
SDUC

**Vers un Schéma d'Implantation et de
Développement Commercial**

2004 - 2010

préconisations sur Lyon / Villeurbanne

Secteur Lyon / Villeurbanne : éléments de cadrage

Population

la population du secteur représente plus de la moitié de la population de l'agglomération et elle a fortement augmenté entre 1990 et 1999 (+ 0.6% par an). La moyenne d'âge est nettement plus élevée que celle de l'agglomération mais elle diminue depuis 1990. La taille des ménages (autour de deux personnes) est la plus petite de l'agglomération.

Les perspectives d'évolution à l'horizon 2008 sont très différentes selon les quartiers.

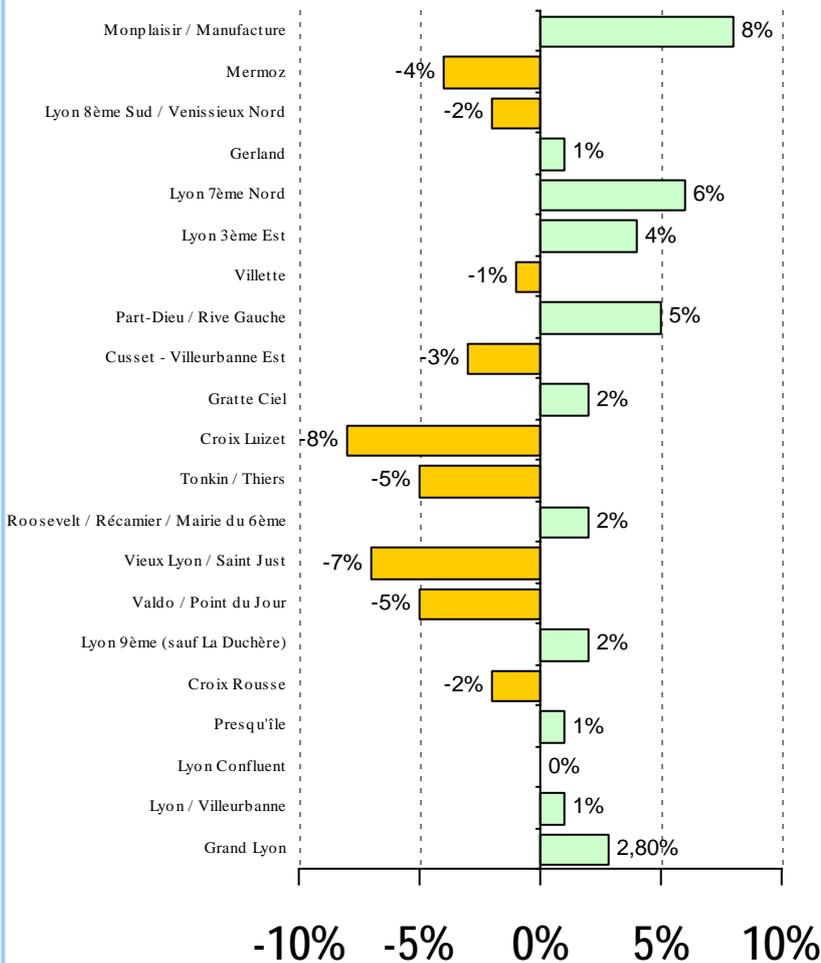
Le revenu net moyen par foyer est inférieur à celui de l'agglomération et à augmenté moins rapidement que sur le reste de l'agglomération.

Dans la mesure où les migrations domicile / travail sont faibles et que le secteur est très bien desservi en transports en commun, la part des ménages sans voiture est élevé : 32 %.

Secteur Lyon / Villeurbanne : bassins et typologie des pôles



Evolutions démographiques à l'horizon 2008



Habitat :

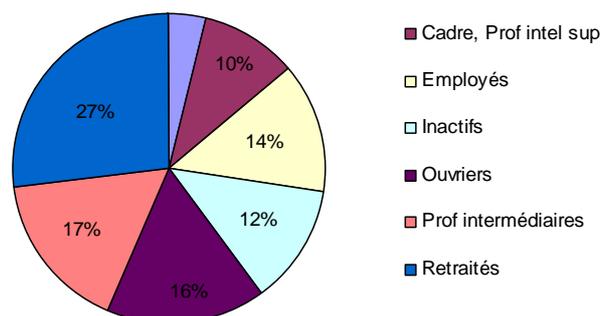
Le secteur regroupe près de 81 % du parc de logements locatifs privés de l'agglomération et enregistre le plus fort taux de construction entre 1990 et 1999.

Près de la moitié des logements HLM de l'agglomération sont regroupés sur le secteur centre mais ceux ci sont concentrés dans certains quartiers.

Le marché de la construction est très dynamique puisque 75 % des logements mis en vente sur l'agglomération sont dans le secteur Lyon / Villeurbanne.

Caractéristiques des ménages

le secteur centre regroupe un grand nombre d'emplois mais du fait d'une forte proportion de personnes âgées et d'étudiants, il détient un des taux d'activité les plus faibles de l'agglomération. Le secteur compte plus d'emplois que d'actifs et les habitants en bénéficient largement : 70 % des actifs occupés habitent et travaillent sur le secteur.

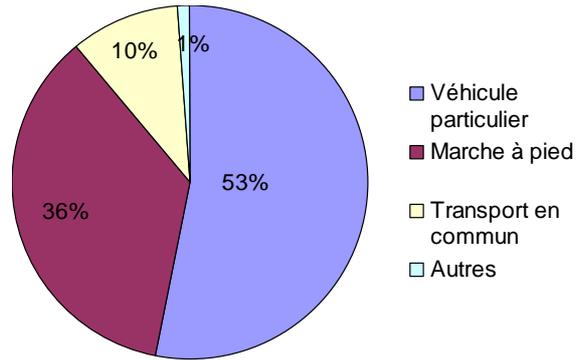


Secteur Lyon / Villeurbanne : éléments de cadrage

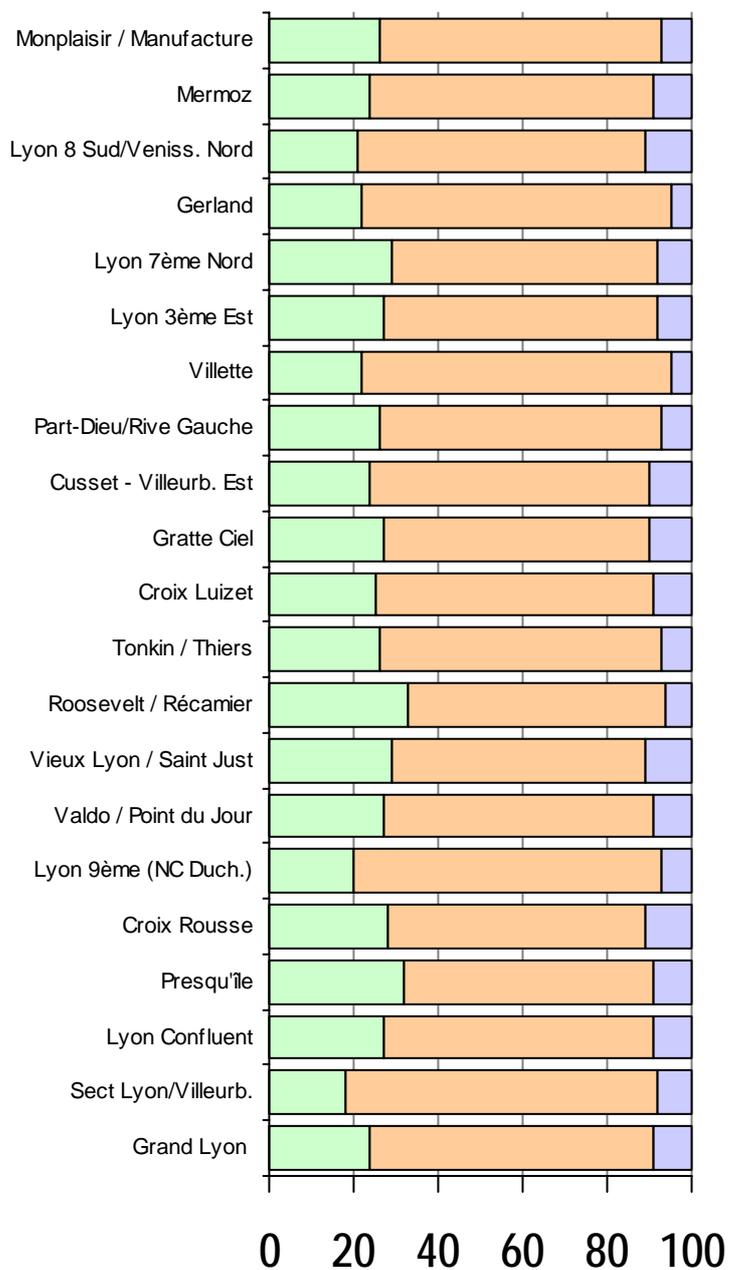
Chiffre d'affaires et Moyens de transports

L'automobile domine avec 53 % des actes d'achats réalisés en voiture, ce qui est faible en comparaison des autres secteurs étudiés.

Logiquement, c'est le secteur où la part des achats réalisés à pied ou en transports en commun est la plus forte. Pour beaucoup, les besoins immédiats peuvent être pourvus dans une logique de proximité et la Presqu'île et Part Dieu répondent aussi pour une large part à l'ensemble des besoins.



Lieux d'achats par forme de vente pour chaque bassin



Éléments économiques

Le secteur Lyon / Villeurbanne regroupe 27% des m² grandes surfaces de l'agglomération et des pôles majeurs importants :

La Presqu'île, pôle régional avec plus de 2500 commerces et avec une forte spécialisation en équipement de la personne et en culture / loisirs réalise un CA de 461 M€, pour une offre de 13 914 m² en alimentaire et 150 826 m² en non alimentaire.

La Croix Rousse qui est le seul centre attractif et à taille humaine avec un marché dynamique, réalise un CA de 130 M€, avec une offre de 7570 m² en alimentaire et de 21763 m² en non alimentaire.

Le secteur Rive Gauche, apparaît comme un ensemble hétérogène servant pour une part la proximité, mais qui possède également des offres spécifiques (équipement de la maison, motos). Elle réalise un CA de 283 M€, avec une offre de 19765 m² en alimentaire et de 79224 m² en non alimentaire.

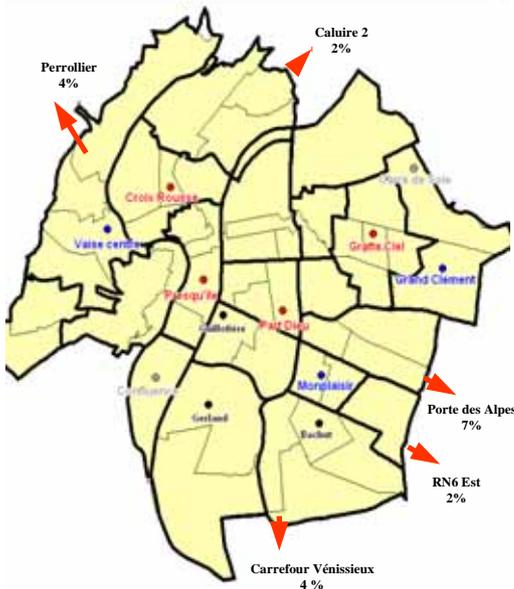
La Part Dieu, pôle régional et premier pôle de l'agglomération réalise un CA de 551 de M€, avec une offre de 20069 m² en alimentaire et de 38377 m² en non alimentaire.

Le pôle des Gratte Ciel à Villeurbanne centre : avec un hypermarché de 2600 m² et une offre en équipement de la personne. Réalise un CA de 59 M€, pour une offre de 2600 m² en alimentaire (GS) et 3200 m² en non alimentaire (GS).

■ Petits Commerces
■ Grandes Surfaces
■ Autres formes

Secteur Lyon / Villeurbanne : éléments de cadrage

Secteur Lyon / Villeurbanne : bassins et typologie des pôles



Fonctionnement commercial :

Le secteur accueille 14 108 cellules commerciales dont 12 168 en activité sur 732 858 m² de surface de vente toutes formes de commerce confondu. On note une distinction importante entre Lyon (qui concentre plus de 6000 commerces sur la Presqu'île et la Rive gauche) et Villeurbanne.

Le chiffre d'affaires développé est de 2 milliards d'euros pour une dépense commercialisable de 2.5 milliards d'€.

La situation commerciale est donc globalement déficitaire du fait de l'évasion observée en direction des pôles périphériques essentiellement pour l'alimentaire. Le secteur équipement de la personne est très excédentaire.

Outre les pôles structurants précisés précédemment, un certain nombre de pôles secondaires comme Vaise ou Monplaisir offrent une alternative commerciale très intéressante pour les habitants. Le secteur est globalement maillé par une offre commerciale riche et diversifiée.

Le projet Confluence doit venir compléter l'offre du secteur centre en apportant à la fois une offre de proximité et une offre d'agglomération en lien avec des activités de loisirs.

Si les pôles majeurs influent sur les comportements d'achat de manière importante, le secteur étudié a été divisé en 19 bassins à l'intérieur desquels des comportements d'achats homogènes ont été révélés.

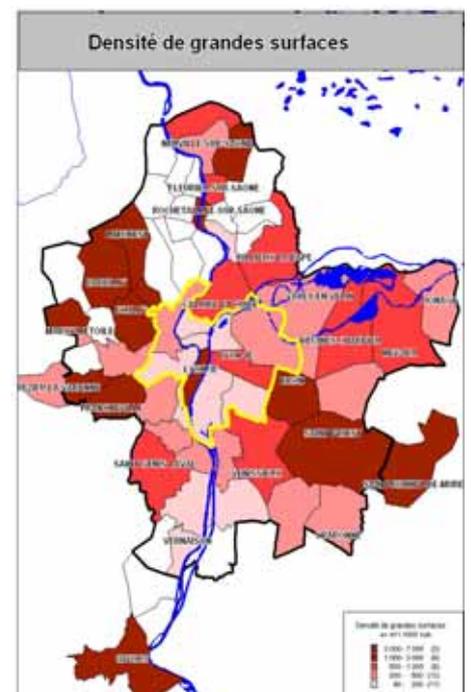
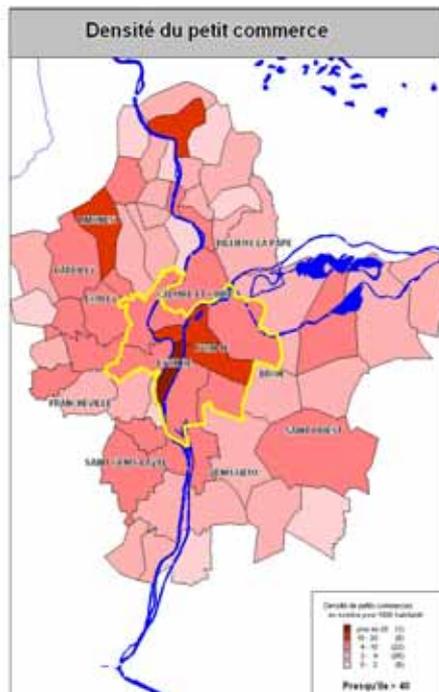
L'évasion est aussi importante, notamment sur les limites géographiques du secteur. Apparaissent principalement les pôles du Pérollier (surtout pour Lyon 9, Lyon 5, Lyon 2), Caluire (surtout pour Lyon 4), Carrefour Vénissieux (surtout pour Lyon 8) et Portes des Alpes et RN6 est.

Interrelations avec les autres territoires :

Le secteur Lyon / Villeurbanne est le cœur du dynamisme commercial de l'agglomération.

Son attraction dépasse les limites de la région grâce à une offre dense, concentrée et diversifiée sur l'hypercentre de la Presqu'île à la Part Dieu. Le nombre de petits commerces est très élevé par rapport au reste de l'agglomération, particulièrement sur les secteurs Presqu'île et Rive gauche.

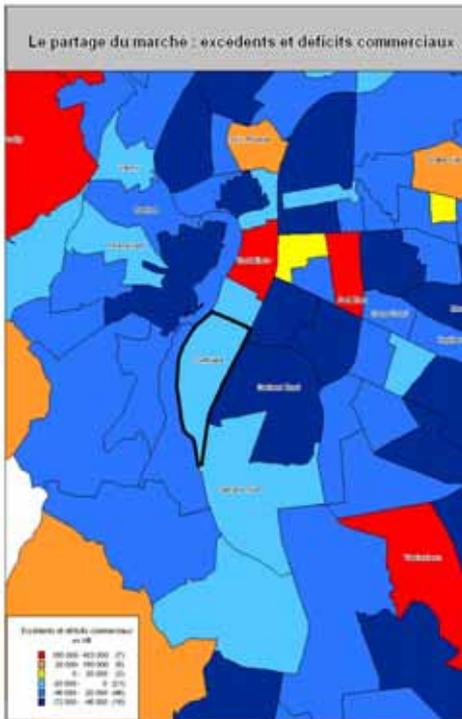
A l'inverse, la densité de grandes surfaces est plus faible excepté sur la Presqu'île et la Part Dieu où existe une offre importante, avec une dominante culture loisir pour la Presqu'île et une dominante équipement de la personne pour la Part Dieu.



Enjeux à l'échelle du secteur :

- Poursuivre les efforts de dynamisation des centralités principales et secondaires
- adapter l'offre de proximité à l'évolution démographique et aux attentes des consommateurs
- Optimiser la diversité de l'offre commerciale afin de conforter la place de centralité régionale au niveau commercial : le projet Confluence répond à cet enjeu tout en apportant une offre de proximité permettant de redynamiser une centralité existante.

Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Lyon Confluent



Comportements d'achat, faits marquants :

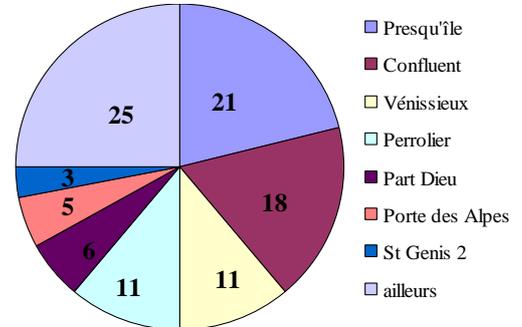
dépenses : 32 M , 46% alimentaire, 54 % non alimentaire

formes de vente : 64 % grandes surfaces; 27% petits commerces, 9 % autre

évasion : 82 %

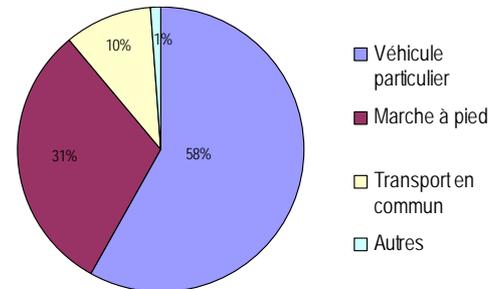
lieux d'achats :

en pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin Confluent capte 18%. Les évasions s'effectuent surtout vers la Presqu'île, vers le Pérollier, en raison d'un accès simplifié par le tunnel de Fourvière et vers Carrefour Vénissieux, accessible par le boulevard Bonneveay.



Chiffre d'affaires et Moyens de transport

la voiture est utilisée à 58%, chiffre supérieur à la moyenne sur le secteur Lyon / Villeurbanne



Fonctionnement global du bassin :

Le bassin compte 7400 habitants pour 3600 ménages (soit une taille des ménages relativement faible) et représente une dépense de 32 M .

l'attractivité du secteur est très faible avec un ration CA/DC de 0.41 pour un CA de 13 M .

Le bassin bénéficie d'une offre en petits commerces regroupée sur le cours Charlemagne. En alimentaire, 30 % des dépenses seulement sont effectuées sur le bassin tandis qu'en non alimentaire, 32 % des dépenses s'évadent vers la Presqu'île. Les pôles de Carrefour Vénissieux et du Pérollier à Ecully captent chacun 11 % des dépenses des habitants. 6% de ces dépenses sont réalisées à la Part Dieu.

Enjeux à l'échelle du bassin :

Valoriser l'offre existante par une amélioration qualitative sur le cours Charlemagne et le secteur de la gare.

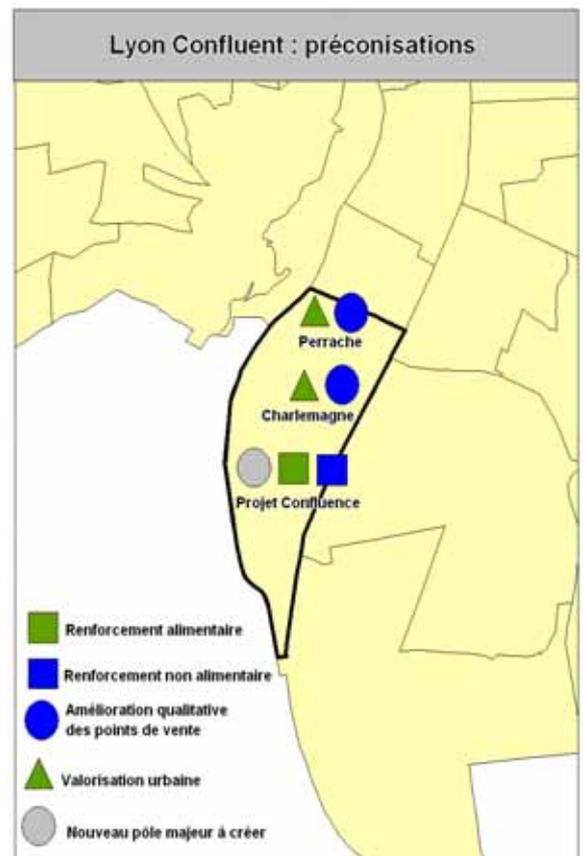
Renforcer l'offre alimentaire et non alimentaire dans une logique de proximité et dans une logique de renforcement du secteur centre en cohérence avec le projet urbain de Confluence où le développement d'une offre de loisirs est prévue. Le projet de pôle de loisirs de Confluence répondra à ce double objectif.

Orientations sur le bassin :

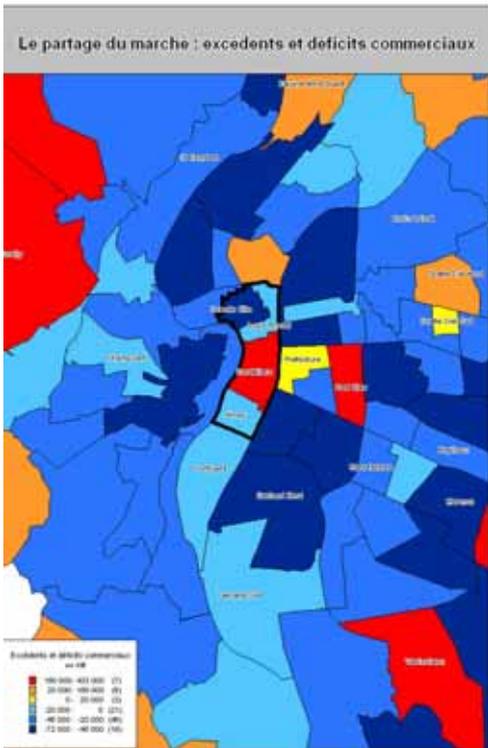
Création du pôle de loisirs Confluence

Valorisation urbaine dans le cadre du projet Confluence : place des archives, tramway...

Amélioration qualitative des points de vente.



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de la Presqu'île



Comportements d'achat, faits marquants :

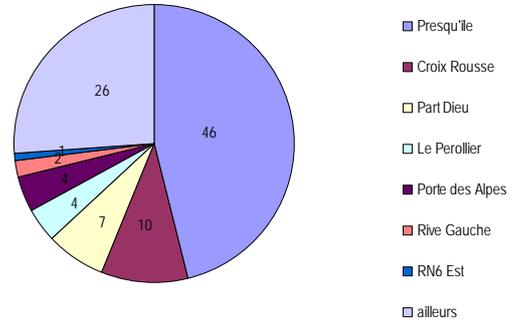
dépenses : 207 M , 44 % alimentaire, 56 % non alimentaire

formes de vente : 59 % grandes surfaces; 32% petits commerces, 9% autre

évasion : 53 %

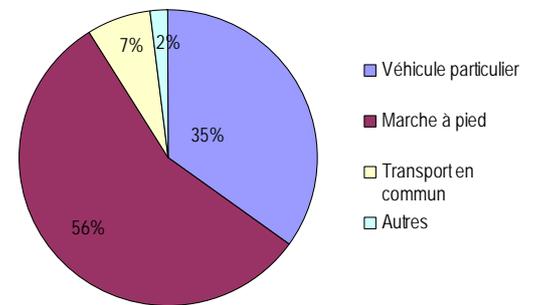
lieux d'achats :

En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin les trois premières destinations d'achat sont la Presqu'île, la Croix Rousse et la Part Dieu.

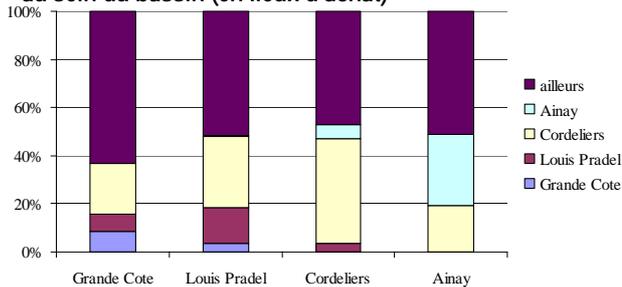


Chiffre d'affaires et Moyens de transport :

la marche à pied domine.



Attraction de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin

La Presqu'île constitue un pôle régional en raison du nombre de ses commerces (près de 2500) et la largeur de sa zone de chalandise. Son chiffre d'affaires dépasse les 400 M dans un contexte où 431 établissements sont contrôlés par des enseignes nationales. Son ampleur géographique rend difficile la perception globale de son offre très diversifiée et très riche avec par exemple des spécialisations sur la restauration, le commerce de luxe, l'équipement de la maison / antiquité/brocante...

Le bassin compte 43 000 habitants pour 22 600 ménages. 52 % des ménages ne comptent qu'une personne.

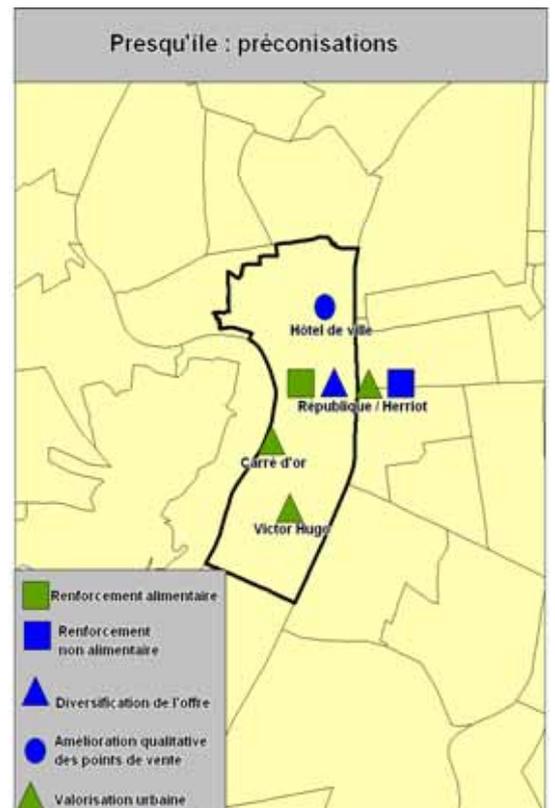
l'attractivité du secteur est très forte avec un ratio CA/DC de 2.13 pour un CA de 440 M . Cette attractivité si elle est faible pour l'alimentaire peut monter jusqu'à un ratio CA/DC de 4.67 pour l'équipement de la personne.

Enjeux à l'échelle du bassin :

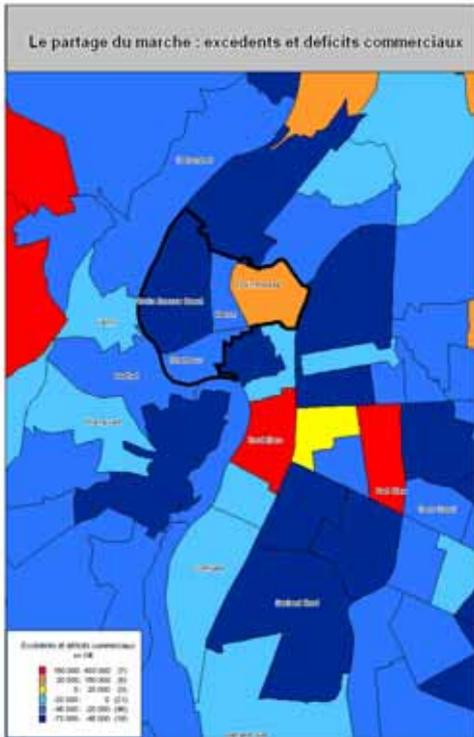
- Développer l'attractivité de chaque pôle dans le respect de sa spécificité
- Assurer le rayonnement de l'agglomération par une offre qualitative et diversifiée en alimentaire et non alimentaire
- Conférer plus d'homogénéité urbaine et qualitative aux pôles constitutifs du bassin.

Orientations sur le bassin

- renforcer l'offre alimentaire et non alimentaire
- Diversifier les enseignes, accueillir de nouveaux concepts sur République / Herriot
- Assurer l'accessibilité du secteur carré d'Or
- Améliorer la qualité des cellules commerciales du nord du bassin
- Valoriser le cadre urbain du sud du secteur en prévision du projet Confluence et du lien à développer.



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de la Croix Rousse



Comportement d'achat, faits marquants :

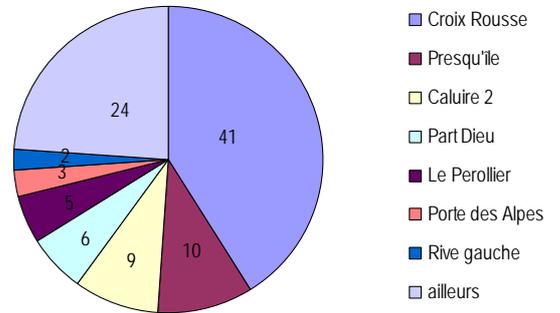
dépenses : 182 M , 45 % alimentaire, 55 % non alimentaire

formes de vente : 61% grandes surfaces; 28 % petits commerces, 11% autre

évasion : 62 %

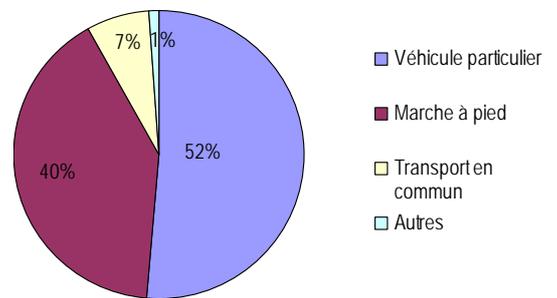
Lieux d'achats :

En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin 41% des achats sont effectués sur Croix Rousse, ce qui confirme son rôle de pôle majeur.

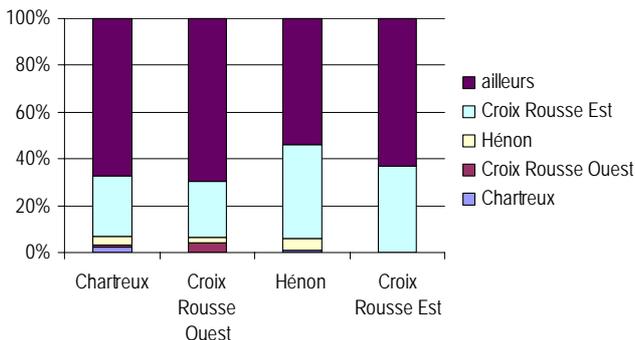


Chiffre d'affaires et Moyens de transport :

l'utilisation de la voiture reste bien modeste.



Attraction de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin

le bassin Croix Rousse est plus qu'un pôle secondaire car il dispose d'une offre structurée qualitative et diversifiée sur le Boulevard, la place, la Grande Rue qui accueille à proximité immédiate une locomotive alimentaire importante (Monoprix). Le bassin bénéficie également d'un marché forain de bon niveau et très attractif.

Le bassin compte 38 000 habitants pour 19 000 ménages.

Malgré la fonction de pôle majeur de Croix Rousse, l'attraction du bassin est plutôt faible avec un ration CA/DC de 0.68 pour un CA de 210 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

Renforcer l'attractivité du plateau de la Croix Rousse
Diversifier l'offre et assurer un bon niveau qualitatif.

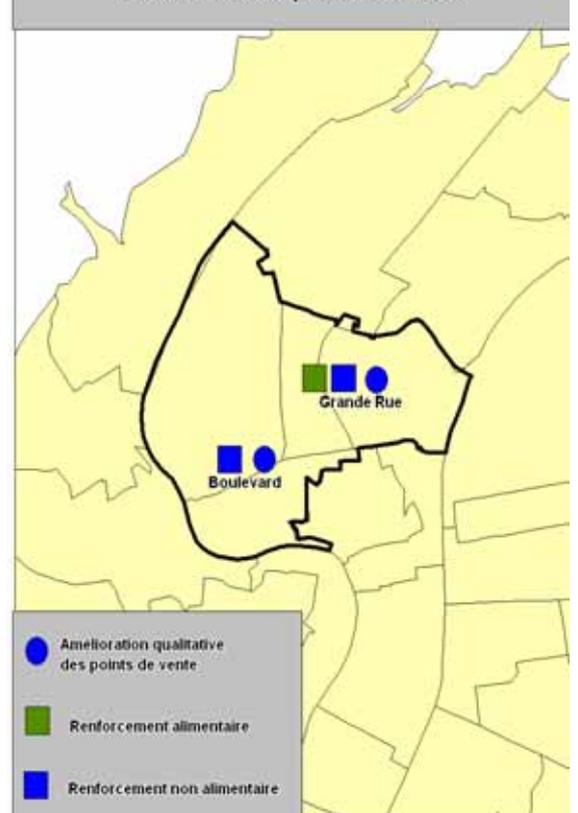
Orientations sur le bassin :

Développement qualitatif et quantitatif surtout en culture loisir et équipement de la maison, dans une moindre mesure en équipement de la personne et enfin en alimentaire

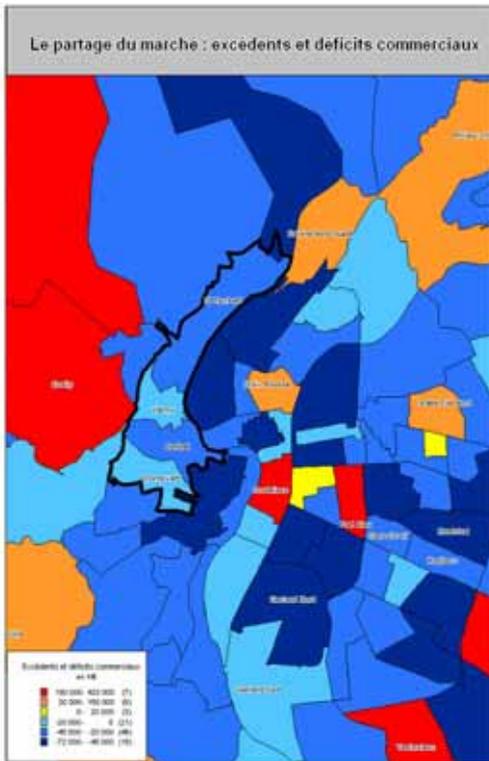
Travail sur la disponibilité de fonciers.

Travail sur l'état des points de vente.

Croix Rousse : préconisations



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Lyon 9ème



Comportements d'achat, faits marquants :

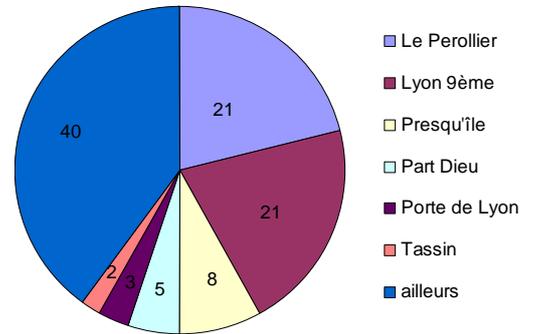
dépenses : 177 M , 46 % alimentaire, 54 % non alimentaire

formes de vente : 73 % grandes surfaces; 20 % petits commerces, 7% autre

évasion : 73%

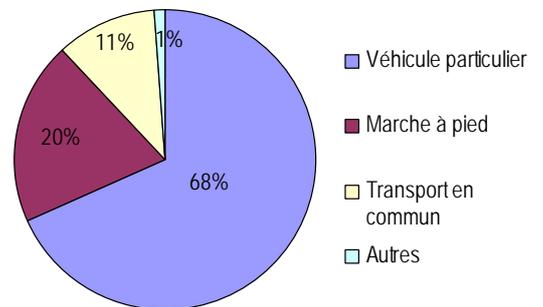
Lieux d'achats :

En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin, 21% des achats sont effectués sur le bassin à égalité avec le Pérollier très accessible par l'axe traversant du 9ème.

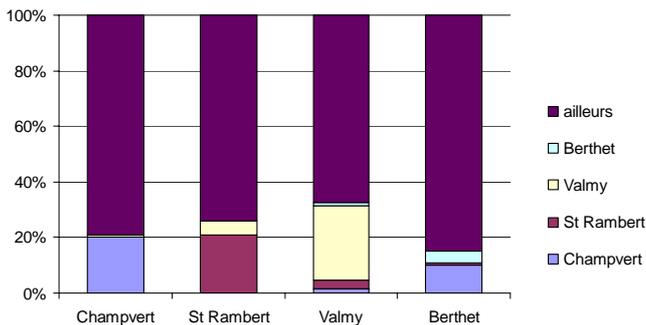


Chiffre d'affaires et Moyens de transport :

La voiture domine.



Attraction de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin

Les dépenses des habitants du bassin s'évaluent fortement, essentiellement vers les grandes surfaces, dont 21 % vers le pôle Perollier. Les dépenses alimentaires sont effectuées à hauteur de 50% sur place tandis que les dépenses non alimentaires se dirigent surtout vers la Presqu'île et Part Dieu.

Le bassin compte 40 000 habitants avec 18 000 ménages, pour un potentiel de dépense commercialisable de 177 M . Le nombre de personnes par ménage (2.22) est supérieur à la moyenne du secteur.

L'attractivité du secteur est faible avec un ratio CA/DC de 0.51 pour un CA de 89 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

Réorganiser l'offre de la Duchère dans le cadre du Grand Projet de Ville

Renforcer le centre de Vaise pour en faire un pôle structurant (ou pôle secondaire) à l'échelle d'un quartier qui se développe et se recompose.

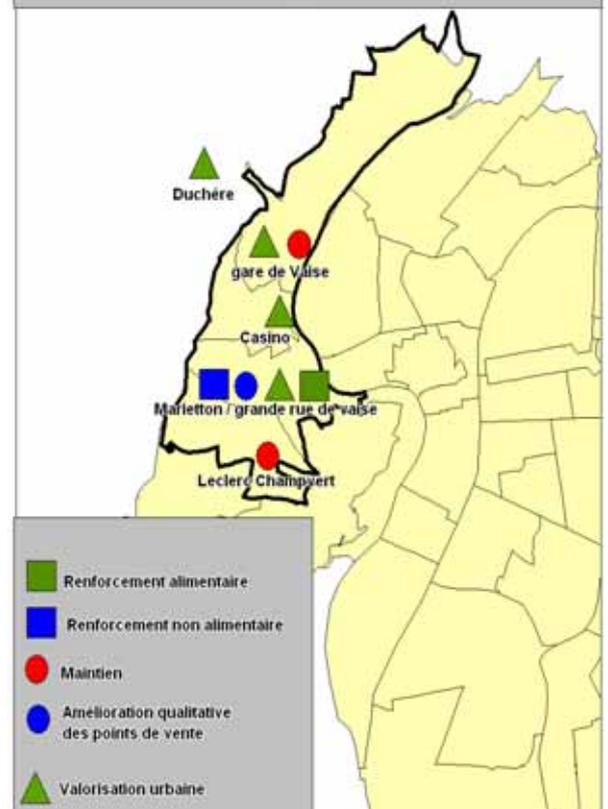
Orientations sur le bassin :

Regroupement de l'offre de la Duchère afin de créer une centralité attractive

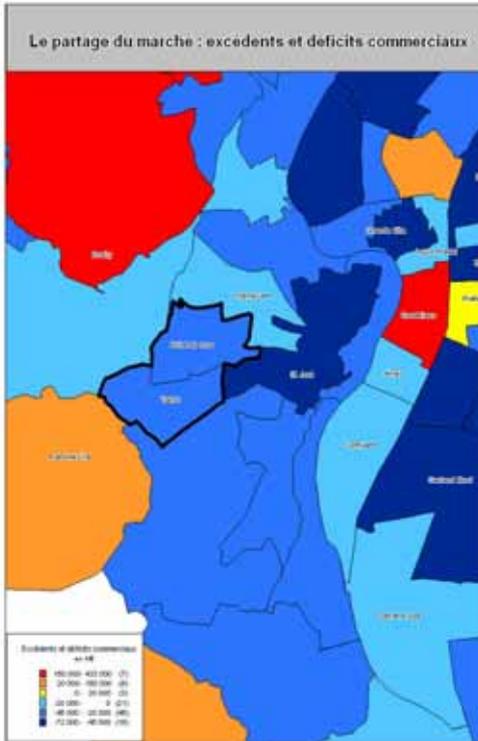
Développer et diversifier l'offre sur le centre de Vaise en alimentaire et non alimentaire.

Amélioration qualitative des points de vente sur le centre de Vaise.

Lyon 9ème : préconisations



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Valdo / Point du jour



Comportements d'achat, faits marquants :

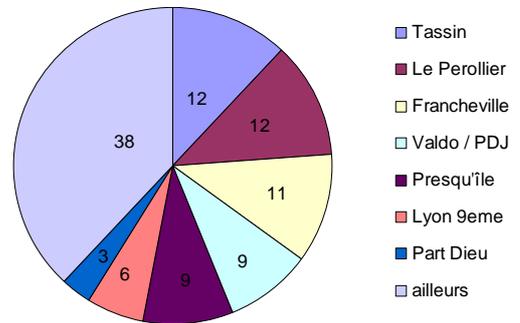
dépenses : 83 M , 46 % alimentaire, 54 % non alimentaire

formes de vente : 64% grandes surfaces; 27 % petits commerces, 9 % autre

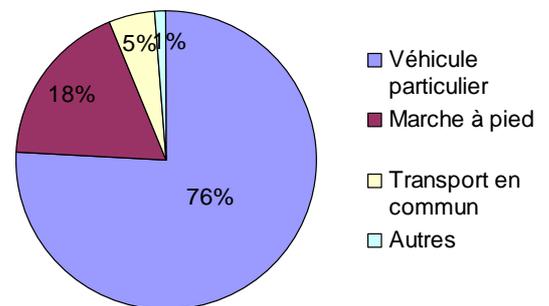
évasion : 91 %

Lieux d'achats :

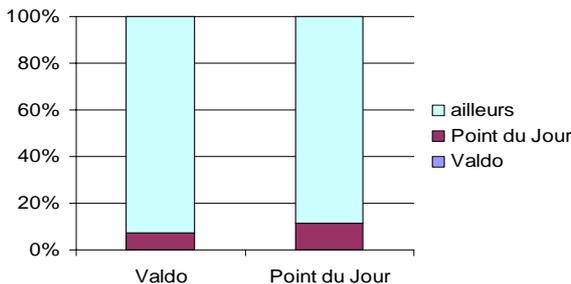
En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin Les lieux d'achat sont multiples et montrent bien la position difficile de ce bassin constitué en plateau versant sur Tassin, le Pérolier, Francheville et la Presqu'île. Le 9ème apparaît en raison de la présence de Leclerc en lisière du bassin



Chiffre d'affaires et moyens de transport :
la voiture domine.



Attractivité de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin

Le bassin est caractérisé par une évation très importante essentiellement vers Tassin, le Perollier et Francheville Taffignon. Toutefois, les petits commerces résistent bien grâce à une armature commerciale dense sur le Point du Jour, qui constitue une offre assez qualitative, même si son attraction reste faible, marquée par un contexte très concurrentiel.

Relativement peu peuplé (19 000 habitants pour un potentiel de consommation de 83 M), le bassin se caractérise par un vieillissement de la population (33% des ménages ont plus de 60 ans).

L'attractivité du secteur est très faible avec un ratio CA/DC de 0.15 pour un CA de 12 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

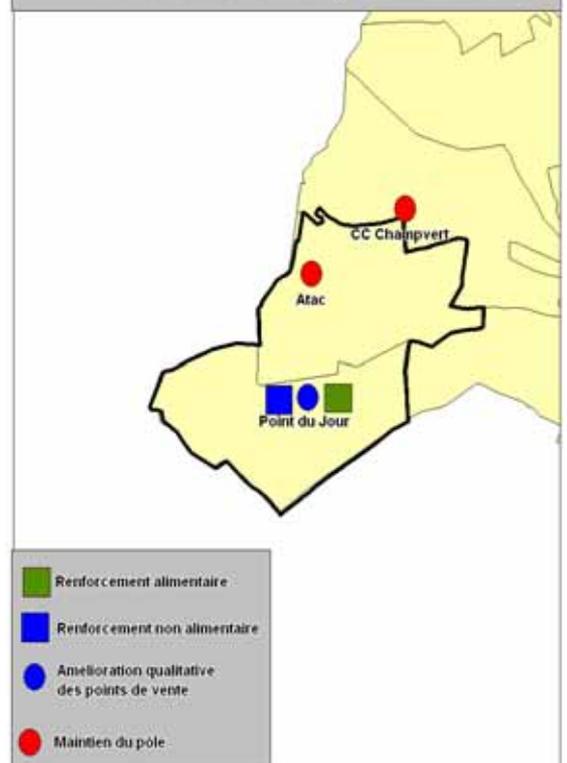
Maintenir la centralité du point du jour

Orientations sur le bassin :

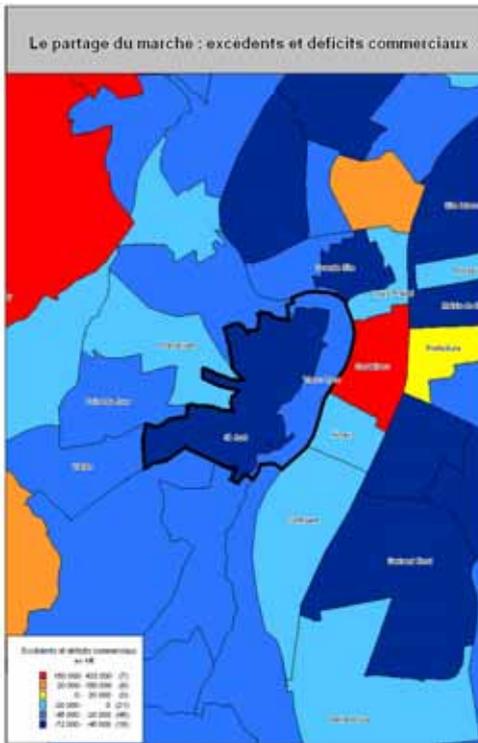
Amélioration de la qualité des points de vente sur le Point du Jour

Renforcer l'offre de manière modérée pour ne pas fragiliser l'existant

Valdo / Point du Jour : préconisations



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Vieux Lyon / St Just



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 98 M , 45 % alimentaire, 55 % non alimentaire

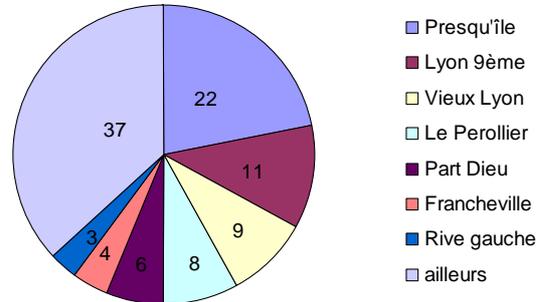
formes de vente : 60 % grandes surfaces; 29 % petits commerces, 11% autre

évasion : 91 %

lieux d'achats :

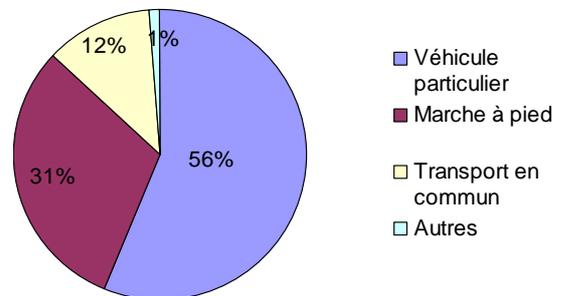
En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin la Presqu'île est

le principal lieu d'achat, suivi du 9ème (Leclerc Champvert), puis du Pérollier

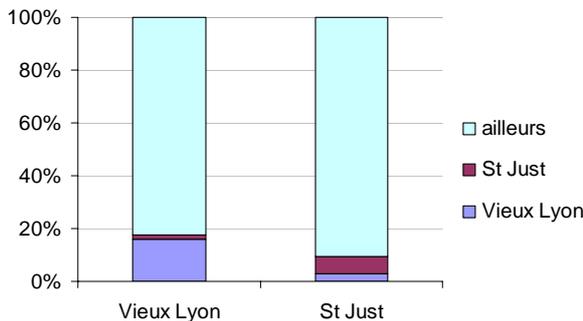


Chiffre d'affaires et moyens de transport

l'utilisation de l'automobile demeure modeste.



Attraction de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin

Ce territoire en forte déclivité dispose d'un pôle commercial assez structuré et dense (110 commerces et services sur les pôles de St Just et du vieux Lyon en bord de Saône, où l'on trouve l'offre spécifique typique d'un quartier ancien et touristique (bouquinistes, restaurants, cafés...).

Ce quartier a une problématique de locaux vacants sur le sud.

L'évasion est très importante (près de 84 %) essentiellement dirigée vers la Presqu'île pour le non alimentaire, vers la Presqu'île et le 9ème arrondissement pour l'alimentaire.

La population du bassin est de 22 000 habitants pour 10 000 ménages avec une dépense commercialisable de 98 M . Le poids des "CSP +" est supérieur à la moyenne du secteur.

L'attractivité du secteur reste très faible avec un ratio CA/DC de 0.16 pour un CA de 15 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

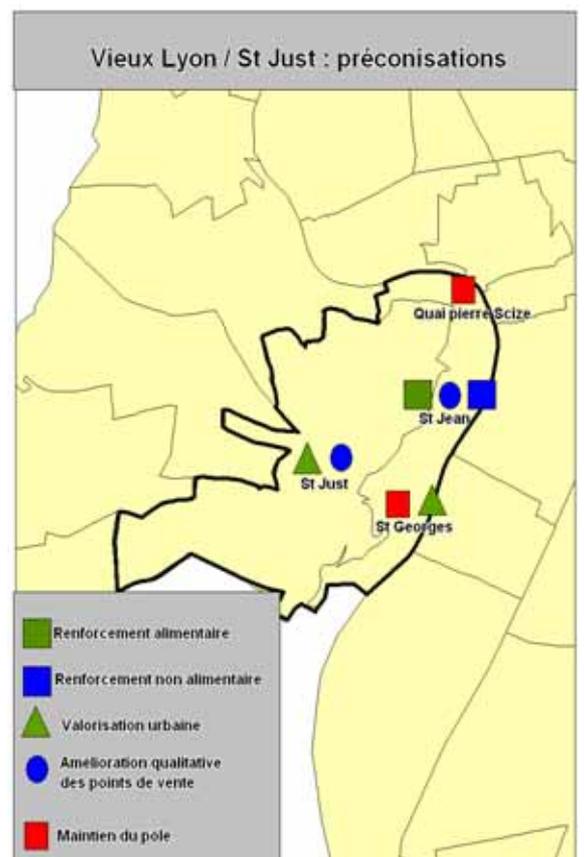
Maintenir et valoriser une offre spécifique et complémentaire à la Presqu'île.

Orientations sur le bassin :

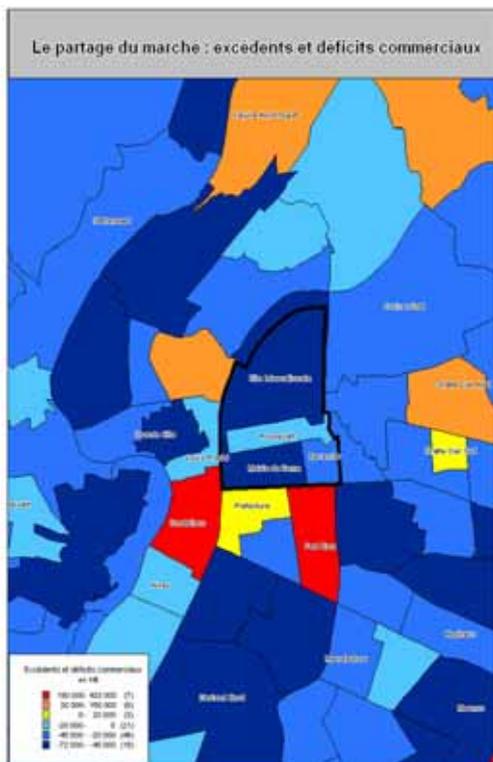
Amélioration qualitative de l'offre de St Just et valorisation urbaine.

Amélioration de la qualité des points de vente sur le quartier st Jean

Resserrement du linéaire commercial vers le nord pour le quartier St Georges



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Roosevelt / Récamier / Mairie du 6ème



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 204 M , 45 % alimentaire, 55 % non alimentaire

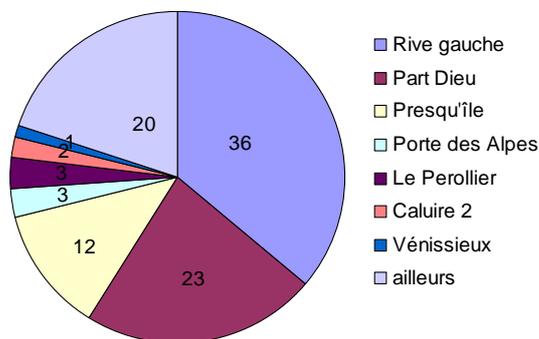
formes de vente : 61 % grandes surfaces; 33 % petits commerces, 6% autre

évasion : 73 %

Lieux d'achats

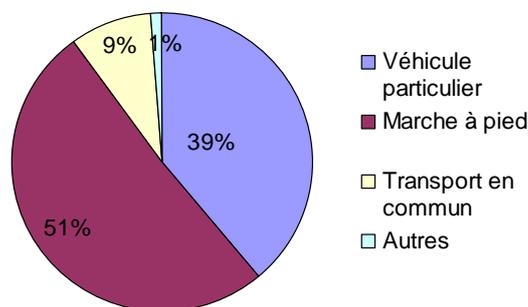
En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin.

Si Rive Gauche demeure le principal lieu d'achat, la Part Dieu est très attractive pour ce bassin, bien devant la Presqu'île.

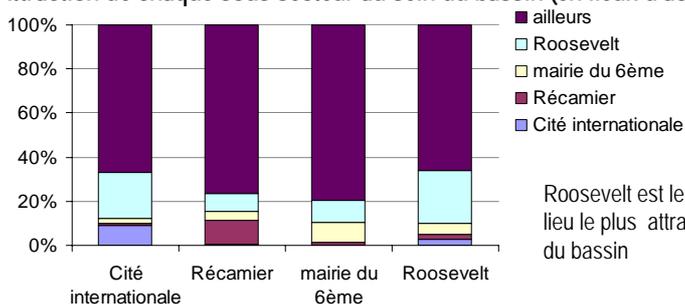


Chiffre d'affaires et moyens de transport

Une place importante pour la marche à pied.



Attraction de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Roosevelt est le lieu le plus attractif du bassin

Fonctionnement global du bassin :

Ce bassin s'articule autour d'une offre dense avec

- le pôle Roosevelt qui accueille 573 commerces et services dont deux locomotives alimentaires : un Atac de 1500 m² et un marché U de 800 m²
- le pôle des Brotteaux avec une offre diverse, un taux de vacance important et une spécialisation sur la restauration
- une offre éclatée sur Dusquesne et vieillissante sur Foch.

Le bassin voit les dépenses de ses habitants s'évader largement même si 59 % des dépenses alimentaires restent sur l'ensemble Rive Gauche. La Part Dieu est également un lieu d'achat très important avec 20 % des dépenses (ali + non ali). La population du bassin est de 42 000 habitants pour 21 000 ménages qui développent une dépense de 204 M . Le poids des "CSP+" est très favorable.

l'attractivité du secteur est faible avec un ratio CA/DC de 0.41 pour un CA de 84 M .

Ce bassin accueille aussi la Cité Internationale dont le développement commercial modeste et spécifique se justifie par un accompagnement de son développement en terme de logements et d'activités de bureaux et d'activités liées au congrès.

Enjeux à l'échelle du bassin :

Assurer le maintien d'une offre non alimentaire alternative à la Presqu'île et à la Part Dieu
Développer l'aspect qualitatif de l'offre

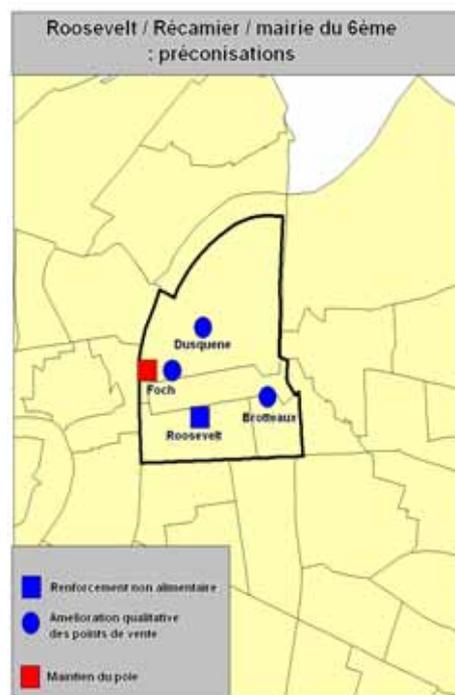
Orientations sur le bassin :

Renforcer l'offre non alimentaire (surtout en équipement de la maison -décoration)

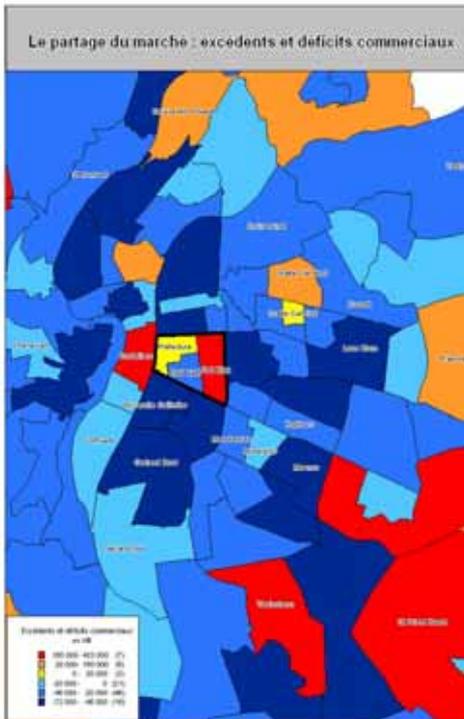
Améliorer la qualité des points de vente sur Dusquene, Brotteaux et Foch

Veiller au maintien de l'activité sur Foch

Accompagner le développement de la Cité Internationale



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Part Dieu / Rive Gauche



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 148 M , 44 % alimentaire, 56 % non alimentaire

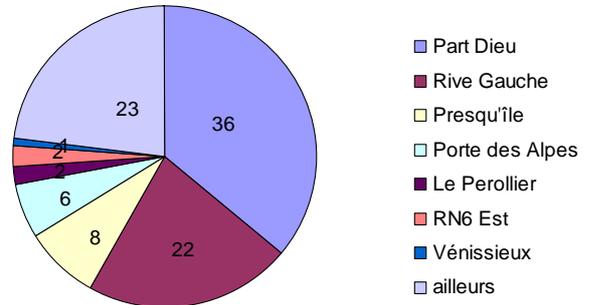
formes de vente : 67 % grandes surfaces; 26 % petits commerces, 7% autre

évasion : 49 %

Lieux d'achats

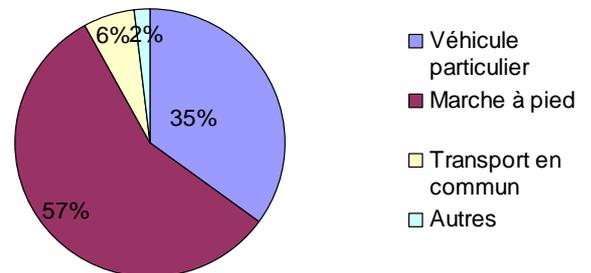
En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin

58% des achats se font sur le bassin

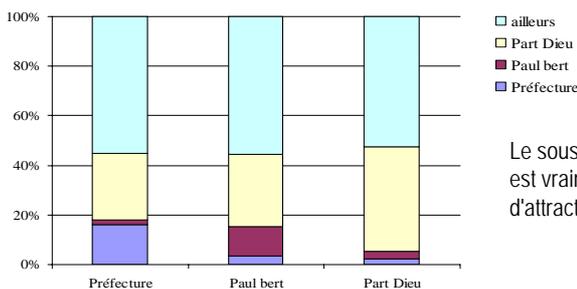


Chiffre d'affaires et moyens de transport :

la marche à pied réalise un excellent score



Attraction de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Le sous-secteur Part Dieu est vraiment le pôle d'attraction du bassin

Fonctionnement global du bassin : le bassin présente une situation commerciale très excédentaire du fait de la présence du pôle majeur de Part Dieu, l'un des premiers centre commercial français de 22 303 m² ali et 40 533 m² non ali avec un chiffre d'affaires de 551 M.€. La Part Dieu a une attractivité régionale.

Les dépenses qui ne sont pas effectuées sur place sont réalisées principalement sur Rive Gauche et la Presqu'île. Rive Gauche est un grand ensemble aux composantes et spécificités multiples : le meuble, la petite enfance, l'offre asiatique, les Halles. Rive Gauche fonctionne donc dans une logique de proximité et dans une logique « grand centre ». Le secteur Rive Gauche, c'est 19765 m² ali et 38 377 m² non ali grandes surfaces et c'est un CA de 283 M.

La population du bassin est de 30 000 habitants pour 16 500 ménages développant une dépense de 143 M. La taille des ménages est très inférieure à la moyenne avec 53 % des ménages qui ne comptabilisent qu'une personne.

l'attractivité du secteur est extrêmement forte avec un ratio CA/DC de 3.70 pour un CA de 551 M.

Enjeux à l'échelle du bassin :

Privilégier le développement de l'ensemble Rive gauche dans une logique « Grand Centre » de la Prequ'île à la Part Dieu

Maintenir et renforcer l'offre traditionnelle spécifique de Rive Gauche

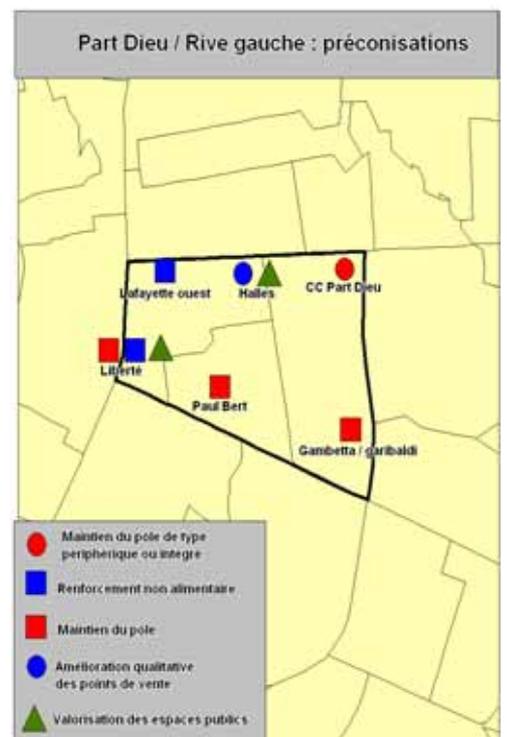
promouvoir les spécificités du bassin

Orientations sur le bassin :

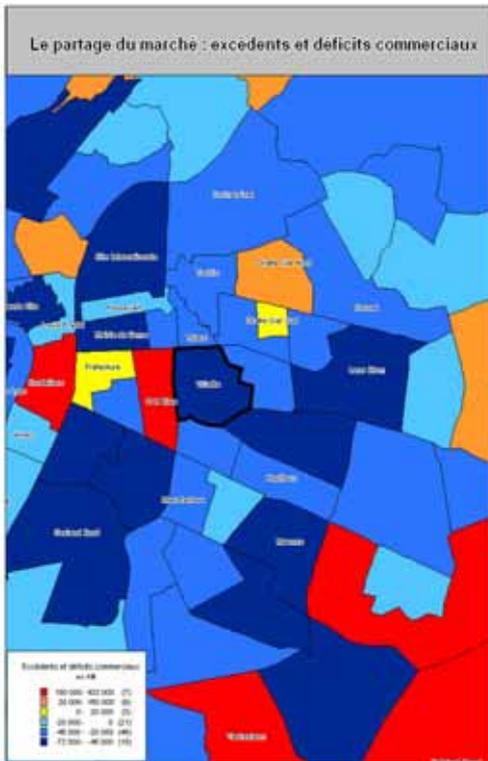
Soutenir et renforcer l'offre spécifique « équipement de la maison » sur Liberté

Réaménager et renforcer les Halles de Lyon

Maîtriser le développement de la Part Dieu dans une notion d'équilibre Grand Centre et plus globalement à l'échelle de l'agglomération



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Vilette



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 100 M , 44 % alimentaire, 56 % non alimentaire

formes de vente : 73 % grandes surfaces; 22 % petits commerces, 5 % autre

évasion : 86 %

Lieux d'achats

En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin

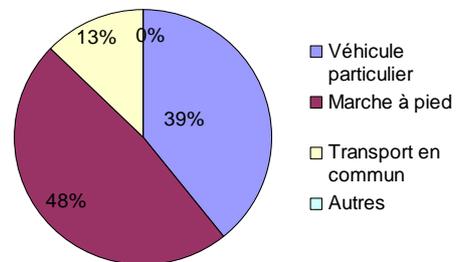
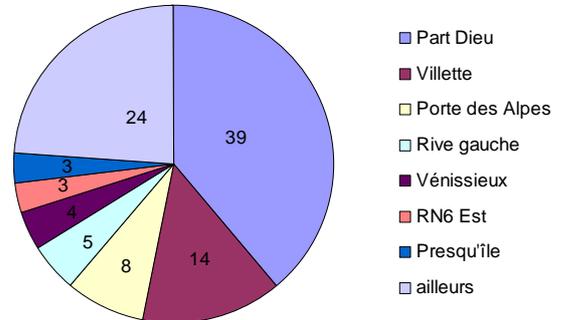
Le Centre Commercial de La Part Dieu est le premier lieu d'achat du fait de sa proximité.

Vilette est situé dans le 3ème Est derrière les voies ferrées.

L'avenue Lacassagne, comme itinéraire de sortie de l'agglomération favorise l'évasion vers le pôle Portes des Alpes, qui ressort ainsi comme 3ème destination d'achat après le bassin lui-même.

Chiffre d'affaires et Moyens de transports

La marche à pied réalise un bon score.



Fonctionnement global du bassin :

le bassin est caractérisé par une très forte évasion essentiellement dirigée vers les grandes surfaces. Avec 79% de part de marché en alimentaire et 22% en non alimentaire, les grandes surfaces ont un poids considérable (plus haut niveau sur Lyon / Villeurbanne)

L'évasion est forte : 73% en alimentaire et 86% en non alimentaire.

La Part Dieu attire à elle seule 39 % des dépenses pour l'alimentaire et 42% pour le non alimentaire.

La population du bassin est de 21 000 habitants pour 10 000 ménages pour une dépense de 100 M . Le nombre de ménages a fortement augmenté (+34 %) de 1990 à 1999. L'attractivité du secteur est faible, surtout en non alimentaire avec un ratio CA/DC de 0.30 pour un CA de 29 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

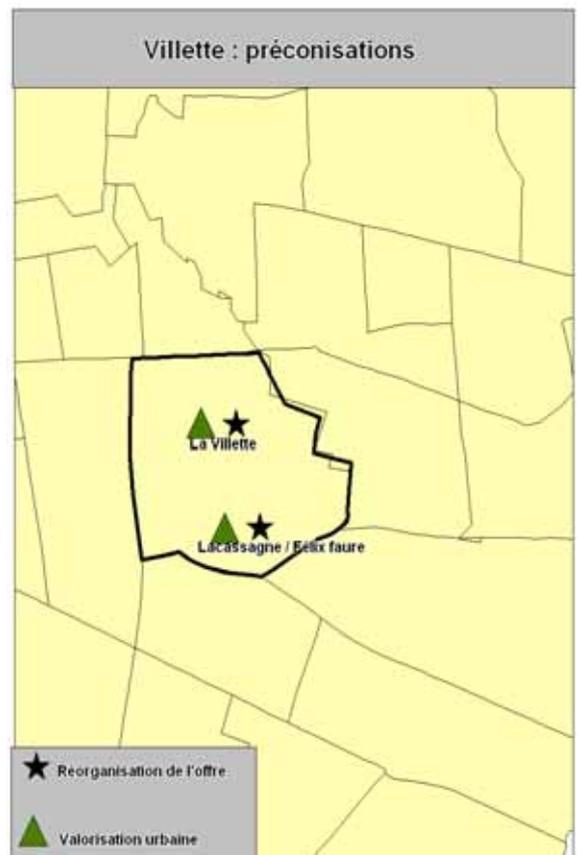
Assurer la lisibilité des pôles de proximité

Orientations sur le bassin :

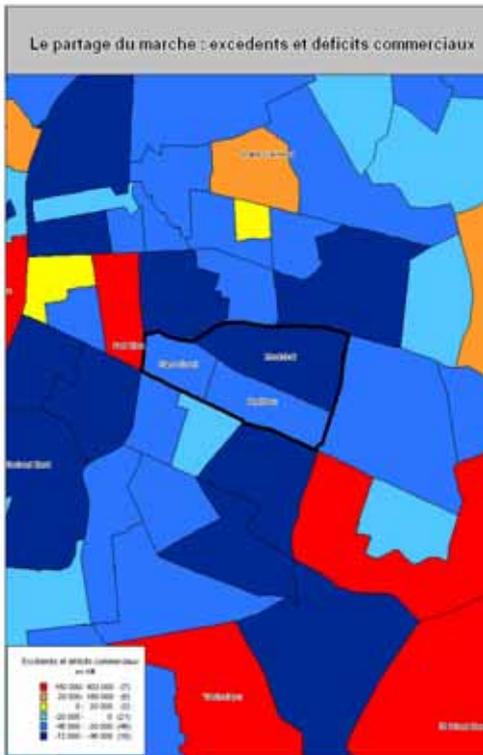
Réorganiser l'offre commerciale de Vilette et Lacassagne

Améliorer les cheminements piétons sur la Vilette.

Valoriser les espaces publics et réflexions sur la circulation sur Lacassagne / Félix Faure



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Lyon 3ème Est



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 143 M , 45 % alimentaire, 55 % non alimentaire

formes de vente : 65 % grandes surfaces; 27 % petits commerces, 8 % autre

évasion : 92 %

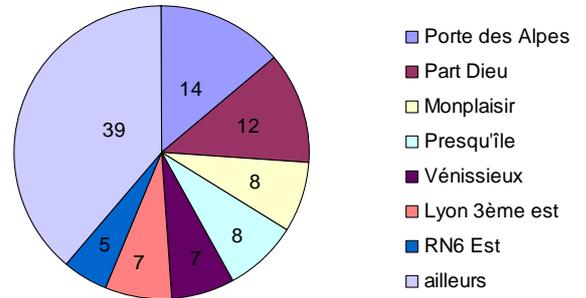
lieux d'achats :

en pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin

Les lieux d'achat sont divers avec une emprise du bassin très faible.

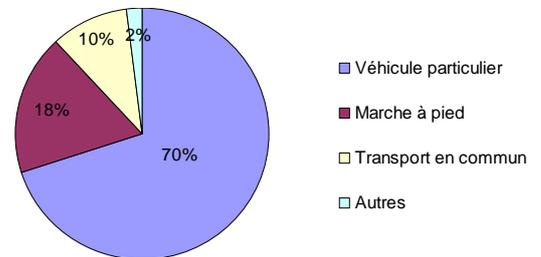
Portes des Alpes et Part Dieu sont les principaux lieux d'achat du fait du positionnement central de ce bassin entre ces deux pôles. Monplaisir apparaît néanmoins, confirmant son rôle de pôle secondaire offrant une alternative aux pôles majeurs.

A noter également l'évasion vers la Presqu'île et le centre commercial Vénissieux

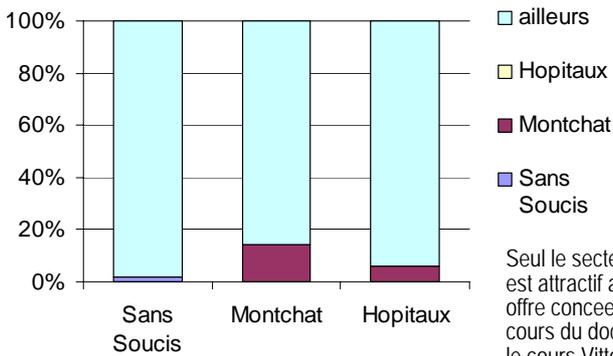


Chiffre d'affaires et Moyens de transports

La voiture domine



Attractivité de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Seul le secteur Montchat est attractif avec une offre concentrée sur le cours du docteur long et le cours Vitton

Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 30 000 habitants pour 15 000 ménages développant une dépense de 143 M . l'évolution entre 1990 et 1999 a été très positive (+17%).

Le bassin est caractérisé par une évasion extrêmement importante.

Le taux d'évasion en alimentaire est de 85%, en non alimentaire de 98%.

Ce bassin présente un déficit commercial important tant en alimentaire qu'en non alimentaire.

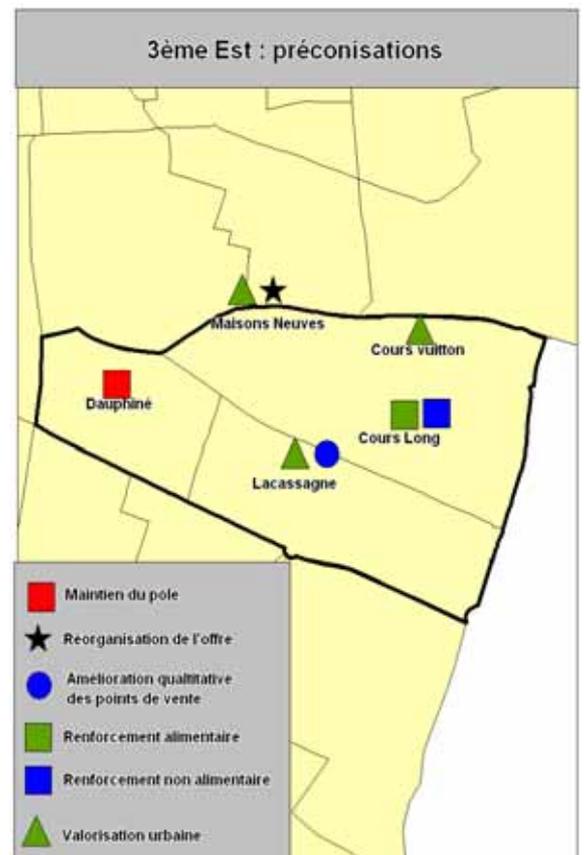
L'attractivité du secteur reste très faible avec un ratio CA/DC de 0.12 pour un CA de 17 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

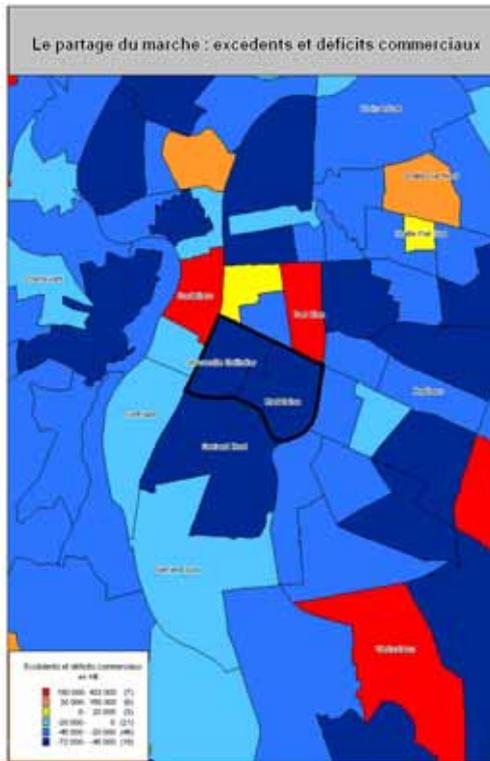
- Limiter l'évasion en améliorant l'autonomie alimentaire et non alimentaire

Orientations sur le bassin :

- Créer une vraie centralité en liant Lacassagne au cours Long et renforcement alimentaire sur le cours du Docteur Long
- Réorganiser et recomposer le pôle Maisons Neuves en fonction du projet urbain



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Lyon 7ème Nord



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 200 M , 44 % alimentaire, 56 % non alimentaire

formes de vente : 65 % grandes surfaces; 27 % petits commerces, 8 % autre

évasion : 74 %

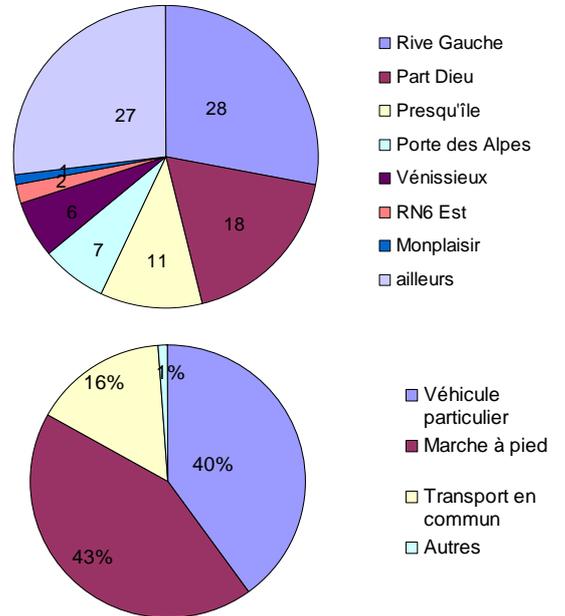
lieux d'achats :

en pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin

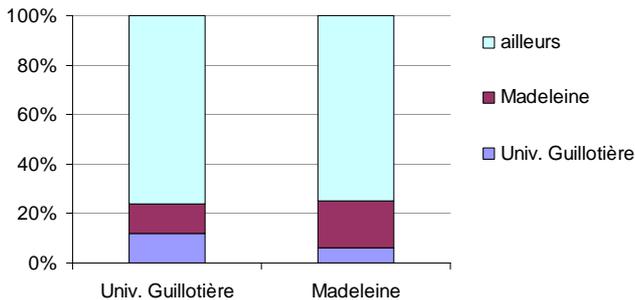
Les achats sont effectués à 46% sur Rive Gauche / Part Dieu, suivi de la Presqu'île.

Cela s'explique aisément par la proximité géographique. A noter aussi l'évasion vers Portes des Alpes et Vénissieux, favorisée par un axe sortant important : Berthelot / Mermoz et Etats Unis

Chiffre d'affaires et Moyens de transports marche à pied et transport en commun prédominent



Attractivité de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 41 000 habitants pour une dépense de 200 M . Ce secteur présente une forte progression du nombre de ménages (+29 % de 90 à 99), 55% des ménages ne comptent qu'une personne et la population est jeune.

Le bassin maintient assez bien les dépenses alimentaires de ses habitants sur place (50 %) par contre, l'évasion est massive pour le non alimentaire (94 %) essentiellement vers la Part Dieu (22%), la Presqu'île (19%) et Porte des Alpes (9%). Les pôles sont plutôt des pôles de proximité, le pôle Marseille nord présente une offre spécifique en commerce asiatique qui lui assure un rayonnement important.

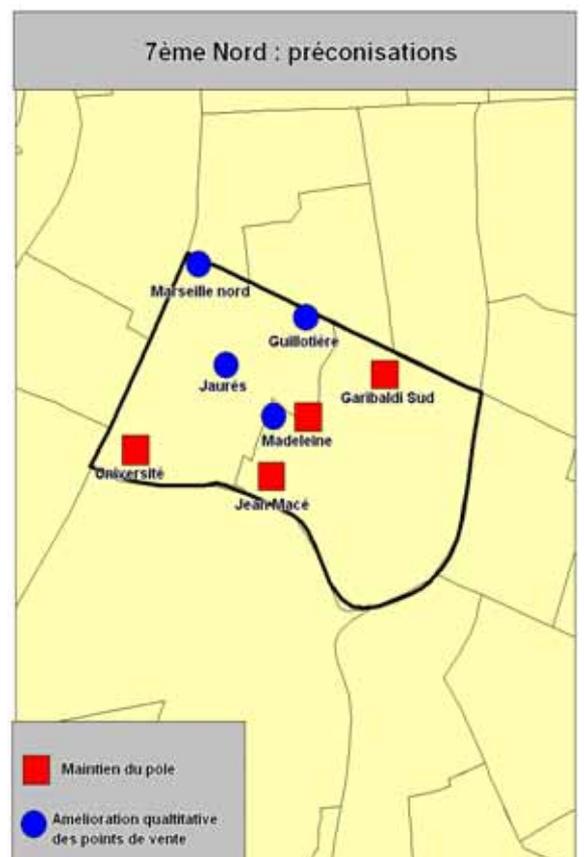
l'attractivité du secteur est assez faible avec un ratio CA/DC de 0.40 pour un CA de 79 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

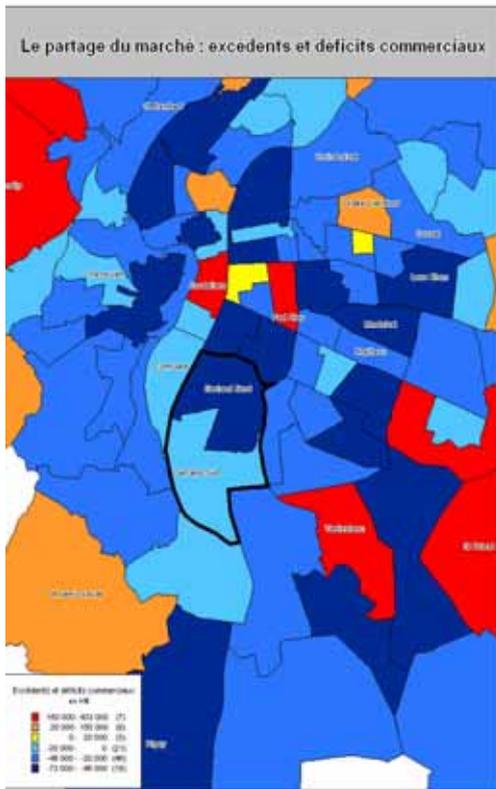
- Soutenir les pôles de proximité dans une logique commune avec l'ensemble de la Rive Gauche
- Conforter l'offre spécifique de commerce asiatique sur Marseille Nord

Orientations sur le bassin :

- Travailler sur l'aspect qualitatif des points de vente des pôles Marseille nord, Jaurès, Guillotière et Bachut
- Veiller au maintien des activités.



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Gerland



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 85 M , 45 % alimentaire, 55 % non alimentaire

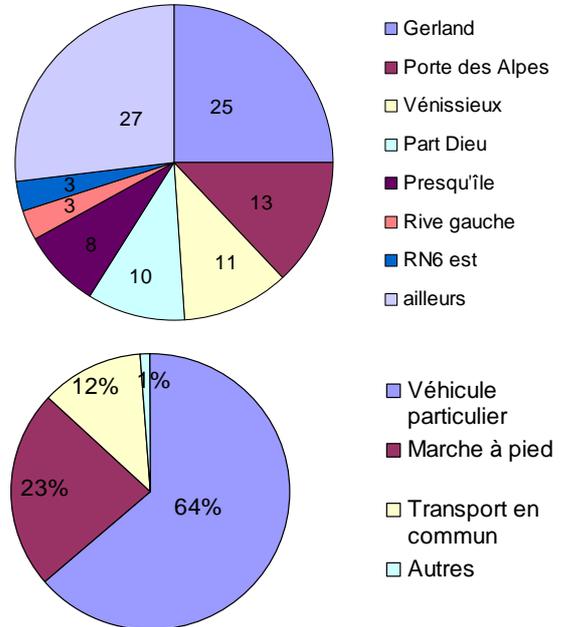
formes de vente : 73 % grandes surfaces; 22 % petits commerces, 5% autre

évasion : 75 %

Lieux d'achats

En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin.

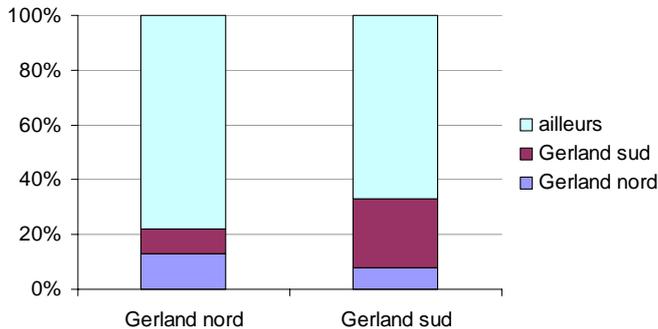
En raison de l'accès facilité sur le boulevard L. Bonnevay, les premiers lieux d'achat sont Portes des Alpes et CC Vénissieux puis la Part Dieu (accès aisé) par le métro, puis la Presqu'île



Chiffre d'affaires et Moyens de transports

La voiture domine.

Attractivité de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 20 000 habitants développant une dépense de 85 M . La bassin est peu peuplé mais la taille des ménages est importante. La population devrait croître dans les prochaines années.

Le bassin arrive à maintenir 50 % des dépenses alimentaires sur place grâce à une bonne couverture en supermarchés. L'évasion alimentaire se dirige vers Carrefour Vénissieux (14%) et Porte des Alpes (10%). Pour le non alimentaire, 94 % des dépenses sont réalisées hors du bassin essentiellement sur Part Dieu (22%) et Presqu'île (19%). Portes des Alpes exerce une emprise de 9%.

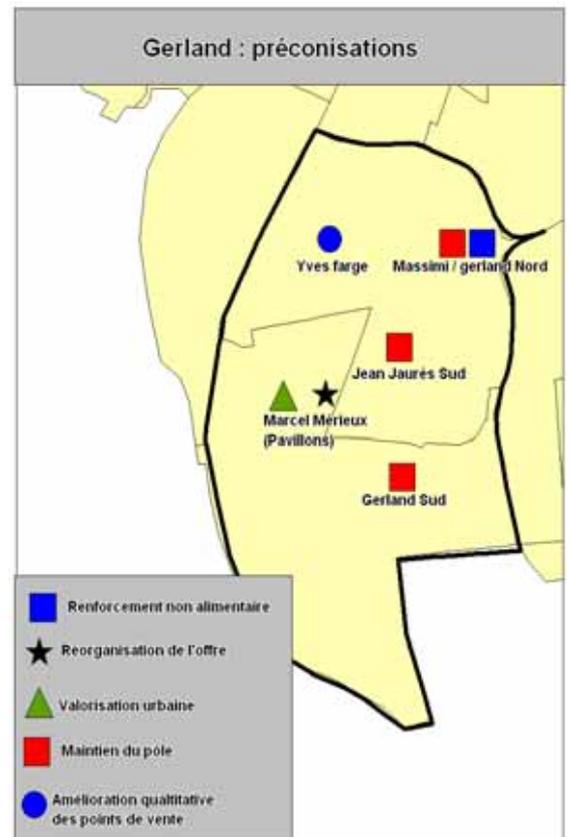
l'attractivité du secteur est faible avec un ratio CA/DC de 0.39 pour un CA de 33 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

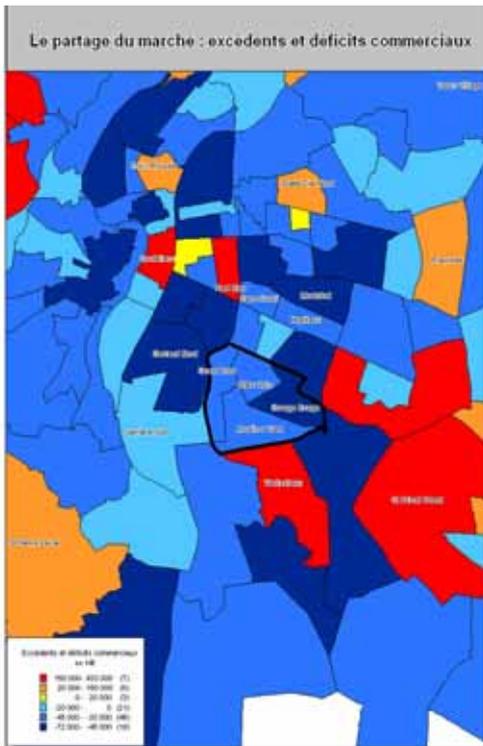
- Améliorer l'autonomie du bassin en réorganisant l'offre existante et en complétant le nouveau pôle Massimi.

Orientations sur le bassin :

- Amélioration qualitative sur Yves Farge
- réorganisation de l'offre et valorisation urbaine sur le secteur des Pavillons
- renforcement de l'offre en non alimentaire sur le secteur Massimi en veillant à articuler le développement avec celui de Confluence.



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Lyon 8ème Sud / Vénissieux Nord



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 202 M , 47 % alimentaire, 53 % non alimentaire

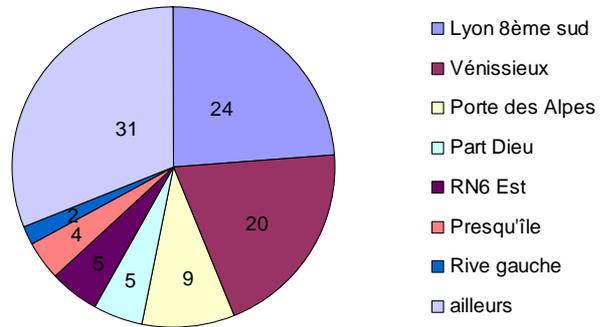
formes de vente : 68 % grandes surfaces; 21 % petits commerces, 11% autre

évasion : 76 %

lieux d'achats

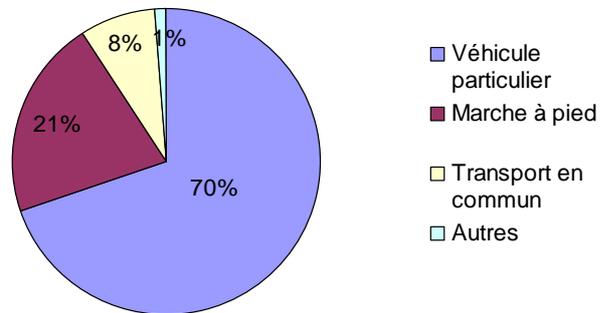
en pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin

Lyon 8ème sud demeure le 1er lieu d'achat suivi du CC Carrefour Vénissieux (très proche) et de Portes des Alpes.

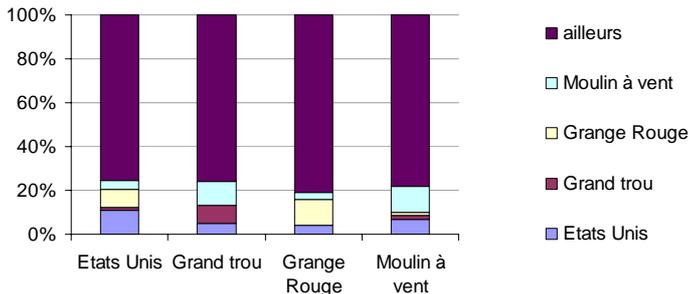


Chiffre d'affaires et Moyens de transports

La voiture domine.



Attractivité de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 48 000 habitants et 21 000 ménages pour une dépense de 208 M . La population du bassin est vieillissante et le taux d'actifs et de "CSP+" est faible.

Le bassin est caractérisé par la présence de nombreux pôles de micro-proximité, d'un pôle de proximité Etats Unis et d'un pôle plus structurant Bachut qui doivent asseoir leur position.

Le taux de maintien des dépenses alimentaires est d'un peu plus de 40% mais Carrefour Vénissieux exerce une emprise de 26 %. Globalement, l'évasion est très élevée, surtout en non alimentaire (92 %) principalement vers Carrefour Vénissieux (15%), Portes des Alpes (12%) et Part Dieu (10%).

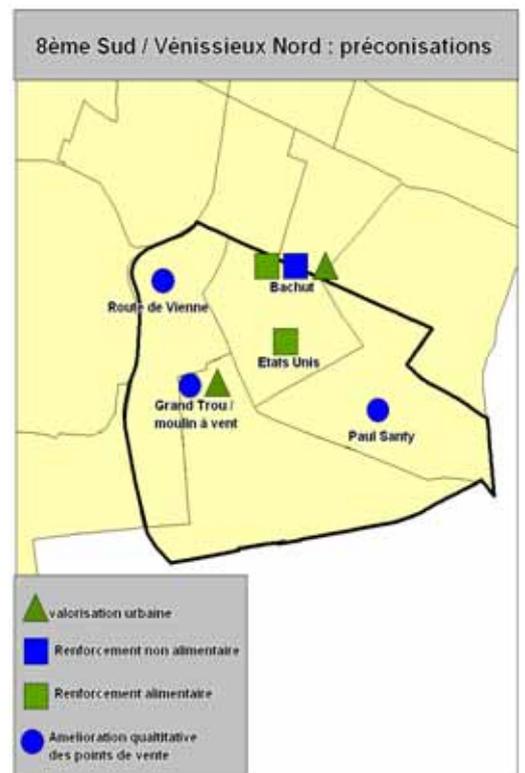
L'attractivité du secteur est faible avec un ratio CA/DC de 0.33 pour un CA de 67 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

- maintenir un niveau d'offre qualitatif sur les pôles de micro-proximité
- renforcer les pôles de plus grande envergure

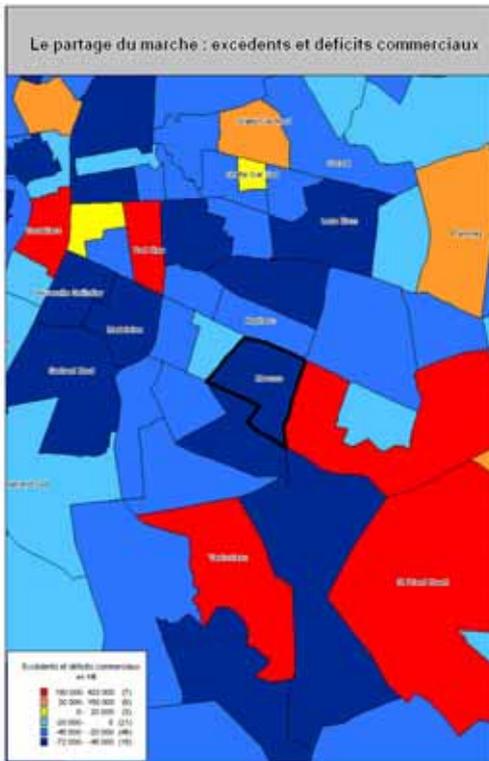
Orientations sur le bassin :

- renforcement alimentaire sur Etats Unis
- Renforcement alimentaire et non alimentaire sur Bachut
- Amélioration qualitative des points de vente des pôles de micro-proximité.



Nota : la récente autorisation en CDEC de Transfert / extension de Casino sur Bachut répond à la préconisation de renforcement alimentaire de la centralité.

Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Mermoz



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 66 M , 46 % alimentaire, 54 % non alimentaire

formes de vente : 67 % grandes surfaces; 24 % petits commerces, 9 % autre

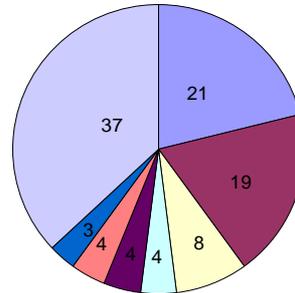
évasion : 81 %

Lieux d'achats

En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin.

Portes des Alpes et Mermoz sont les premiers lieux d'achat suivi de la Part Dieu.

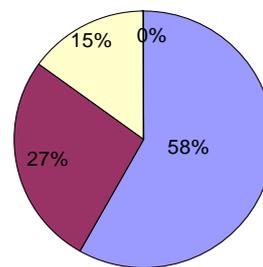
A noter l'attraction de Monplaisir, confirmant son rôle structurant à l'échelle du 8ème arrondissement



- Porte des Alpes
- Mermoz
- Part Dieu
- Monplaisir
- RN6 Est
- Rive gauche
- Presqu'île
- ailleurs

Chiffre d'affaires et Moyens de transports

La voiture domine mais marche à pied et surtout transport en commun jouent un rôle important (Présence du métro)



- Véhicule particulier
- Marche à pied
- Transport en commun
- Autres

Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 15 000 habitants pour 7 000 ménages développant une dépense de 66 M . Le taux d'actifs "CSP+" est faible.

Le bassin ne dispose pas d'une offre commerciale de grande envergure. l'évasion est forte : 68% en alimentaire et 92% en non alimentaire. Elle est dirigée principalement vers Porte des Alpes (27% en alimentaire, 16% pour le reste), vers la Part Dieu (15% en non alimentaire) et vers Carrefour Vénissieux (10% en alimentaire). Les Galeries Lafayette de Bron captent 8% de la dépense commercialisable du bassin.

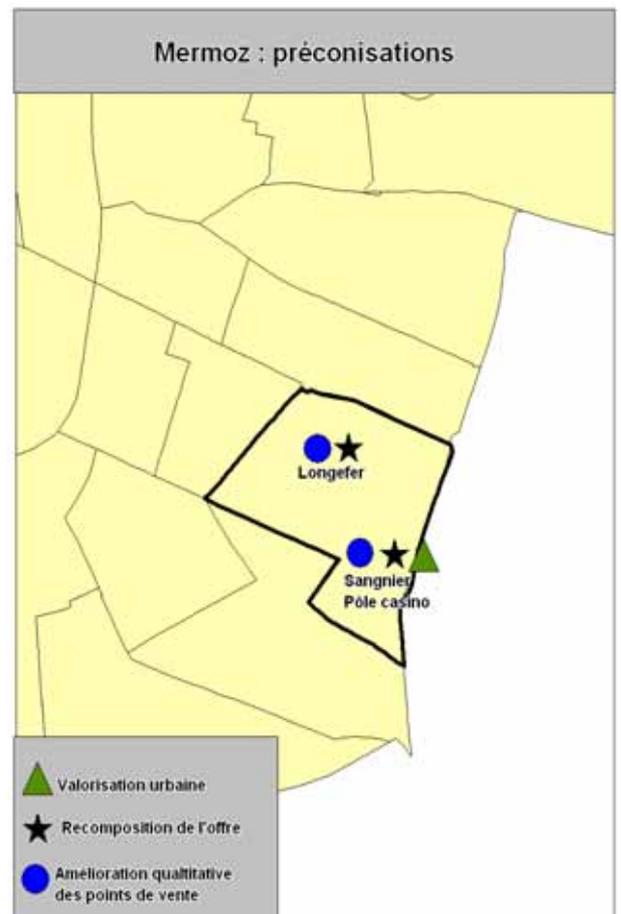
l'attractivité du secteur est très faible avec un ratio CA/DC de 0.28 pour un CA de 18 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

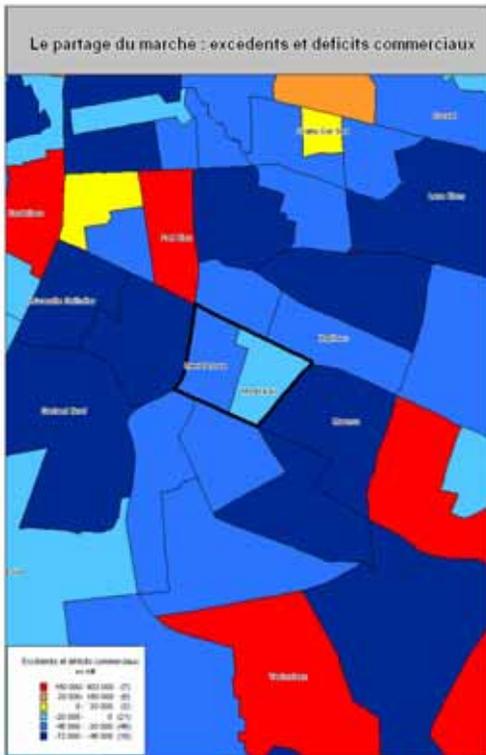
- Veiller au maintien et à la qualité de l'offre de proximité existante.

Orientations sur le bassin :

- Limiter le vieillissement et le mitage des deux pôles par une amélioration qualitative des point de vente et la réorganisation de l'offre commerciale.
- Recomposition urbaine du pôle Sangnier / Casino.



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Monplaisir / Manufacture



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 91 M , 44 % alimentaire, 56 % non alimentaire

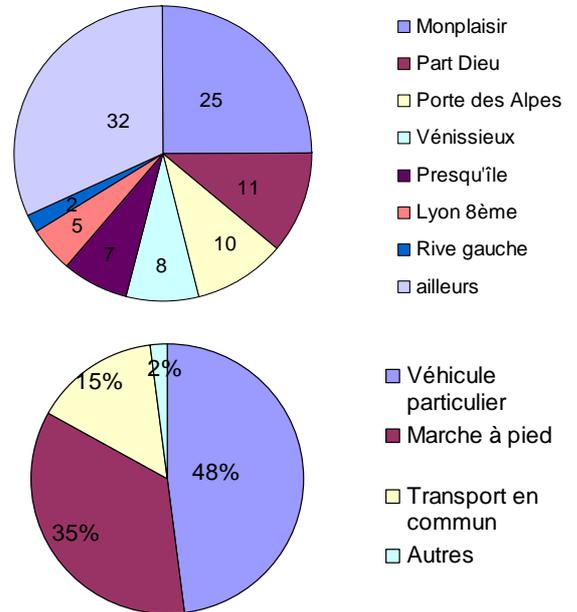
formes de vente : 67 % grandes surfaces; 26 % petits commerces, 7 % autre

évasion : 72 %

Lieux d'achats

En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin.

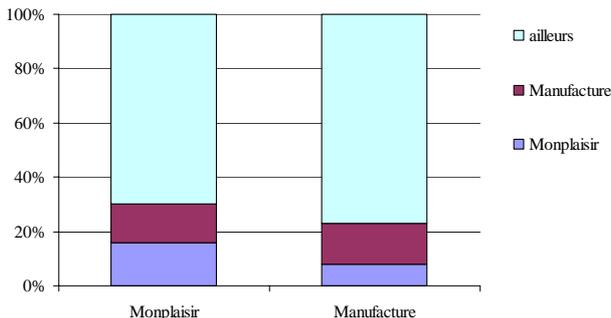
25% des achats se font sur Monplaisir, suivi par la Part Dieu et enfin Portes des Alpes



Chiffre d'affaires et Moyens de transports

La marche à pied et les transports en commun prédominent.

Attractivité de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 18 900 habitants et 9800 ménages pour une dépense de 91M . Elle est en croissance forte et la tendance se poursuivra. La population est jeune.

Le bassin est organisé autour du pôle Monplaisir, qui bénéficie de la présence d'un supermarché Champion et d'enseignes nationales. Ce pôle qualitatif est fondamental pour l'équilibre commercial du bassin.

Le bassin a un taux d'emprise proche de 50% en alimentaire. L'avenue des Frères Lumières capte 43% des dépenses en alimentaire, le premier lieu d'évasion étant Carrefour Vénissieux. En non alimentaire, 88% des dépenses vont hors du bassin, notamment à la Part Dieu (17%), Porte des Alpes (12%), Carrefour Vénissieux (6%) et la Presqu'île (12%).

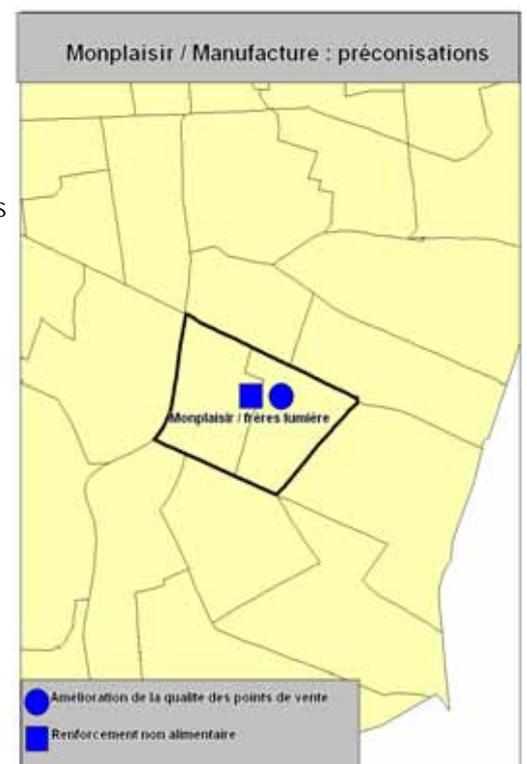
L'attractivité du secteur est moyenne avec un ratio CA/DC de 0.59 pour un CA de 53 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

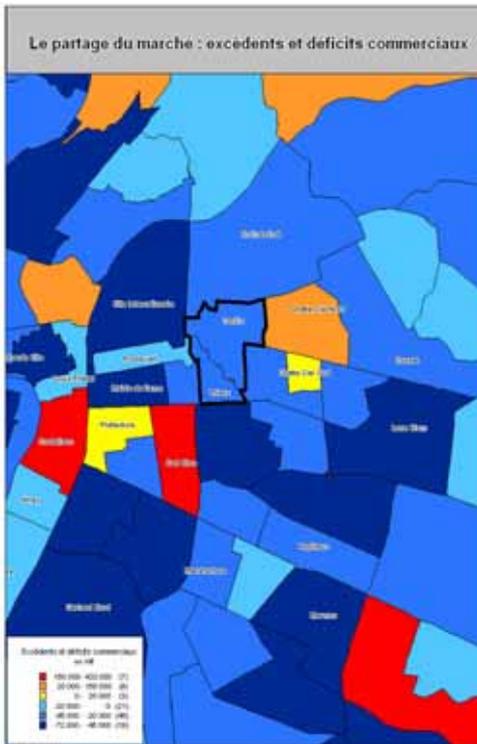
- Développer un pôle secondaire structurant offrant une réelle alternative au centre de Lyon et aux pôles périphériques

Orientations sur le bassin :

- Faire évoluer le pôle secondaire de Monplaisir en pôle majeur :
- Renforcer l'offre non alimentaire, améliorer de la qualité des points de vente, notamment sur la partie Est de la rue.



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Tonkin / Thiers



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 105 M , 45 % alimentaire, 55 % non alimentaire

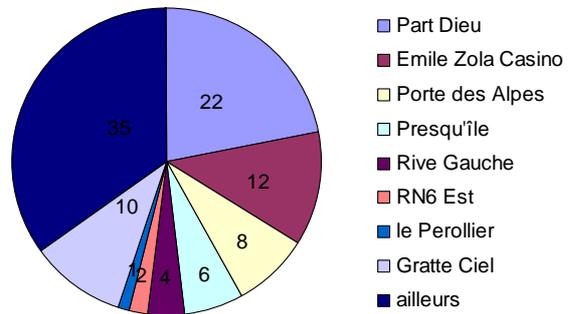
formes de vente : 67 % grandes surfaces; 26 % petits commerces, 7 % autre

évasion : 81 %

Lieux d'achats

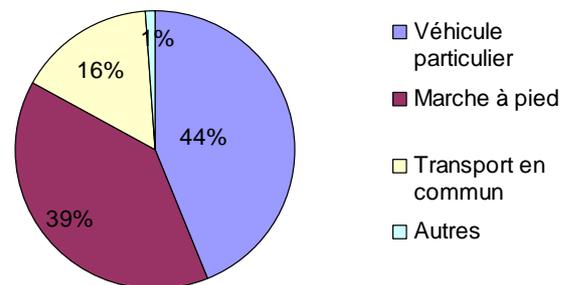
En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin.

22% des achats se font sur la Part Dieu, suivi du secteur Casino Emile Zola puis le pôle Gratte Ciel

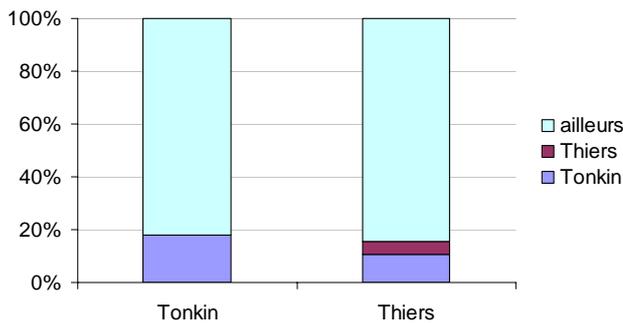


Chiffre d'affaires et Moyens de transports

La marche à pied et les transports en commun dominant.



Attractivité de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 23 000 habitants pour 11 000 ménages développant une dépense de 105 M . Le nombre de ménages a augmenté de 28 % entre 1990 et 1999.

L'évasion est importante. La Part Dieu et Casino Emile Zola de Villeurbanne restent les deux premiers lieux d'achat avec 31% de part de marché en non alimentaire et 25% en alimentaire). Le taux d'évasion global est de 64% en alimentaire et à 95% en non alimentaire.

La population du bassin est de 23 000 habitants et 11 000 ménages pour une dépense de 105 M . Le nombre de ménages a augmenté de 28 % entre 1990 et 1999.

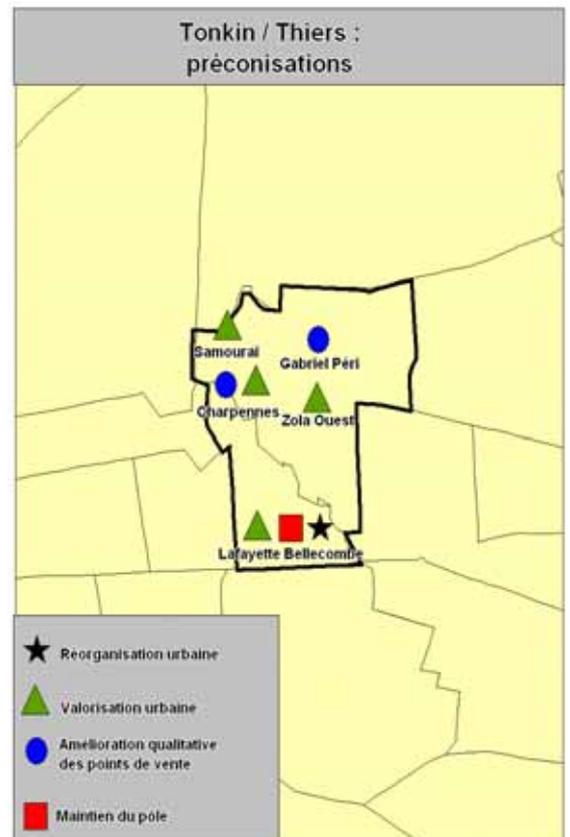
L'attractivité du secteur est faible avec un ratio CA/DC de 0.47 pour un CA de 47 M . Néanmoins, le taux de couverture pour l'alimentaire est de 63%.

Enjeux à l'échelle du bassin :

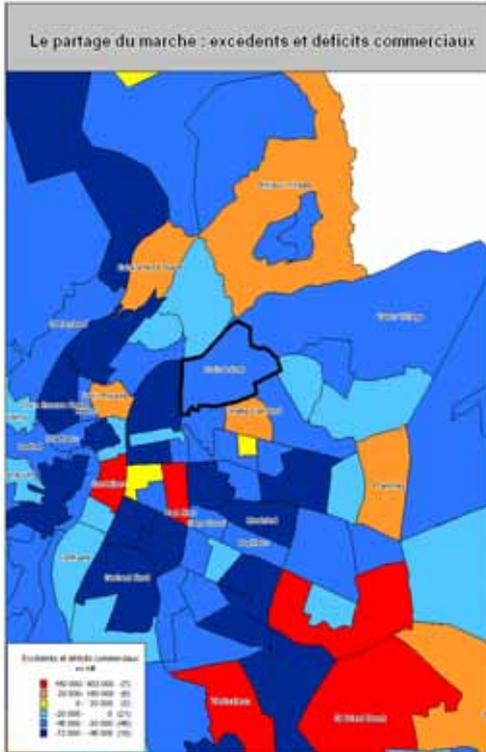
- Assurer l'autonomie alimentaire du quartier
- Maintenir une offre commerciale traditionnelle dense et de qualité

Orientations sur le bassin :

- Améliorer l'état des points de vente sur le nord du bassin.
- Valoriser l'environnement urbain de l'Ouest de la rue Emile Zola.
- Engager la recomposition urbaine du pôle Samourai
- Engager la valorisation urbaine du secteur Lafayette.



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Croix Luizet



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 58 M , 45 % alimentaire, 55 % non alimentaire

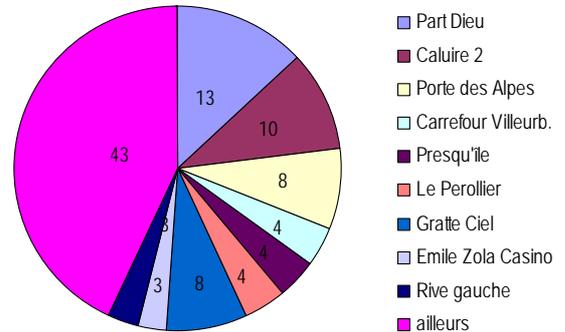
formes de vente : 66 % grandes surfaces; 26 % petits commerces, 8% autre

évasion : 87 %

Lieux d'achat

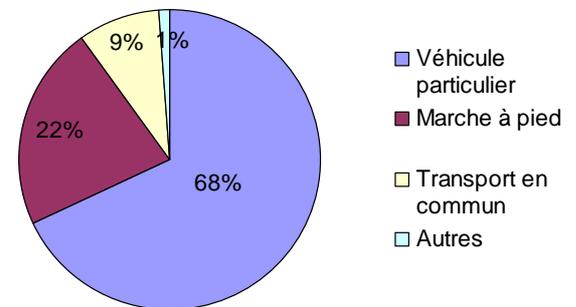
En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin

Morcelement important des destinations d'achat.



Chiffre d'affaires et Moyens de transports

Rôle dominant de la voiture



Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 15 000 habitants et 6100 ménages pour une dépense de 58 M . Le bassin est caractérisé par une moyenne d'âge plus faible que la moyenne.

Le poids des grandes surfaces dans les dépenses alimentaires des habitants est l'un des plus élevé du secteur : 74 % . Le pôle Champion Salengro permet de limiter l'évasion alimentaire mais les achats se reportent sur Caluire 2, Part Dieu, le pôle Gratte Ciel et Porte des Alpes.

Globalement, le taux d'évasion est élevé : 76% en alimentaire (dont 14% pour le pôle Caluire 2), 97% pour le non alimentaire (dont 19% pour la Part Dieu et 12% pour Portes des Alpes).

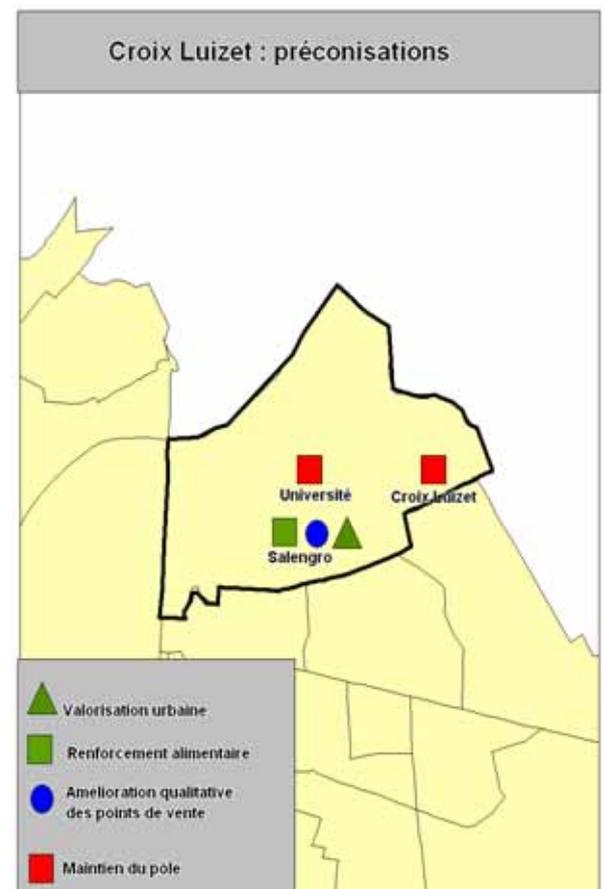
L'attractivité du secteur est faible avec un ratio CA/DC de 0.26 pour un CA de 15 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

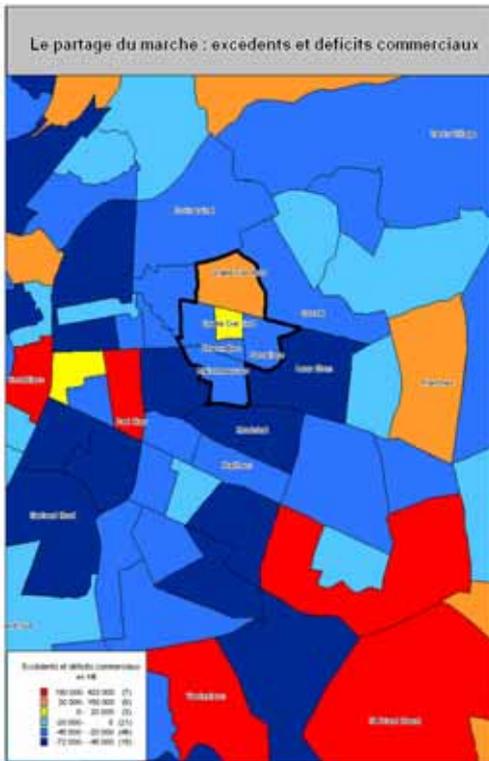
- Renforcer l'attractivité du pôle Salengro

Orientations sur le bassin :

- Renforcement alimentaire du pôle Salengro mais en travaillant à la requalification / modernisation complète du point de vente.
- Renforcer le lien entre le Champion et l'centralité Wilson.
- Amélioration qualitative de l'offre sur l'axe salengro.



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Gratte Ciel



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 230 M , 46 % alimentaire, 54 % non alimentaire

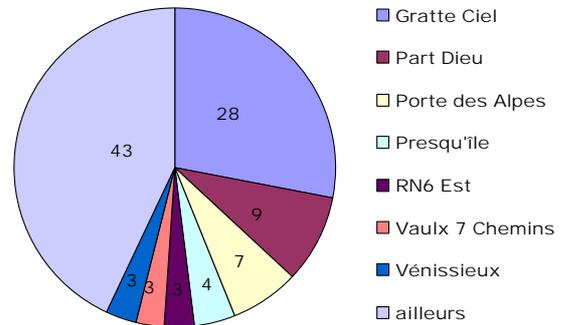
formes de vente : 63 % grandes surfaces; 27 % petits commerces, 10 % autre

évasion : 61 %

Lieux d'achats

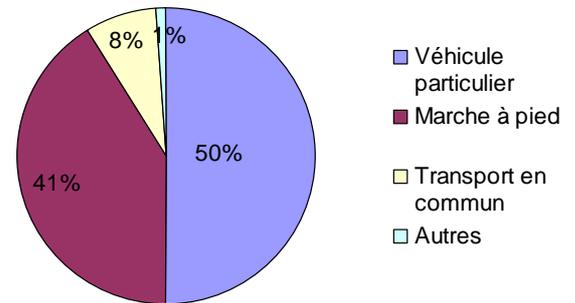
En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin.

Le pôle Gratte Ciel est le premier lieu d'achat suivi par la Part Dieu puis Portes des Alpes

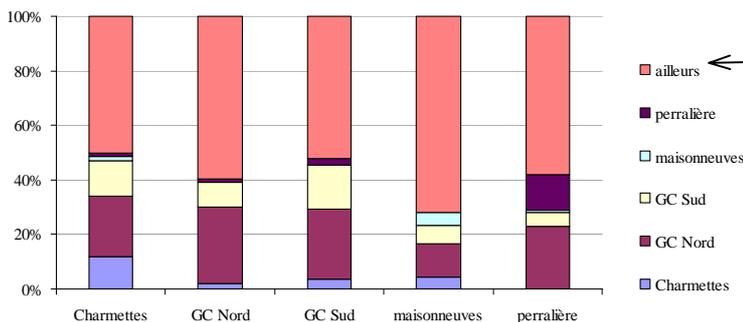


Chiffre d'affaires et Moyens de transports

Les usages sont équilibrés.



Attractivité de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Le découpage entre GC Sud et GC Nord montre bien l'attrait exercé par Carrefour.

Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 50 000 habitants et 24 000 ménages pour une dépense de 230 M . Ce bassin est le plus peuplé du secteur Lyon / Villeurbanne.

Le bassin est organisé autour de l'offre importante de Carrefour Gratte Ciel et de la rue Henri Barbusse. Le magasin Carrefour permet au bassin d'être bénéficiaire en alimentaire et d'attirer les dépenses des habitants de tout Villeurbanne. Le poids des petits commerces est assez important grâce à une offre très structurée sur le centre ville.

La part des dépenses effectuée dans le bassin est de 60% en alimentaire contre 22% en non alimentaire. En non alimentaire, les principaux lieux d'évasion sont la Part Dieu (14%), Porte des Alpes (9%) et la Presqu'île (7%).

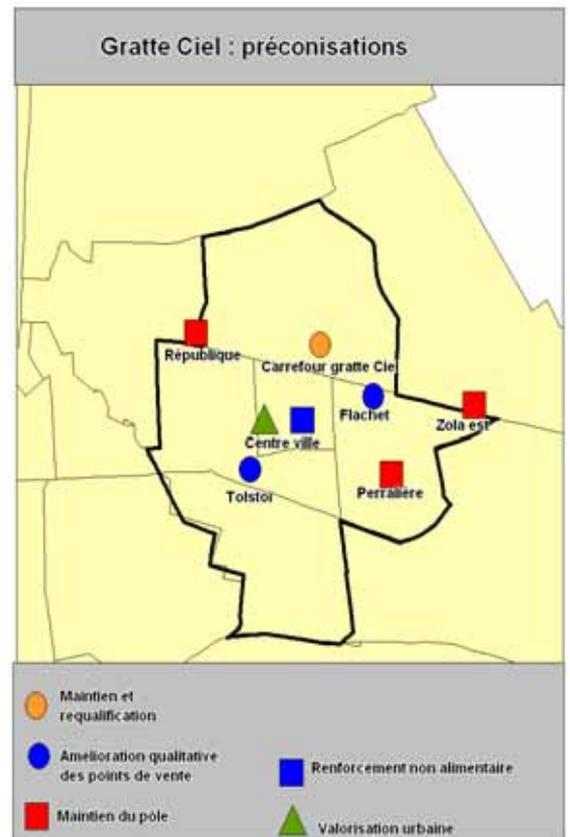
L'attraction du secteur est plutôt faible avec un ratio CA/DC de 0.74 pour un CA de 171 M .

Enjeux à l'échelle du bassin :

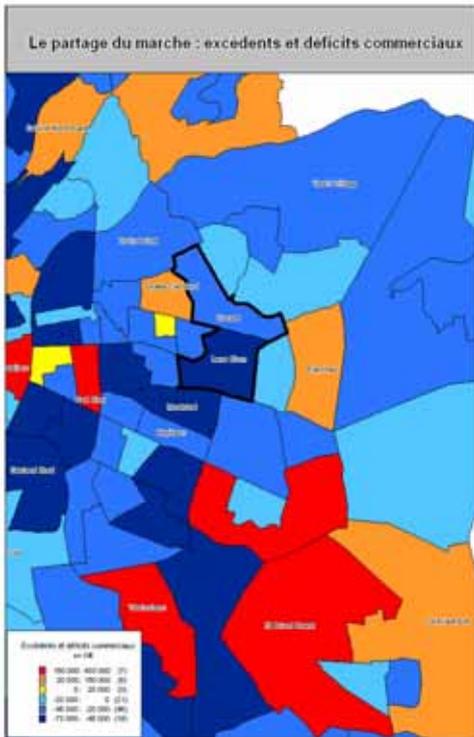
- Renforcer les synergies entre la rue Henri Barbusse dense et un hypermarché très attractif
- Améliorer la lisibilité de l'offre commerciale du centre ville et communiquer sur un vrai centre ville de Villeurbanne
- Améliorer l'offre des pôles relais

Orientations sur le bassin :

- Maîtrise du pôle Carrefour
- Valorisation urbaine et amélioration de l'usage des commerces du centre ville
- Amélioration qualitative des commerces de Flachet et Tolstoï
- Regroupement de l'offre sur Maison Neuves en cohérence avec le projet urbain.



Secteur Lyon / Villeurbanne : bassin de Cusset / Villeurbanne Est



Comportements d'achat, faits marquants :

dépenses : 130 M , 47 % alimentaire, 53 % non alimentaire

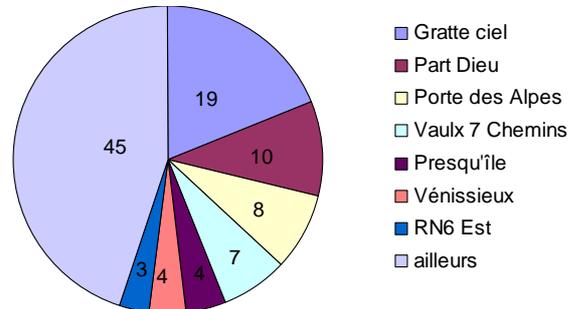
formes de vente : 66 % grandes surfaces; 24 % petits commerces, 10 % autre

évasion : 91 %

Lieux d'achats

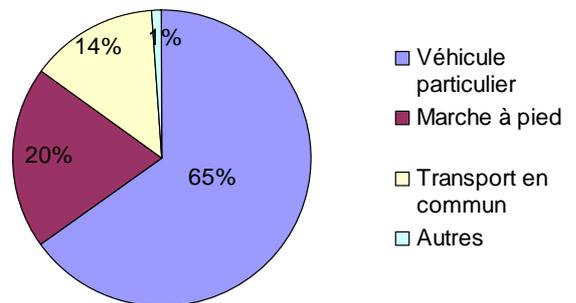
En pourcentage des dépenses de l'ensemble des habitants du bassin.

Il est important de noter l'attrait exercé par le pôle Gratte Ciel mais aussi l'évasion sur l'est de l'agglomération : Portes des Alpes et 7 chemins

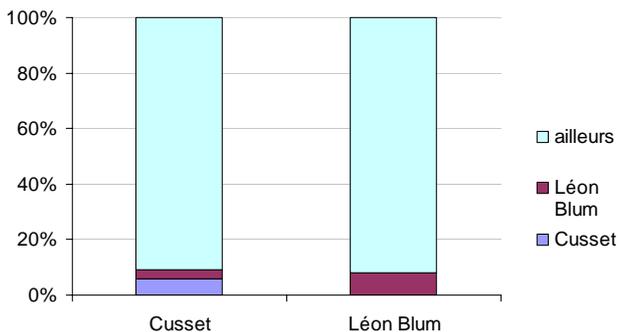


Chiffre d'affaires et Moyens de transports

La voiture domine.



Attractivité de chaque sous secteur au sein du bassin (en lieux d'achat)



Fonctionnement global du bassin :

La population du bassin est de 31 000 habitants et 13 180 ménages pour une dépense de 130 M . Ce secteur se caractérise par une taille des ménages supérieure à la moyenne et une baisse du nombre de ménages de 14 % entre 1990 et 1999.

Le bassin se caractérise par une évasion extrêmement élevée (85% en alimentaire) du fait de la faiblesse de l'offre locale de grandes surfaces et de l'accès rapide au périphérique entraînant une évasion vers Vaulx en Velin 7 chemins (10%) et Porte des Alpes (10%). Carrefour gratte Ciel reste toutefois le premier lieu d'achat (26%).

Pour le non alimentaire, l'évasion est de 96% dont 16% dépensées sur la Presqu'île et 10% sur Porte des Alpes.

L'attractivité du secteur est très faible avec un ratio CA/DC de 0.27 pour un CA de 35 M .

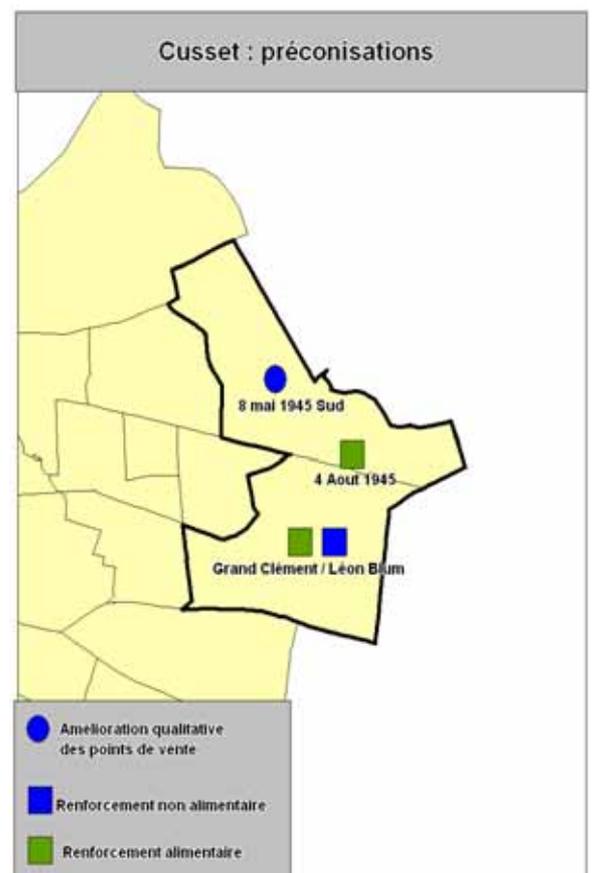
Enjeux à l'échelle du bassin :

- Limiter l'évasion et créer un contexte permettant l'autonomie alimentaire

Orientations sur le bassin :

- Renforcement alimentaire et non alimentaire sur Grand Clément pour faire évoluer ce pôle en pôle secondaire.
- Renforcement alimentaire très limité sur la rue du 4 août 1945.

Nota : l'autorisation en CDEC pour la création d'un supermarché Champion sur Grand Clément fin 2003 répond aux orientations.



Annexe

Annexe: définition des légendes utilisées

- **Renforcement alimentaire**
Existence d'un potentiel de développement de m² alimentaires du fait d'une évasion importante.
- **Renforcement non alimentaire**
Existence d'un potentiel de m² non alimentaires du fait d'une évasion importante.
- **Valorisation urbaine**
Nécessité soit de mettre en place des aménagements urbain visant à requalifier les espaces publics, à faciliter la circulation des voitures ou des piétons, soit de définir un projet urbain complexe visant à une recomposition de la centralité à terme.
- **Maintien du centre ville**
Maintien en l'état de l'offre commerciale du fait de la satisfaction des besoins locaux ou de l'absence de marché potentiel mais actions à engager pour veiller à la confortation de l'activité : aide à l'association de commerçants, formation, aide dans la cession des baux commerciaux...
- **Réorganisation de l'offre**
Réorganisation de l'offre commerciale dans le but de dynamiser l'attractivité d'un pôle.
- **Amélioration de la qualité des points de vente**
Nécessité de mettre en place une réflexion et des actions sur des pôles dont les commerces sont vieillissants, peu ou mal entretenus.
- **Maîtrise du pôle périphérique**
Pôle périphérique sur lequel le développement de m² de vente doit être maîtrisé dans une logique d'équilibre économique à l'échelle de l'agglomération entre commerce de centre-ville et commerce de périphérie et entre grandes surfaces et petits commerces.
- **Maîtrise du pôle périphérique et requalification**
Même définition que précédemment mais on intègre aussi la notion de requalification, c'est à dire qu'une réflexion doit être engagée pour l'amélioration paysagère, architecturale et de fonctionnement du site, voire mise en œuvre si le projet est avancé.
- **Nouveau pôle majeur de centralité a créer**
Pôle commercial et de loisirs en projet ayant une vocation de pôle d'agglomération s'insérant dans un projet de renouvellement urbain, ayant vocation à jouer un rôle de centralité et développé en veillant aux équilibres d'agglomération.