   |
|-------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel   | 20               | 20             |
| Commerce non sédentaire | 9                | 5              |
| Grandes Surfaces        | 68               | 71             |
| <i>Supermarchés</i>     | 23               | 13             |
| <i>Discounts</i>        | 7                | 8              |
| <i>Hypermarchés</i>     | 30               | 46             |
| <i>Autres GS</i>        | 8                | 5              |
| Vente à distance        | 1                | 1              |
| Autres formes           | 2                | 3              |
| <b>Total en k€</b>      | <b>3 200 561</b> | <b>116 960</b> |

### Les dépenses non alimentaires

| Formes de vente en %            | Métropole        | Val de Saône   |
|---------------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel           | 24               | 24             |
| Commerce non sédentaire         | 1                | 1              |
| Grandes Surfaces                | 64               | 61             |
| <i>Supermarchés / Discounts</i> | 3                | 2              |
| <i>Hypermarchés</i>             | 11               | 14             |
| <i>GSS Non Alimentaires</i>     | 43               | 41             |
| <i>Autres GS</i>                | 6                | 4              |
| Vente à distance                | 8                | 9              |
| Autres formes                   | 3                | 4              |
| <b>Total en k€</b>              | <b>3 787 390</b> | <b>139 740</b> |

### Attraction / Évasion en % de la dépense

|                           | % Attraction | % Évasion |
|---------------------------|--------------|-----------|
| <b>TOTAL</b>              | 35           | 65        |
| Alimentaire               | 57           | 43        |
| Équipement de la personne | 36           | 64        |
| Équipement de la maison   | 25           | 75        |
| Culture Loisirs           | 24           | 76        |

### Destination des dépenses (en % des dépenses)

| Lieux d'achats | Total | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|----------------|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Val de Saône   | 35    | 57          | 11                        | 18                      | 19              |
| Plateau Nord   | 22    | 23          | 14                        | 25                      | 19              |
| Lyon           | 12    | 3           | 36                        | 6                       | 24              |
| Reste France   | 9     | 7           | 10                        | 15                      | 8               |
| Ouest Nord     | 8     | 5           | 8                         | 11                      | 12              |

### Indicateurs globaux

|   | Total   | Alimentaire | Non alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|---|---------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Dépense des ménages (en K€)                         | 256 700 | 116 960     | 139 740         | 30 684                    | 56 104                  | 52 952          |
| Chiffre d'affaires des commerces (en K€)            | 130 146 | 90 905      | 39 241          | 5 368                     | 16 825                  | 17 048          |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) – Val de Saône | 50,7    | 77,7        | 28,1            | 17,5                      | 30,0                    | 32,2            |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) - Métropole    | 102,8   | 102,5       | 103,0           | 107,7                     | 103,1                   | 100,1           |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Bilan de l'analyse qualitative des principaux pôles commerciaux

### Centralités

Un centre-ville de Neuville sur Saône attractif, à travers un environnement commercial adapté (plateau piétonnier, offre de stationnement dense, patrimoine bâti) et une offre commerciale diversifiée. Celle-ci répond aux besoins de proximité courants (commerces de bouche diversifiés, services), mais propose également des activités non alimentaire diversifiées en produits et en niveaux de gammes (prêt-à-porter, décoration, équipement de la maison, biens culturels). Le pôle de Fontaines-Rochetaillé, composé d'une offre de centre-ville diversifiée sur Fontaines et de deux locomotives alimentaires de taille moyenne en entrées de ville, se révèle attractif pour répondre aux besoins courants. La qualité perfectible des espaces publics et l'absence de locomotive commerciale de centre-ville sur Fontaines constitue des points d'amélioration prioritaires.

Les autres centralités (Quincieux, St Germain au Mont d'Or, Albigny sur Saône, Genay, Couzon au Mont d'Or, Fontaines St Martin, Collonges au Mont d'Or, Sathonay Village, Montanay) bénéficient d'une offre de proximité plus ou moins dense (corrélée à leur poids démographique), mais concentrée, de manière générale, en centre-bourg, ce qui participe de la lisibilité de l'offre et des synergies entre activités. D'autres communes enfin ne disposent que d'une offre très réduite voire absente (Fleurieu sur Saône, Curis au Mont d'Or, Poleymieux au Mont d'Or, St Romain au Mont d'Or, Cailloux sur Fontaines).

### Pôle périphérique

Le pôle commercial de Genay, implanté en bordure de la Route de Trévoux et au sein de la zone industrielle, est marqué par un vieillissement et une faible intégration paysagère et architecturale de ses enseignes, ainsi que par un étirement et une discontinuité forte entre activités, qui peut pénaliser son attractivité et la lisibilité de l'offre commerciale. Il est de plus affecté par un PPRT qui contraint, sur certains sites, l'extension ou l'implantation d'équipements commerciaux.

## Orientations stratégiques

### Enjeux

- Améliorer la couverture des besoins des ménages sur certains produits peu ou pas proposés sur le territoire
- Conforter le maillage du bassin de vie sur les fonctions commerciales de proximité, sur des échelles intercommunales, en cohérence avec l'organisation des autres fonctions (densité démographique, équipements, services publics, pôles d'échange multimodaux)
- Confirmer le rôle structurant des centres villes de Neuville sur Saône et Fontaines sur Saône dans l'organisation commerciale du territoire, en lien avec leur rôle de pôles urbains du territoire.
- Améliorer la qualité et l'attractivité du pôle de Genay.

### Principes de développement :

- **Adapter l'offre commerciale aux réalités du territoire**, marquée par la présence de communes peu peuplées où une offre commerciale classique est difficilement envisageable : complémentarité à travailler entre commerces traditionnels des centralités et offre alternative (circuits-courts, magasin de producteurs, offre non sédentaire...), développement des services à la clientèle (livraisons, consignes, horaires élargis...)
- **Densification de l'offre de proximité sur les centre-bourgs de rayonnement intercommunal**, dans le cadre de projets urbains mixtes.
- **Renforcement des centre - villes (Neuville sur Saône, Fontaines sur Saône) en réponse aux besoins courants et occasionnels** : alimentaire, équipement de la personne, biens culturels, sport, petit bricolage... Le maintien voire le renforcement des flux commerciaux en centre-ville pourra notamment justifier le transfert (avec extension mesurée), au sein ou au contact direct des linéaires commerçants, des locomotives alimentaires existantes mais actuellement excentrées.
- **Renforcement ciblé du pôle de Genay** : repositionnement des acteurs existants voire implantation de nouveaux acteurs sur des secteurs d'activités complémentaires de l'offre de centre-ville de Neuville sur Saône : petit bricolage, blanc / brun / gris, sport. Au – delà du projet de relocalisation / extension du Centre Leclerc et des cibles de diversification commerciale, ce pôle est concerné par des enjeux de recentrage des activités commerciales (actuelles et futures) à proximité du futur hypermarché, ainsi que par des enjeux de requalification des enseignes et de l'environnement commercial, marqué par un développement par opportunité en bordure d'axe routier et en reprise de bâtiments artisanaux et industriels.

## Déclinaison sur les polarités

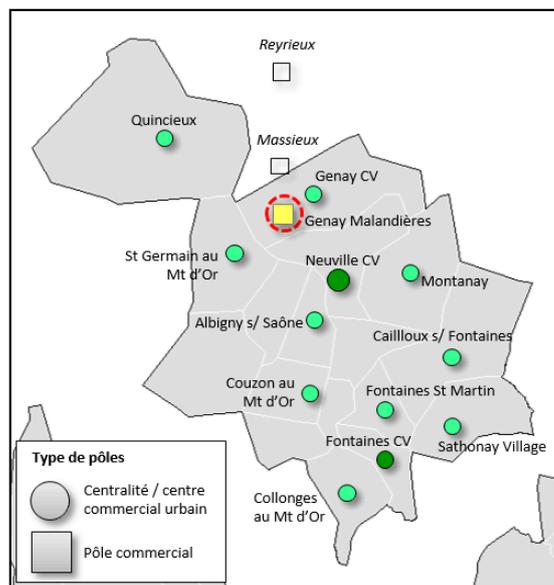
**Proximité** **Confortement** : maintien, dynamisation, voire densification des fonctions commerciales existantes, pouvant induire la modernisation, la restructuration et/ou la relocalisation des équipements commerciaux présents

**Développement diversifié** : développement dans les centralités d'activités répondant à des besoins diversifiés, développement de nouveaux concepts commerciaux.

**Diversification ciblée** : développement modéré de nouvelles catégories de produits en réponse à un objectif d'amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du bassin de vie, et en complémentarité avec les centralités commerciales proches

**Renouvellement** : Logique de stabilisation quantitative des polarités et priorité à la requalification des équipements commerciaux existants

**Modernisation / requalification / restructuration** : interventions favorisant l'attractivité des pôles commerciaux vieillissant (rénovation des façades, multi-modalité, parcours piétons, végétalisation, traitement des espaces extérieurs...)





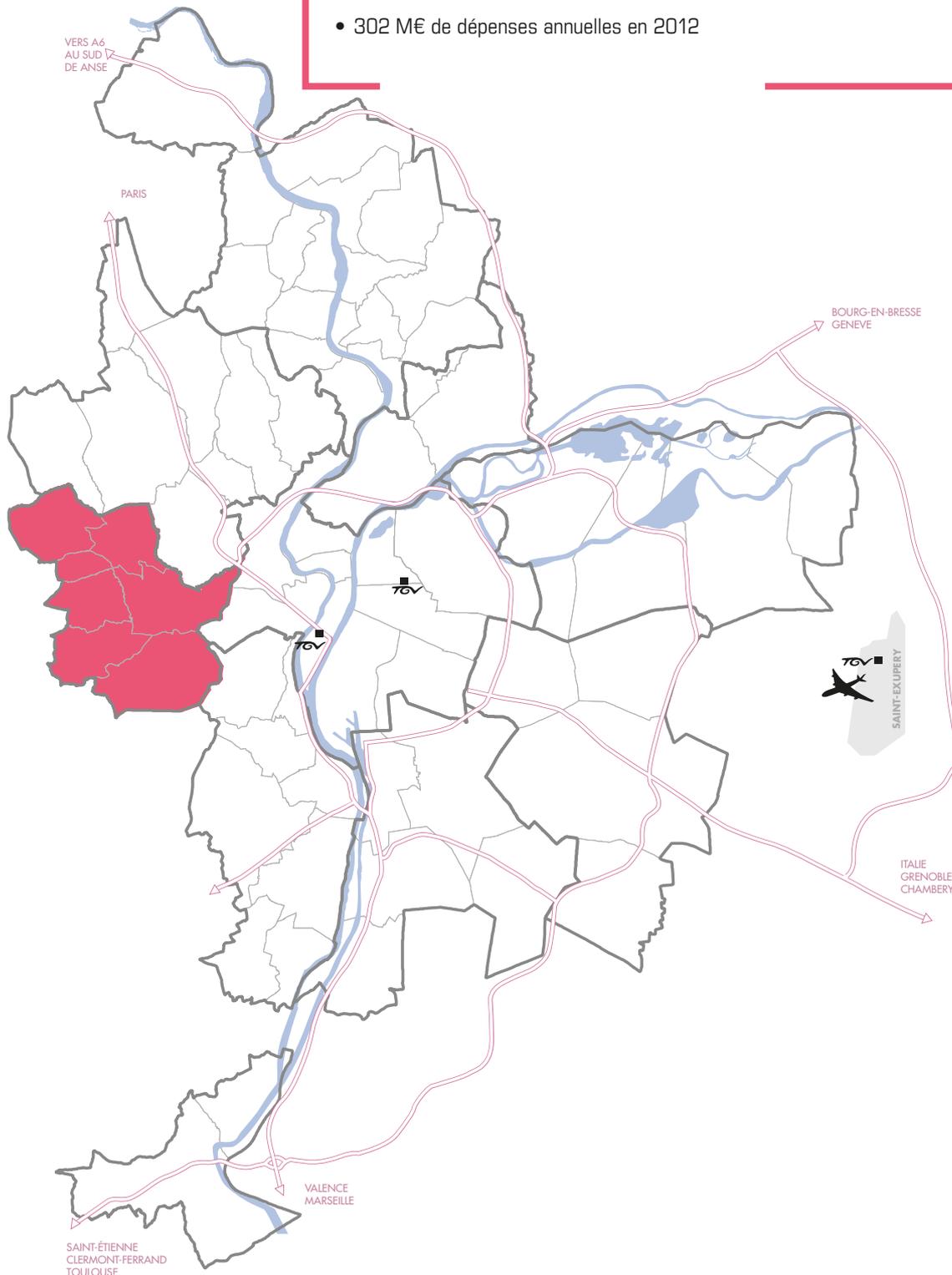


## FICHES - TERRITOIRES

# TERRITOIRE VAL D'YZERON

### CHIFFRES - CLÉS :

- 57 705 habitants / 24 030 ménages en 2012
- 3 1% de ménages d'1 personne
- 58 % de logements collectifs
- 100 commerces traditionnels pour 10 000 habitants
- 906 m<sup>2</sup> / 1 000 habitants de grandes et moyennes surfaces
- 309 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 302 M€ de dépenses annuelles en 2012



## Population

|                           | Val d'Yzeron   |            |            |            |           | Métropole  |           |
|---------------------------|----------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
|                           | État des lieux |            |            | Variations |           | Variations |           |
|                           | 1999           | 2007       | 2012       | 1999-2007  | 2007-2012 | 1999-2007  | 2007-2012 |
| <b>Nombre d'habitants</b> | 46 408         | 51 349     | 57 705     | 10,6 %     | 12,4 %    | 8,3 %      | 4,9 %     |
| <b>Nombre de ménages</b>  | 18 000         | 20 756     | 24 030     | 15,3 %     | 15,8 %    | 10,2 %     | 6,3 %     |
| <b>Taille des ménages</b> | 2,58 pers.     | 2,47 pers. | 2,40 pers. | -4,0 %     | -2,9 %    | -1,7 %     | -0,4 %    |

| Classes d'âges 2012      | Val d'Yzeron  | Métropole        |
|--------------------------|---------------|------------------|
| 0 à 19 ans               | 25,4 %        | 25,2 %           |
| 20 à 39 ans              | 25,0 %        | 30,9 %           |
| 40 à 59 ans              | 26,4 %        | 23,6 %           |
| 60 à 74 ans              | 14,4 %        | 12,3 %           |
| 75 ans et plus           | 8,8 %         | 8,0 %            |
| <b>Population totale</b> | <b>57 705</b> | <b>1 324 637</b> |

| Taille des ménages en 2012       | Val d'Yzeron  | Métropole      |
|----------------------------------|---------------|----------------|
| 1 personne                       | 30,7 %        | 40,0 %         |
| 2 personnes ou plus, sans enfant | 31,0 %        | 26,5 %         |
| 2 personnes ou plus, avec enfant | 38,3 %        | 33,5 %         |
| <b>Nombre total de ménages</b>   | <b>24 030</b> | <b>593 939</b> |

| Type Logement 2012        | Val d'Yzeron  | Métropole      |
|---------------------------|---------------|----------------|
| Maison                    | 41,7 %        | 17,9 %         |
| Appartement               | 58,3 %        | 82,1 %         |
| <b>Total de logements</b> | <b>25 372</b> | <b>645 764</b> |

| Nombre de véhicules / ménage | Val d'Yzeron | Métropole |
|------------------------------|--------------|-----------|
| 0                            | 9,9 %        | 27,3 %    |
| 1                            | 49,2 %       | 49,6 %    |
| 2 et plus                    | 40,9 %       | 23,1 %    |

\*Source INSEE 2012

## Offre en commerces traditionnels (<300 m<sup>2</sup> de vente)

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires             | Total      | Alimentaire | Non Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne |
|-------------------------|------------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>Métropole</b>        | <b>116</b> | <b>16</b>   | <b>39</b>       | <b>11</b>                 | <b>11</b>               | <b>17</b>         | <b>34</b>                | <b>28</b>              |
| <b>Val d'Yzeron</b>     | <b>100</b> | <b>14</b>   | <b>38</b>       | <b>9</b>                  | <b>13</b>               | <b>17</b>         | <b>17</b>                | <b>30</b>              |
| CHARBONNIERES LES BAINS | 100        | 16          | 39              | 10                        | 10                      | 18                | 22                       | 24                     |
| CRAPONNE                | 151        | 23          | 65              | 15                        | 23                      | 27                | 20                       | 43                     |
| FRANCHEVILLE            | 66         | 9           | 19              | 2                         | 7                       | 10                | 13                       | 25                     |
| MARCY L'ETOILE          | 68         | 8           | 17              | 0                         | 8                       | 8                 | 19                       | 25                     |
| ST GENIS LES OLLIERES   | 66         | 20          | 11              | 2                         | 2                       | 7                 | 11                       | 24                     |
| TASSIN LA DEMI LUNE     | 103        | 12          | 45              | 12                        | 15                      | 19                | 16                       | 29                     |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

## Offre commerciale de proximité

### Évolution 2006 – 2014 du nombre d'établissements en %

| Territoires         | Alimentaire | Supermarchés < 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture - Loisirs | Cafés Hôtels Restaurants | Services à la personne | Total |
|---------------------|-------------|--|-------------------|--------------------------|------------------------|-------|
| <b>Métropole</b>    | -0,9        | 67,0   | -15,2             | -17,3                    | 16,8                   | 4,1   |
| <b>Val d'Yzeron</b> | 15,3        | 200,0  | -3,8              | -40,0                    | 33,3                   | 23,1  |

### Densité d'établissements pour 10 000 habitants

| Territoires             | Alimentaire | Supermarchés<br>< 1 000 m <sup>2</sup> de vente | Culture -<br>Loisirs | Cafés Hôtels<br>Restaurants | Services à la<br>personne | Total       |
|-------------------------|-------------|---|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-------------|
| <b>Métropole</b>        | <b>15,7</b> | <b>1,3</b>                                      | <b>5,0</b>           | <b>3,5</b>                  | <b>21,6</b>               | <b>47,1</b> |
| <b>Val d'Yzeron</b>     | <b>14,4</b> | <b>1,6</b>                                      | <b>4,3</b>           | <b>0,5</b>                  | <b>23,6</b>               | <b>44,4</b> |
| CHARBONNIERES LES BAINS | 38,6        | 16,3  | 0,0                  | 6,1                         | 0,0                       | 61,0        |
| CRAPONNE                | 48,7        | 22,9  | 3,8                  | 5,7                         | 1,0                       | 82,1        |
| FRANCHEVILLE            | 24,8        | 9,2   | 0,7                  | 2,1                         | 0,7                       | 37,5        |
| MARCY L'ETOILE          | 25,0        | 8,3   | 0,0                  | 2,8                         | 0,0                       | 36,1        |
| ST GENIS LES OLLIERES   | 37,2        | 19,7  | 0,0                  | 2,2                         | 0,0                       | 59,1        |
| TASSIN LA DEMI LUNE     | 36,5        | 12,3  | 1,9                  | 5,2                         | 0,5                       | 56,4        |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Offre en grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup> de vente)

#### Évolution 2006 – 2014 de la surface de vente en m<sup>2</sup>

| Territoires         | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total   |
|---------------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|---------|
| <b>Métropole</b>    | 67 686      | 31 093                    | 1 170                   | 34 581          | 134 530 |
| <b>Val d'Yzeron</b> | 2 966       | 1 458                     | -4 962                  | 1 798           | 1 260   |

#### Densité de surface de vente pour 1 000 habitants

| Territoires         | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs | Total      |
|---------------------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|------------|
| <b>Métropole</b>    | <b>254</b>  | <b>81</b>                 | <b>246</b>              | <b>120</b>      | <b>701</b> |
| <b>Val d'Yzeron</b> | <b>284</b>  | <b>62</b>                 | <b>210</b>              | <b>350</b>      | <b>906</b> |
| CRAPONNE            | 401         | 279                       | 280                     | 506             | 1 466      |
| FRANCHEVILLE        | 575         | 0                         | 0                       | 617             | 1 192      |
| MARCY L'ETOILE      | 0           | 0                         | 0                       | 1 656           | 1 656      |
| TASSIN LA DEMI LUNE | 193         | 30                        | 435                     | 12              | 670        |

\*Source : CCI Lyon Métropole, Chambre de Métiers et de l'artisanat du Rhône au 31 juillet 2014 / Densité calculée sur la base de la population 2013

### Chiffre d'affaires

#### Chiffre d'affaires Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %     | Métropole        | Val<br>d'Yzeron | CHARBONNIERES<br>LES BAINS | CRAPONNE | FRANCHEVILLE | MARCY<br>L'ETOILE | ST GENIS LES<br>OLLIERES | TASSIN LA<br>DEMI LUNE |
|--------------------------|------------------|-----------------|----------------------------|----------|--------------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| Commerces traditionnels  | 18               | 16              | 85                         | 21       | 4            | 100               | 80                       | 18                     |
| Commerces non sédentaire | 8                | 7               | 15                         | 15       | 1            | 0                 | 15                       | 6                      |
| Grandes Surfaces         | 73               | 77              | 1                          | 62       | 94           | 0                 | 0                        | 76                     |
| Supermarchés             | 22               | 32              | 0                          | 51       | 2            | 0                 | 0                        | 71                     |
| Discounts                | 8                | 4               | 0                          | 10       | 0            | 0                 | 0                        | 5                      |
| Hypermarchés             | 36               | 40              | 0                          | 0        | 90           | 0                 | 0                        | 0                      |
| Autres GS                | 7                | 1               | 1                          | 0        | 3            | 0                 | 0                        | 0                      |
| Autres formes            | 1                | 1               | 0                          | 2        | 0            | 0                 | 5                        | 0                      |
| <b>Total en K€</b>       | <b>3 277 826</b> | <b>172 210</b>  | 5 619                      | 44 291   | 77 509       | <1000             | 1 751                    | 42 466                 |

### Chiffre d'affaires Non Alimentaire et répartition par formes de vente en 2011

| Formes de vente en %             | Métropole        | Val d'Yzeron   | CHARBONNIERES LES BAINS | CRAPONNE      | FRANCHEVILLE  | MARCY L'ETOILE  | ST GENIS LES OLLIERES | TASSIN LA DEMI LUNE |
|----------------------------------|------------------|----------------|-------------------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------------|---------------------|
| Commerces traditionnels          | 24               | 24             | 57                      | 34            | 12            | 53              | 46                    | 25                  |
| Commerces non sédentaires        | 1                | 1              | 10                      | 2             | 0             | 1               | 9                     | 0                   |
| Grandes Surfaces                 | 72               | 72             | 4                       | 56            | 87            | 22              | 0                     | 72                  |
| <i>Supermarchés et discounts</i> | 3                | 6              | 0                       | 14            | 0             | 0               | 0                     | 6                   |
| <i>Hypermarchés</i>              | 14               | 23             | 0                       | 0             | 73            | 0               | 0                     | 0                   |
| <i>GSS</i>                       | 49               | 41             | 4                       | 40            | 13            | 19              | 0                     | 63                  |
| <i>Autres GS</i>                 | 6                | 2              | 0                       | 2             | 0             | 3               | 0                     | 3                   |
| Autres formes                    | 2                | 3              | 29                      | 7             | 1             | 25              | 45                    | 2                   |
| <b>Total en K€</b>               | <b>3 897 391</b> | <b>137 062</b> | <b>1 541</b>            | <b>33 672</b> | <b>42 445</b> | <b>&lt;1000</b> | <b>&lt;1000</b>       | <b>58 659</b>       |

### Chiffre d'affaires des principaux pôles en millions d'€

| Polarités              | Alimentaire | Non Alimentaire | Total |
|------------------------|-------------|-----------------|-------|
| Francheville Taffignon | 82          | 40              | 122   |
| Tassin La Demi-Lune    | 42          | 25              | 68    |
| Craponne Est           | 29          | 24              | 52    |
| Tassin Leroy Merlin    | 0           | 33              | 33    |
| Craponne               | 16          | 10              | 26    |

### Part de clientèle locale / externe dans le chiffre d'affaires

| Familles de produits      | % Clientèle locale | % Clientèle externe |
|---------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>40</b>          | <b>60</b>           |
| Alimentaire               | 47                 | 53                  |
| Équipement de la personne | 37                 | 63                  |
| Équipement de la maison   | 27                 | 73                  |
| Culture Loisirs           | 35                 | 65                  |

### Origine du chiffre d'affaires total

| Territoires               | % du chiffre d'affaires généré |
|---------------------------|--------------------------------|
| Val d'Yzeron              | 40%                            |
| Hors Grand Lyon           | 21%                            |
| Lônes et Coteaux du Rhône | 18%                            |
| Lyon                      | 17%                            |
| Autres CTM                | 4%                             |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Dépenses des ménages

### Les dépenses alimentaires

| Formes de vente en %    | Métropole        | Val d'Yzeron   |
|-------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel   | 20               | 19             |
| Commerce non sédentaire | 9                | 8              |
| Grandes Surfaces        | 68               | 70             |
| <i>Supermarchés</i>     | 23               | 25             |
| <i>Discounts</i>        | 7                | 5              |
| <i>Hypermarchés</i>     | 30               | 37             |
| <i>Autres GS</i>        | 8                | 3              |
| Vente à distance        | 1                | 1              |
| Autres formes           | 2                | 2              |
| <b>Total en k€</b>      | <b>3 200 561</b> | <b>137 573</b> |

### La dépense non alimentaire en %

| Formes de vente en %            | Métropole        | Val d'Yzeron   |
|---------------------------------|------------------|----------------|
| Commerce traditionnel           | 24               | 24             |
| Commerce non sédentaire         | 1                | 1              |
| Grandes Surfaces                | 64               | 62             |
| <i>Supermarchés / Discounts</i> | 3                | 3              |
| <i>Hypermarchés</i>             | 11               | 13             |
| <i>GSS Non Alimentaires</i>     | 43               | 41             |
| <i>Autres GS</i>                | 6                | 5              |
| Vente à distance                | 8                | 9              |
| Autres formes                   | 3                | 3              |
| <b>Total en k€</b>              | <b>3 787 390</b> | <b>164 798</b> |

### Attraction / Évasion, en % de la dépense

| Familles de produits      | % Attraction | % Évasion |
|---------------------------|--------------|-----------|
| <b>TOTAL</b>              | <b>41</b>    | <b>59</b> |
| Alimentaire               | 59           | 41        |
| Équipement de la personne | 35           | 65        |
| Équipement de la maison   | 31           | 69        |
| Culture Loisirs           | 26           | 74        |

### Destination des Dépenses (en % des dépenses)

| Lieux d'achats   | Total | Alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|------------------|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Val d'Yzeron     | 41    | 59          | 19                        | 31                      | 24              |
| Ouest Nord       | 22    | 17          | 18                        | 31                      | 26              |
| Lyon             | 13    | 5           | 35                        | 9                       | 24              |
| Vente à distance | 6     | 1           | 11                        | 6                       | 12              |
| Reste Rhône      | 6     | 8           | 2                         | 5                       | 3               |

### Indicateurs globaux

|   | Total   | Alimentaire | Non alimentaire | Équipement de la personne | Équipement de la maison | Culture Loisirs |
|---|---------|-------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Dépense de ménages (en K€)                          | 302 372 | 137 573     | 164 798         | 36 079                    | 65 239                  | 63 481          |
| Chiffre d'affaires es commerces (en K€)             | 309 272 | 172 210     | 137 063         | 18 980                    | 75 036                  | 43 047          |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) – Val d'Yzeron | 102,3   | 125,2       | 83,2            | 52,6                      | 115,0                   | 67,8            |
| Ratio CA / Dépense (indice base 100) - Métropole    | 102,8   | 102,5       | 103,0           | 107,7                     | 103,1                   | 100,1           |

\*Source : 9<sup>ème</sup> Enquête Consommateurs 2011

## Bilan de l'analyse qualitative des principaux pôles commerciaux

### Centralités

Tassin La Demi-Lune et Craponne présentent des centres villes dynamiques et diversifiés en matière d'offre commerciale, permettant de répondre aux besoins de proximité et aux besoins plus occasionnels de la population. Tassin bénéficie toutefois d'une diversité plus marquée, notamment en matière de niveaux de gammes, et d'un centre-ville rénové et étendu récemment, qui confèrent un rayonnement large à l'offre commerciale.

Sur Craponne, la qualité des espaces publics, la desserte en transports en commun et les liaisons piétonnes entre linéaires s'avèrent plus perfectibles.

Les autres communes bénéficient de centralités de proximité plus réduites en diversité et en taille mais proposant toutefois une offre relativement complète pour répondre aux besoins de base, avec une assez bonne concentration des activités. Des problématiques de visibilité et d'accessibilité de cette offre peuvent toutefois être relevées sur St Genis Les Ollières.

### Pôles périphériques

Le site de Taffignon (Francheville / Ste Foy les Lyon) offre une réponse aux besoins courants (hypermarché Carrefour, Grand Frais, activités de proximité en galerie marchande) et à certains besoins plus occasionnels (jardinerie, enseignes de prêt-à-porter en galerie marchande, enseigne de sport en cours d'implantation). Sa locomotive principale (centre commercial Carrefour) connaît un phénomène de vieillissement. Il s'agit d'un pôle assez bien desservi en transports en commun et très accessible en automobile mais, du fait de l'implantation des commerces de part et d'autre de l'axe routier principal, les liaisons entre les 3 entités commerciales s'avèrent perfectibles.

Sur Craponne, l'entrée Est, sans lien fonctionnel avec le centre-ville, concentre des moyennes et grandes surfaces diversifiées, répondant aux besoins courants (hypermarché, spécialistes alimentaires), occasionnels (bricolage, sport) ou plus exceptionnels (mobilier, aménagement de la maison). La configuration très étirée et discontinue peut toutefois pénaliser les synergies entre activités et contribue à disqualifier l'entrée de ville.

## Orientations stratégiques

### Enjeux

- Conforter la présence et le dynamisme d'une offre de proximité au sein des centres villes, centres-bourgs et centres de quartiers,
- Améliorer la réponse à certains besoins occasionnels, peu couverts ou peu diversifiés à l'échelle du bassin de vie et de ses franges immédiates
- Favoriser la pérennité et l'attractivité de centres villes commerçants affirmés (Tassin, Craponne), de dimensionnement et de composition cohérents avec la taille des communes.

- Moderniser et restructurer les sites commerciaux périphériques (Taffignon) dans une logique de qualification des entrées de ville et de maintien de leur attractivité commerciale

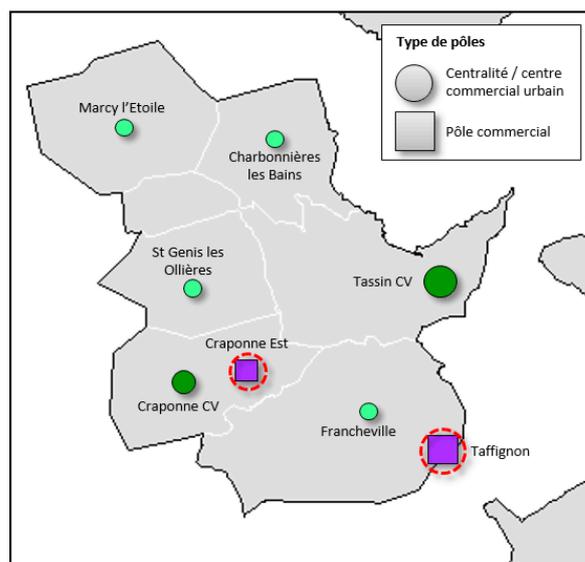
### Principes de développement :

- **Densification de l'offre de proximité sur les centralités de quartier et les centres villageois et urbains, et maîtrise du développement commercial sur les principales pénétrantes routières, hors tissu urbain constitué.** L'émergence de nouvelles polarités commerciales devra s'inscrire en accompagnement de projets urbains générateurs de besoins commerciaux de proximité supplémentaires (ex. : opération 100-104 Route de Paris à Charbonnières-les-Bains).
- **Diversification accrue des centres villes principaux (Tassin La Demi – Lune, Craponne) :**
  - Confortement des fonctions sur l'équipement de la personne
  - Diversification ciblée de l'offre par l'implantation de moyens formats :
    - Biens culturels
    - Petit mobilier – décoration
    - Brun / Blanc/ Gris
- **Pas d'enjeu de renforcement et de diversification des pôles périphériques (entrée Est de Craponne, Francheville Taffignon) :** les évolutions devront porter en priorité sur la modernisation des équipements existant (rénovation, adaptation des concepts marchands) et de leur environnement.

Par ailleurs, en lien avec les infrastructures de transport existantes et programmées, une réflexion devra être portée quant au devenir commercial des secteurs situés à proximité immédiate de celles – ci : pôles d'échanges multimodaux d'Alai et Écully – La Demi-Lune à court /moyen terme, échangeurs du futur Anneau des Sciences à moyen / long terme.

### Déclinaison sur les polarités

|           |   |
|-----------|---|
| Proximité | <b>Confortement</b> : maintien, dynamisation, voire densification des fonctions commerciales existantes, pouvant induire la modernisation, la restructuration et/ou la relocalisation des équipements commerciaux présents                                  |
|           | <b>Développement diversifié</b> : développement dans les centralités d'activités répondant à des besoins diversifiés, développement de nouveaux concepts commerciaux.   |
|           | <b>Diversification ciblée</b> : développement modéré de nouvelles catégories de produits en réponse à un objectif d'amélioration de la couverture des besoins à l'échelle du bassin de vie, et en complémentarité avec les centralités commerciales proches |
|           | <b>Renouvellement</b> : Logique de stabilisation quantitative des polarités et priorité à la requalification des équipements commerciaux existants  |
|           | <b>Modernisation / requalification / restructuration</b> : interventions favorisant l'attractivité des pôles commerciaux vieillissant (rénovation des façades, multi-modalité, parcours piétonniers, végétalisation, traitement des espaces extérieurs...)  |





# Schéma Directeur d'Urbanisme Commercial

de la métropole lyonnaise 2017-2020

