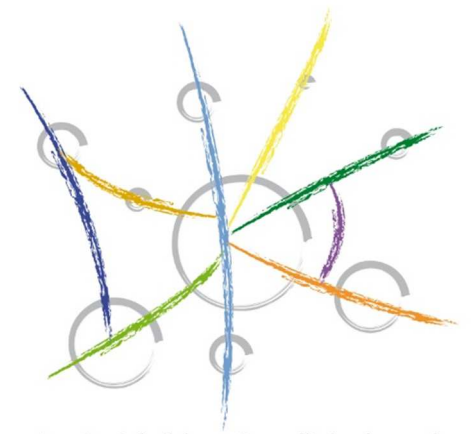




Les Scot de l'aire métropolitaine lyonnaise

Les mutations commerciales dans l'aire métropolitaine Lyon Saint-Etienne : quels défis et leviers d'interventions ?

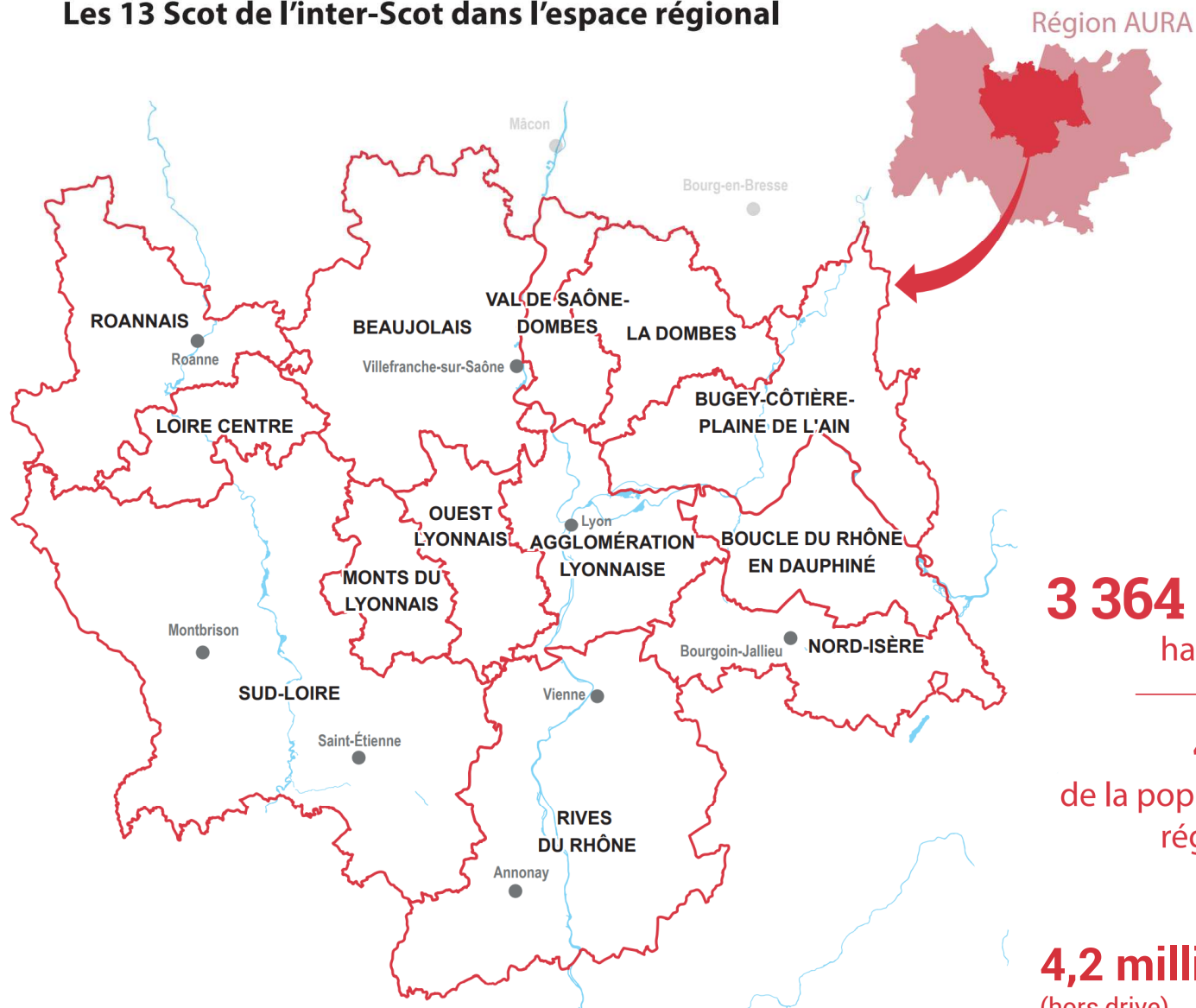
Séminaire du 24 juin 2021

Mots d'accueil

- **M. Raphaël Ibanez**, Maire de St Pierre de Chandieu
- **M. Jean-Paul Bonnetain**, Président du Scot Nord-Isère
- **M. Jérémie Tourtier**, coordinateur de la démarche inter-Scot

L'aire métropolitaine Lyon Saint-Etienne

Les 13 Scot de l'inter-Scot dans l'espace régional



13

Scot

966

communes

12 777

km²

3 364 000

habitants

1 412 000

emplois

42%

de la population
régionale

44%

des emplois
de la région

4,2 millions de m² de GMS
(hors drive)

Les objectifs de la démarche inter-Scot

La « maison commune » de l'AMELYSE

« Plate-forme d'échanges »

Échanger entre Scot
sur nos expériences, nos bonnes
pratiques (politiques et
techniques : projets,
méthodes,...)

« Boîte à outils »

Produire de la méthode commune pour une meilleure articulation et efficacité de nos démarches de planification

« Support de dialogue sur des sujets à enjeux communs »

Produire de la connaissance
pour une meilleure
compréhension des
phénomènes à l'œuvre sur l'AML

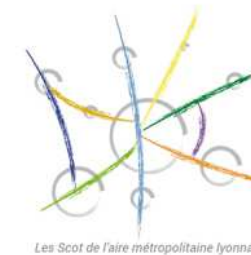
« Porte voix »

Construire un positionnement
commun et faire entendre
une voix commune auprès de
nos partenaires



Pour plus d'informations : **inter-scot.fr**

Le commerce : un programme de travail partenarial qui produit de la connaissance et de l'expérience



Des orientations communes



Des bulletins de veille



Déroulé de la matinée

Temps 1

Rétrospective des 10 ans
de dynamiques commerciales
sur l'aire métropolitaine
Lyon-Saint-Etienne et enjeux induits

Blandine Crousier (chargée d'études,
agence d'urbanisme de l'aire métropolitaine
lyonnaise)

Laëtitia Bouetté (chargée d'études,
epures l'agence d'urbanisme
de la région stéphanoise)

Échange avec
les participants

Temps 2

Les impacts du e-commerce
en termes d'aménagement
du territoire

David Sarrazin (Directeur associé, AID
Observatoire)

Blandine Crousier (chargée d'études,
agence d'urbanisme de l'aire métropolitaine
lyonnaise)

Échange avec
les participants

Temps 3

Les axes de travail
pour optimiser l'intégration du
commerce dans les Scot

David Lestoux (Directeur, Lestoux et
Associés)

Échange avec
les participants

Conclusion



10 ans de
dynamiques
commerciales



Bulletin de
veille n°9



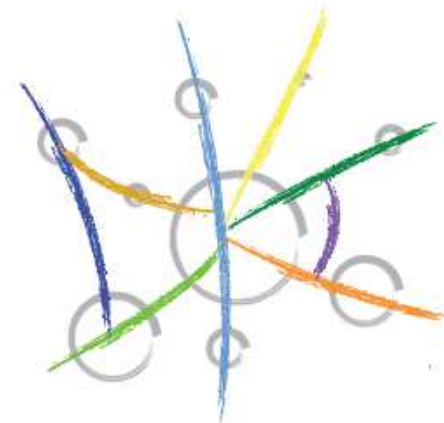
Charte
FédéScot



Etude Lestoux et
Associés/FédéScot

Intervenants :

- **Laëtitia BOUETTÉ**, epures, l'agence d'urbanisme de la région stéphanoise
- **Blandine CROUSIER**, agence d'urbanisme de l'aire métropolitaine lyonnaise



Les Scot de l'aire métropolitaine Lyon - Saint-Etienne

Temps 1 :

Rétrospective des 10 ans de dynamiques commerciales sur l'aire métropolitaine Lyon-Saint-Etienne et enjeux induits

Déroulé la présentation



1. Les développements commerciaux de la dernière décennie en chiffres
2. Les mutations des pratiques de consommation et des circuits de distribution
3. Echanges avec les participants



10 ans de dynamiques
commerciales

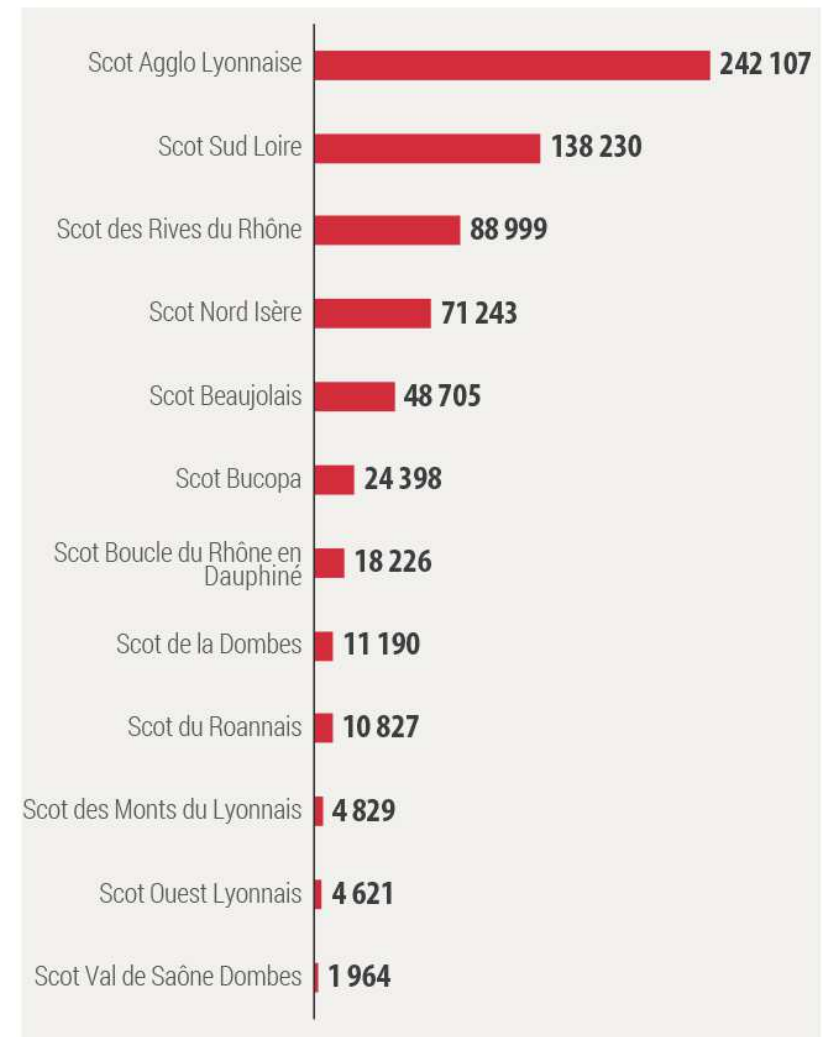


Bulletin de veille n°9

Une explosion du plancher commercial

- **+ 665 000 m²** de moyennes et grandes surfaces en 10 ans (janvier 2009 à décembre 2018)
- Une concentration des m² en volume sur les SCoT les plus urbains et densément peuplés
- Des développements portés par les créations
- Une dynamique de grands projets (16 projets > 8 000 m²)

Sommes des surfaces commerciales autorisées et mises en exploitation par SCOT entre 2009 et 2018 (en m²)



Une production de m² déconnectée des dynamiques démographiques

Évolution des habitants et des surfaces commerciales effectivement créées entre 2011 et 2016

Scot	Gain population 2011-2016	Evo m ² entre 2011-2016 *	m ² créé par nouvel habitant
Sud Loire	12 067	102 443	8,5
Nord-Isère	8 957	68 168	7,6
La Dombes	1 351	9 884	7,3
Rives du Rhône	10 371	50 955	4,9
Beaujolais	9 084	34 319	3,8
Inter-Scot	142 886	428 230	3,0
Monts du Lyonnais	1 440	3 075	2,1
Agglomération Lyonnaise	74 089	125 432	1,7
Bucopa	7 242	12 069	1,7
Boucle du Rhône en Dauphiné	7 971	5 798	0,7
Ouest Lyonnais	6 718	4 621	0,7
Val de Saône Dombes	3 485	1 964	0,6
Loire Centre	414	0	0,0
Roannais	-303	9 502	-

Sources : LSA Expert - analyse des CDAC et CNAC – Insee

** l'évolution a été ramenée sur une période de 5 ans pour comparaison avec l'évolution de la population.*

Ligne de lecture

A l'échelle de l'inter-Scot, près de 428 000 m² de grandes et moyennes surfaces (supérieures ou égales à 1000 m²) ont été créés entre 2011 et 2016. Dans le même temps, le territoire a accueilli 142 900 habitants.

Une croissance des m² des GMS **près de 3 fois plus rapide** que l'évolution de la population

Un rythme d'évolution inférieur au niveau national (niveau élevé)

Des évolutions contrastées selon les territoires

Densité commerciale des moyennes et grandes surfaces de 300 m² et plus pour 1 000 habitants

Scot	Densité totale (m² pour 1 000 hab.)	Densité alimentaire	Densité non-alimentaire
Roannais	1 202	432	770
Nord-Isère	1 037	362	675
Rives du Rhône	1 005	346	659
Niveau national	994	388	606
Bucopa	914	330	585
Sud Loire	872	321	551
Beaujolais	815	303	513
Boucle du Rhône en Dauphiné	790	303	487
Inter-Scot	759	275	483
Agglomération Lyonnaise	639	230	410
La Dombes	582	347	236
Monts du Lyonnais	433	163	270
Ouest Lyonnais	390	133	257
Val de Saône Dombes	360	149	211
Loire Centre	159	90	68

Territoires ayant une **densité commerciale élevée** et supérieure à la moyenne nationale

Territoires **bien équipés**, ayant une densité commerciale supérieure à la moyenne de l'IS (et inférieure au niveau national)

Territoires ayant une **densité commerciale plus faible** que les moyennes de l'IS et nationale

Sources : LSA Expert 2019 – Insee RP 2016

Des documents de régulation à plusieurs niveaux et élaborés à des temporalités différentes

Prédominance des zones monofonctionnelles en périphérie

77% des m² supplémentaires situés en « pôle de périphérie » (510 000 m²) : Constat plus marqué en dehors de la Métropole de Lyon (**89%**)

2/3 des projets sont en zones commerciales monofonctionnelles
Faiblesse des projets intégrant des fonctions non-commerciales en dehors de la Métropole de Lyon (7%)

2 faits marquants :

- déploiement de Retail Parks aux **entrées d'agglomérations**
- développement de commerce le long des axes de **flux**

L'attrait pour la périphérie par les opérateurs est encore largement majoritaire



Centre commercial Chasse sud, Chasse-sur-Rhône (38)



Green 7, Salaise-sur-Sanne (38)



Place du Dauphiné, Tignieu-Jameyzieu (38)

Défis

Stabiliser les développements en zone monofonctionnelle
« périphérique » et inciter à plus de mixité
Assurer une plus forte maîtrise des commerces de flux

Un attrait de plus en plus marqué pour les centralités

23% des m² supplémentaires de GMS situés en centralités (152 000 m²)

- **L'Agglomération Lyonnaise** : 54% des m² (112 500 m²)
- **La Capi** : 4 projets (15 200 m²)
- **Roannais Agglomération** : projet « Foch Sully » (8 550 m²)

Présence de plusieurs **opérations mixtes de proximité** en centralité sur des formats < 1000 m²

Des projets plus difficiles à concrétiser car soumis à de nombreuses contraintes



Origin'L et Villa'Art, Villefontaine (38)



Projet mixte Foch Sully, Roanne (42)



Casino, Mornant (69)

Défi

Cibler et faciliter les futurs développements commerciaux dans les centralités en incitant les opérateurs à investir ces espaces
=> Défi renforcé avec les programmes Cœur de ville et Petites villes de demain

Des développements commerciaux peu optimisés

Consommation foncière

1/3 des créations sont consommatrices d'espace

Une part nettement plus faible (16%) sur les 2 Métropoles

La moitié des projets a permis une **requalification** de friches



Requalification d'une friche, projet Novaciéries, St Chamond (42)



Centre commercial mixte de la Folatière, Bourgoin-Jallieu (38)

Défis

Limiter, voire stopper, l'ouverture de nouveaux fonciers à vocation commerciale en périphérie

Renforcer le niveau d'exigences en termes de consommation foncière, densité et mixité des fonctions

=> Défis renforcés avec l'objectif de Zéro Artificialisation Nette et le projet de loi Climat et Résilience.

Des développements commerciaux plus qualitatifs, majoritairement accessibles en voiture

Insertion paysagère et architecturale

Seulement **1/3 des projets sont qualitatifs et bien intégrés** (24% hors Métropoles)

Les derniers sites commerciaux sont **plus qualitatifs et expérientiels**



Steel à St Etienne/St Jean Bonnefonds, zone commerciale de Montheuville pont de l'Âne (42), 2020

Niveau d'accessibilité

1/3 des projets sont uniquement accessibles en voiture.

Cette part passe à 41 % hors métropole de Lyon.



Zone commerciale de Villars Montravel (42), accès privilégié par la voiture. (2019)

Défis

Cibler plus fortement les développements commerciaux au sein des espaces bénéficiant d'une accessibilité multimodale

Conforter le niveau d'exigences vis-à-vis des opérateurs commerciaux en termes de qualités architecturale & environnementale.

Des évolutions des pratiques de consommation impactant l'offre commerciale de demain

- Un ralentissement de la consommation de produits courants
- De nombreux changements sociétaux impactant les comportements d'achats
- Evolution des profils sociologiques des ménages



Une consommation moins massifiée qui évolue vers des pratiques :

- 1** ... de plus en plus connectées
- 2** ... simplifiées
- 3** ... personnalisées et expérientielles
- 4** ... plus responsables et collaboratives

Perspectives d'évolution :

- Effet **accélérateur de la crise sanitaire**
- Poursuite de la **simplification des achats**
- Intensification des **comportements responsables**
- Renforcement de **l'agilité des consommateurs**

Défis

Prendre en considération dans les documents de planification la diminution des besoins en m² commerciaux

Anticiper la poursuite de l'augmentation des flux logistiques commerciaux et intégrer les nouveaux besoins liés à la gestion des livraisons

Des opérateurs commerciaux qui se repositionnent pour s'adapter aux attentes des consommateurs

1. Digitalisation de l'offre

Développement de **stratégies de vente sur tous les canaux de distribution**

Multiplication des **points de retrait** et des possibilités de **livraisons**

Montée en puissance des **pure-players** et émergence de **places de marchés locales**

Renouvellement des concepts physiques



2. Diminution des formats de magasins

Maillage des territoires sur des **formats inférieurs aux standards**

Déploiement de **formats plus compacts en centralités urbaines**

Diminution de surfaces de vente pour certains grands hypermarchés



Impact crise sanitaire :
Très forte accélération de l'omnicanalité
Des **capacités d'adaptation inégales**

Des opérateurs commerciaux qui se repositionnent pour s'adapter aux attentes des consommateurs

3. Accélération des fermetures

- **Fermetures** de magasins les moins rentables ou ne correspondant plus à la stratégie du groupe
- Tous les secteurs d'activités sont touchés, plus particulièrement **l'équipement de la personne**, confronté à une baisse régulière de la consommation

Impact crise sanitaire :

Accélération des défaillances générant mécaniquement une hausse de la vacance et des friches commerciales



Défi

Anticiper un phénomène annoncé de développement de la vacance et de friches commerciales, notamment sur les territoires ayant une offre commerciale dense, par des principes d'aménagement rendant possible la conversion de ces espaces

Des opérateurs commerciaux qui se repositionnent pour s'adapter aux attentes des consommateurs

4. Des pôles périphériques qui se renouvèlent encore difficilement

- Des modernisations sur **un seul niveau**
- Des renouvellements passant par **des extensions de m² rémunérateurs**
- La **diversification vers des fonctions non commerciales est encore marginale**. Elle est de plus en plus envisagée par les opérateurs, si les conditions sont réunies
- Peu de sites commerciaux périphériques en phase opérationnelle de restructuration.
- Des **commercialisations plus longues et complexes**

Impact crise sanitaire :

- **report, reconfiguration voire abandon de certains projets,**
- **accélération des prises de conscience** des opérateurs pour faire évoluer les fonctions de certains sites commerciaux

Défis

Accompagner la modernisation et la recomposition des pôles commerciaux tout en veillant au maintien des équilibres avec les centralités

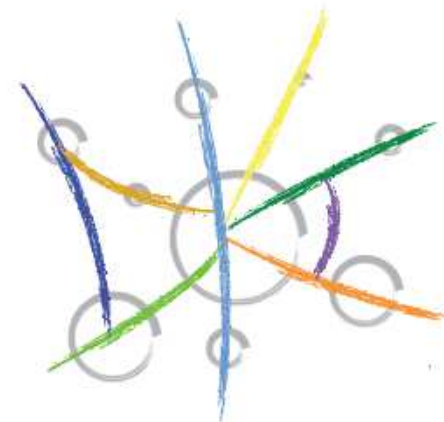
Impulser, en concertation avec les acteurs privés, l'évolution des fonctions au sein de certaines zones, en particulier celles en milieu urbain dense et bénéficiant d'une bonne desserte en transport en commun

Echanges avec les participants



Intervenants :

- **David Sarrazin**, Directeur
Associé AID Observatoire
- **Blandine CROUSIER**, (agence
d'urbanisme de l'aire
métropolitaine Lyonnaise)
représentant le réseau des
agences d'urbanisme Auvergne-
Rhône-Alpes



Les Scot de l'aire métropolitaine Lyon - Saint-Etienne

Temps 2 :

Les impacts du e-commerce en termes d'aménagement du territoire



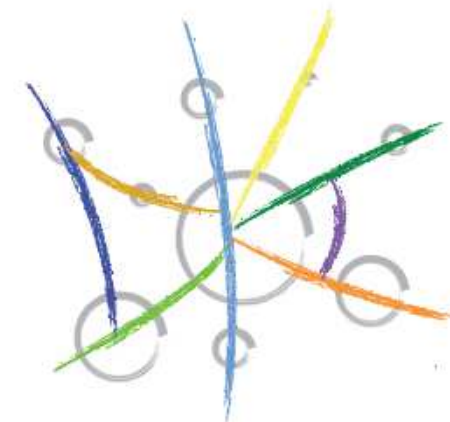
Agences d'urbanisme
Lyon & Saint-Etienne

Echanges avec les participants



Intervenant :

David Lestoux, Directeur Lestoux
et Associés



Les Scot de l'aire métropolitaine Lyon - Saint-Etienne



Temps 3 :

Les axes de travail pour optimiser l'intégration du commerce dans les Scot



Agences d'urbanisme
Lyon & Saint-Etienne

Echanges avec les participants

