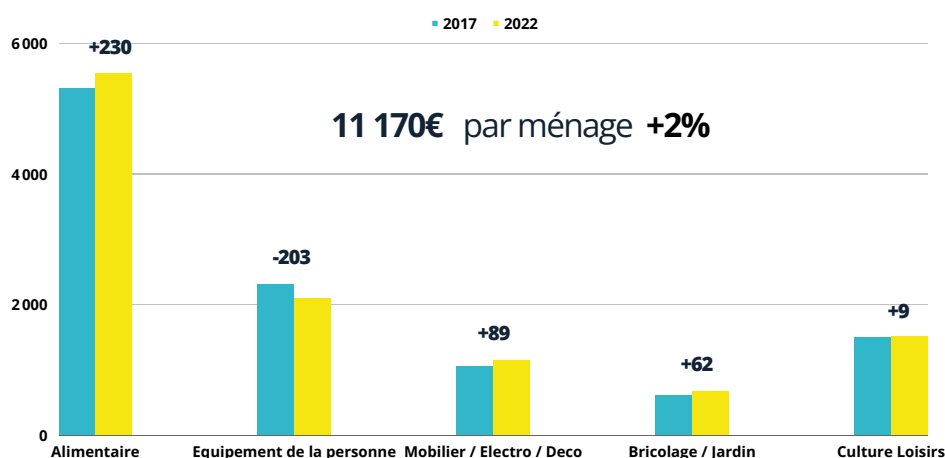


Contexte

Les dernières **crises et évolutions majeures** (crise sanitaire, environnementale, inflationniste, les évolutions technologiques et la guerre en Ukraine) **ont induits des changements sociétaux importants qui impactent la consommation** (télétravail et baisse des déplacements, prise de conscience environnementale, démocratisation des smartphones, IA et phénomène d'"anxiété collective").

Les dépenses de consommation des ménages du 7e



Un potentiel de consommation global de

535 M€

(+10%)

Une progression portée par une croissance du nombre de ménages qui reste soutenue (+8,6%)

Le partage du marché alimentaire par forme de distribution dans le 7e

Formes de vente	Part de marché
Petits commerces*	22 % (-4)
Grandes surfaces	64 % (-8)
Non sédentaire	9 % (+1)
Vente à distance	4 % (+3)
Autres formes de vente	1% (=)

Formats gagnants

- Commerces de moins de 300 m2
- Supermarchés
- Hard discount
- Commerce non sédentaire
- Vente à distance

Formats perdants

- Grands hypermarchés

*(moins de 300 m2, indépendants, succursalistes, franchisés)

Les tendances de consommation du 7e

Je veux consommer plus proche de chez moi

Je fais attention à mon budget

Je prends soin de ma santé

Je consomme local

Je ne veux plus perdre mon temps

Formats stables

- Grandes surfaces spécialisées
- Petits hypermarchés
- Drive
- Supérettes



Le partage du marché non alimentaire par forme de distribution dans le 7e

Formes de vente	Part de marché
Petits commerces*	27 % (-4)
Grandes surfaces	47 % (-9)
Non sédentaire	1 % (=)
Vente à distance	24 % (+13)
Autres formes de vente	1 % (=)

*(moins de 300 m2, indépendants, succursalistes, franchisés)



Augmentation considérable de la **vente à distance** pour le marché non alimentaire qui souligne l'importance de la digitalisation des commerces. L'augmentation est plus contenue pour le marché alimentaire.

Les lieux de consommation alimentaires des habitants du 7e

	Partie Nord	Partie Sud
Lyon 7 Sud	4 % (-3)	36 % (-6)
Lyon 7 Nord	51 % (-12)	27 % (+15)
Vénissieux	6 % (+4)	10 % (-5)
Lyon 2	3 % (-2)	6 % (-2)
Lyon 3	13 % (+1)	5 % (-1)
Vente à distance	4 % (+3)	4 % (+1)

Partie Sud

Progression de l'attraction du Nord 7e

Partie Nord

Diminution de l'attraction interne du Nord 7e

Les lieux de consommation non alimentaires des habitants du 7e

	Partie Nord	Partie Sud
Lyon 7 Sud	2 % (+1)	3 % (-2)
Lyon 7 Nord	12 % (+4)	14 % (+8)
Vénissieux	10 % (+9)	7 % (+4)
Lyon 2	20 % (-2)	19 % (-1)
Lyon 3	19 % (-8)	16 % (-5)
Vente à distance	24 % (+15)	25 % (+10)



La vente à distance (e-commerce)

devient le 1er "pôle" d'achat devant les pôles physiques

Les différents types de transports dans le 7e



Sur le 7e arrondissement Nord, 57% du CA a été réalisé en **mode doux** (marche à pied, vélo, ...), contre 16% en voiture (11% en transports en commun)

Sur le 7e arrondissement Sud, 39% du CA a été réalisé en **mode doux** (marche à pied, vélo, ...), contre 24% en voiture (21% en transports en commun)

293 M€

de CA sur le 7e
+27%

Évolution du chiffre d'affaires du 7e

