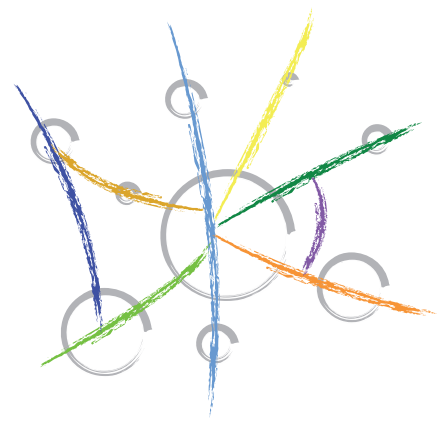




Les Scot de l'aire métropolitaine lyonnaise

Agglomération lyonnaise

Beaujolais

Boucle du Rhône en Dauphiné

Bugey-Côtière-Plaine de l'Ain

La Dombes

Loire Centre

Monts du Lyonnais

Nord-Isère

Ouest lyonnais

Rives du Rhône

Roannais

Sud Loire

Val de Saône-Dombes



© Epures/AU Saint-Etienne 2013

L'urbanisme commercial dans l'aire métropolitaine lyonnaise

Bulletin de veille n°3

Juillet 2014

Agences d'urbanisme
Lyon & Saint-Etienne

Sommaire

1	L'actualité juridique	4
2	Stratégie d'acteurs	8
3	Conjoncture	9
4	Les concepts	10
5	Prospective	11
6	La vie des projets commerciaux sur les territoires de l'inter-Scot	12

Le commerce, secteur aux évolutions rapides et à l'impact considérable sur l'aménagement du territoire, nécessite un suivi régulier. Les présidents et les techniciens des syndicats mixtes de Scot et les Etablissements publics de coopération intercommunale (EPCI) de l'aire métropolitaine lyonnaise regrettent le manque ou l'absence de suivi des implantations commerciales.

Dans le cadre du programme de travail de l'inter-Scot, les Agences d'urbanisme de Lyon et de Saint-Etienne sont chargées de mettre en place un système de veille et d'observation mutualisé avec le Pôle Métropolitain. Les Agences publient ainsi un bulletin de veille biannuel.

Dans un souci de valeur ajoutée, le bulletin s'appuie sur différentes sources, principalement issues de la presse et d'entretiens réalisés au sein d'un réseau d'informations (communes, EPCI, Scot, établissements publics d'aménagement, opérateurs privés de l'immobilier commercial, CCI).

Ce troisième numéro propose une actualité juridique, conjoncturelle, prospective ainsi qu'un état des lieux des grands projets commerciaux de l'aire métropolitaine lyonnaise à la date du mois de juin 2014.

Pôle commercial, Saint-Louis, Roanne



© Epures/AU Saint-Etienne

1

L'actualité juridique

Ce qu'il faut retenir de la loi Alur promulguée le 24 mars 2014

Lutte contre les friches commerciales
Les porteurs de projets d'équipements commerciaux auront désormais l'obligation d'organiser la remise en état du terrain ou de traiter une friche existante s'il est mis fin à l'exploitation et qu'aucune réouverture au public n'intervient sur le même emplacement pendant un délai de trois ans (en attente de décret).

La loi limite également la superficie des parkings des équipements commerciaux. Désormais, leur superficie représentera au maximum les trois quarts de la surface du bâti, contre 1,5 actuellement. La possibilité est laissée au PLU de moduler ce ratio jusqu'à 1, pour tenir compte des circonstances locales. L'entrée en vigueur de cette mesure est fixée au 1^{er} janvier 2016.

Les drives (non accolés à un magasin et > 20 m²) soumis à autorisation d'exploitation commerciale devront être implantés dans les zones urbanisées, dans les zones commerciales existantes, à proximité des lieux de vie et d'activités habituellement fréquentés par les consommateurs.

Affirmation du rôle du Scot comme document pivot de l'aménagement commercial. Le Document d'aménagement commercial (Dac) est supprimé, au bénéfice du document d'orientation et d'objectifs (DOO), qui précise les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal.

Les impacts de la loi Alur sur les espaces commerciaux

La loi Alur, adoptée le 20 février 2014, a été publiée au Journal officiel du mercredi 26 mars 2014 sous la loi n°2014-366. La loi acte le principe du renforcement de la planification locale en matière de commerce.

Le rôle du Scot renforcé

La loi renforce le rôle des Scot en matière d'aménagement commercial. La nouvelle rédaction de l'article L122-1-9 du code de l'urbanisme stipule que le Document d'aménagement commercial (Dac) disparaît et les Zones d'aménagement commercial (Zacom) sont supprimées. En revanche, les Dac adoptés ou en cours d'élaboration (débat PADD réalisé) restent applicables.

Dorénavant, le Document d'orientations et d'objectifs (Doo) précise les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal. Il définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte les objectifs :

- de revitalisation des centres-villes (maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité),
- de cohérence entre les localisations des équipements commerciaux (maîtrise des flux de personnes et marchandises),
- de limitation des déplacements en voiture (réduction des émissions de gaz à effet de serre),
- de consommation économe de l'espace,
- de préservation de l'environnement, des paysages et de l'architecture.

Le DOO détermine les conditions d'implantation des équipements commerciaux qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire.

Enfin, la nouvelle écriture de l'article L122-1-9 précise que ces implantations doivent se réaliser dans une optique de consommation économe de l'espace (densification et compacité des formes bâties, priorités sur les surfaces commerciales vacantes, optimisation des surfaces de stationnement, desserte par les transports collectifs, accessibilité aux piétons et cyclistes...)

Des parkings plus économes en surface au sol

La loi Alur réduit l'emprise au sol des parkings affectés aux commerces soumis à autorisation d'exploitation commerciale (article L111-6-1 du code de l'urbanisme). La superficie des parkings ne peut excéder les trois quarts de la surface de plancher des bâtiments affectés au commerce (contre une fois et demi jusqu'à présent). Sur dérogation et en fonction des plans locaux d'urbanisme, ce seuil peut être relevé à un niveau pouvant aller jusqu'à la totalité de la surface de vente affectée aux commerces.

Les places de stationnement non perméabilisées comptent pour la moitié de leur surface.

Les espaces paysagers en pleine terre, les surfaces réservées à l'auto-partage et les places de stationnement dédiées à l'alimentation des véhicules électriques rechargeables sont déduits de l'emprise au sol plafonnée.

Ces mesures pourraient inciter à l'avenir les unités commerciales à mutualiser leurs parkings, ce qui permettra un phénomène de concentration commerciale. Même si la loi limite l'emprise au sol des aires de stationnement, les enseignes commerciales peuvent étendre leurs aires en infrastructure (parkings souterrains) ou en superstructure (parkings sur le toit du bâtiment).

Ces mesures ne concernent que les bâtiments dédiés à l'alimentaire ou au commerce spécialisé. Ces mesures s'appliquent pour tous les nouveaux bâtiments dont le permis de construire a été déposé à compter du 1^{er} janvier 2016. La loi précise que si des travaux d'extensions d'un bâtiment commercial existant ont été engagés avant le 1^{er} janvier 2016, ils doivent respecter le plafond maximal des 75% de l'emprise au sol des surfaces des bâtiments dédiés aux activités commerciales.

Le démantèlement et la remise en état : reconvertir les friches commerciales

Le propriétaire du site d'implantation bénéficiant de l'autorisation d'exploitation commerciale est responsable d'organiser son démantèlement et de remettre en état ses terrains d'assiette s'il est mis fin à l'exploitation et qu'aucune réouverture au public n'est prévue dans un délai de trois ans.

Cette mesure obligera les enseignes et les promoteurs à retraiter le site d'implantation en cas de transfert de l'activité.

Pour cette mesure, un décret en Conseil d'Etat est en attente.

Les drives soumis à autorisation commerciale

Jusqu'à présent, les drives disposaient d'un régime de faveur car ils étaient considérés comme des entrepôts sans surface de vente accessible à la clientèle. Ils étaient soumis aux seules autorisations d'urbanisme que sont le permis de construire ou la déclaration préalable. La loi Alur précise que les drives d'une surface de plancher de plus de 20 mètres carrés et non-accolés à un magasin sont soumis à autorisation d'exploitation commerciale.

La loi stipule qu'est soumise à autorisation la création ou l'extension d'un « point permanent de retrait par la clientèle d'achat de détail commandé par la voie télématique, organisé pour l'accès en automobile ». Cela comprend les aménagements, installations, équipements et pistes de ravitaillement conçus pour le retrait de marchandises par la clientèle. De ce fait, les drives doivent être implantés au sein de zones urbanisées, des zones commerciales existantes, à proximité des lieux de vie et d'activités habituellement fréquentés par les consommateurs.

La création d'un drive n'est pas soumise à autorisation préalable lorsque ce point de retrait est intégré à un magasin de détail ouvert au public à la date de publication de la loi et que la surface de plancher n'excède pas 20 m² (article L752-1 7° du code du commerce).

L'entrée en vigueur de ces mesures est immédiate.

Les suites

La plupart des dispositions ne seront applicables qu'après décret du Conseil d'Etat ou après un certain délai de mise en œuvre.

En parallèle, la loi relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises a été promulguée le 18 juin 2014.

La loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises

La loi a pour objectif de soutenir une offre commerciale et artisanale diversifiée sur le territoire français en favorisant le développement des très petites entreprises.

Le texte répond à quatre objectifs complémentaires, appuyés par des mesures pragmatiques et volontaristes (source: le portail de l'économie et des finances, ministère) :

- dynamiser les commerces de proximité, en rénovant le régime des baux commerciaux,
- favoriser la diversité des commerces dans les territoires, notamment les plus fragiles, en renforçant les leviers des pouvoirs publics et en modernisant l'urbanisme commercial,
- promouvoir la qualité et les savoir-faire des artisans, en clarifiant leur statut,
- simplifier et harmoniser les régimes de l'entreprise individuelle, en créant un régime unique de la micro-entreprise.

La Loi pose les 9 principes suivants :

La loi offre la possibilité de réintroduire un Document d'aménagement artisanal et commercial (Daac) déterminant les conditions d'implantation des équipements commerciaux qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire et le développement durable.

« Le document d'aménagement artisanal et commercial localise les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines, qui peuvent inclure tout secteur, notamment centre-ville ou centre de quartier, caractérisé par un bâti dense présentant une diversité des fonctions urbaines, dans lesquels se posent des enjeux spécifiques du point de vue des objectifs mentionnés au deuxième alinéa. Il peut prévoir des conditions d'implantation des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ainsi identifiés.

« L'annulation du document d'aménagement artisanal et commercial ne compromet pas les autres documents du schéma de cohérence territoriale. »

Les Commissions Départementales d'Aménagement Commercial (CDAC) voient leurs critères de décision élargis. Elles devront prendre en compte les effets du projet sur l'aménagement du territoire, son intégration urbaine, la consommation économe de l'espace en termes de stationnement, l'animation de la vie urbaine, rurale, « l'accessibilité par «es modes de déplacement les plus économes en émission de CO2 », l'insertion paysagère et architecturale et plus largement la qualité environnementale de l'ensemble.

La loi élargit également la composition des commissions d'aménagement commercial. Les CDAC passent de huit à onze membres dont sept élus, La commission nationale est désormais composée de douze membres, contre huit.

Une commune va pouvoir déléguer son droit de préemption à un établissement public, une société d'économie mixte, au concessionnaire d'une opération d'aménagement, ou au titulaire d'un contrat de revitalisation artisanale et commerciale.

La loi met en place un nouveau contrat de revitalisation pendant cinq ans en vue de favoriser la redynamisation du commerce et de l'artisanat. Ces contrats ont pour objectif de favoriser la diversité, le développement et la modernisation des activités dans des périmètres caractérisés soit par une disparition progressive des activités commerciales, soit par un développement de la mono-activité au détriment des commerces et des services de proximité, soit par une dégradation de l'offre commerciale, ou de contribuer à la sauvegarde et à la protection du commerce de proximité. Les quartiers prioritaires de la politique de la ville figurent parmi les périmètres ciblés par ce dispositif expérimental.

La loi prévoit la fusion de l'autorisation d'exploitation commerciale et du permis de construire. Le permis de construire tient lieu d'autorisation dès lors que la

demande de permis a fait l'objet d'un avis favorable de la CDAC ou, le cas échéant, de la Commission nationale d'aménagement commercial (CNAC). Cette mesure crée enfin un lien juridique entre le permis de construire et l'avis de la CDAC.

La CNAC peut s'autosaisir pour examiner les gros projets dont la surface de vente est d'au moins 20 000 mètres carrés.

Le fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) permettra aux communes de s'impliquer dans le déploiement d'une politique territoriale cohérente, tout en encourageant le commerce local.

Les plans locaux d'urbanisme pourront distinguer les locaux destinés à des activités de services où s'effectue l'accueil d'une clientèle, du type des banques ou des agences immobilières, ce qui autorisera désormais les documents d'urbanisme à comporter des règles de sauvegarde du commerce de proximité en freinant, si nécessaire, l'installation d'activités de services qui menacent directement les commerces pour l'accès aux emplacements.(décret Conseil d'Etat).

Ce qu'il faut retenir de la loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises

- La loi offre la possibilité de réintroduire un Document d'aménagement artisanal et commercial (Daac)
- Les CDAC voient leurs critères de décision élargis.
- La loi élargit également la composition des commissions d'aménagement commercial. Les CDAC passent de huit à onze membres dont sept élus. La commission nationale est désormais composée de douze membres, contre huit.
- Une commune va pouvoir déléguer son droit de préemption à un établissement public, une société d'économie mixte, au concessionnaire d'une opération d'aménagement ou au titulaire d'un contrat de revitalisation artisanale et commerciale.
- Mise en place d'un nouveau contrat de 5 ans en vue de favoriser la redynamisation du commerce et de l'artisanat.
- Fusion de l'autorisation d'exploitation commerciale et du permis de construire.
- La Commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) peut s'autosaisir pour examiner les gros projets dont la surface de vente est d'au moins 20 000 mètres carrés.

Stratégie d'acteurs

Les galeries commerciales de Klépierre rachetées par Carrefour douze ans après les avoir cédées...

Klépierre a annoncé, le 24 janvier 2014, la signature d'un protocole d'accord confirmant les conditions de la cession annoncée d'un portefeuille de 127 galeries commerciales (en France, Espagne et Italie) à un consortium d'investisseurs, parmi lesquels Carrefour pour un montant de 2 milliards d'€.

Sur l'inter-Scot, les galeries commerciales de Salaise-sur-sanne, Mably, Vénissieux, Vaulx-en-velin, Francheville intègrent le portefeuille de la nouvelle foncière de Carrefour, Carmila.

Les galeries commerciales de Givors 2 vallées et de Carrefour Ecully restent sous le giron de Klépierre.

... et création dans la foulée de la nouvelle foncière Carmila

Via sa nouvelle foncière Carmila (PDG, Jacques Erhmann, précédemment PDG de Mercyalis, foncière du groupe Casino), Carrefour part à l'offensive pour racheter 25 centres commerciaux d'ici cinq ans pour un montant d'1 milliard d'euros, auxquels s'ajoutent 500 millions d'€ pour 40 projets d'extension et 250 millions pour les rénovations.

Il prévoit de rénover l'ensemble des galeries commerciales d'ici 2016 en procédant notamment à des extensions. Désormais détenteurs de ses centres par l'intermédiaire de Carmila, Carrefour entend exploiter les réserves foncières du groupe, très importantes, pour gagner des surfaces commerciales.

Cession de Dia : Carrefour et Casino candidats aux rachats

En projet depuis trois ans suite à l'érosion de ses ventes en France, le groupe espagnol a donné mandat de vente à BNP Paribas pour se séparer de ses 841 magasins (607 000 m² de surface de vente selon LSA expert) et 9 entrepôts français. Les principales positions du groupe se situent dans les régions sud-est, le Nord, les régions parisiennes et Centre-Est.

Pour Carrefour et Casino, intégrer Dia ferait sens.

Casino qui veut se renforcer dans le discount semble le candidat plus naturel, sauf que la position déjà dominante des enseignes du groupe à Paris et dans certaines villes du sud et du sillon rhodanien l'obligera sans doute à des cessions à la concurrence. « Au moins une centaine de magasins », rapporte un expert au magazine LSA. Sans compter des unités qui pourraient fermer, dans le Nord et l'Ouest notamment.

A l'image de ces galeries commerciales, Carrefour s'est séparé de Dia il y a trois ans via un spin-off. Aujourd'hui, le nouveau PDG de Carrefour, Georges Plasat, considère que cette acquisition lui permettrait de renforcer ses positions à Paris et dans le Sud-Est, les deux points faibles du groupe Carrefour.

Le 20 Juin 2014, Carrefour a annoncé avoir signé une promesse d'achat avec le groupe Dia France. Cette transaction nécessite l'accord final des instances représentatives du personnel de Dia France et l'approbation des autorités de la concurrence compétentes. Sur l'inter-Scot, ce sont une cinquantaine de magasins qui passeraient sous le giron de Carrefour.

Conjoncture

Rationalisation des sites logistiques chez Intermarché : près de 300 suppressions d'emplois prévus sur les sites de Miribel et de Reyrieux dans l'Ain

La réalisation d'un plan de transformation de la logistique a pour objectif de moderniser les entrepôts du groupe Les Mousquetaires. Il pourrait à terme, conduire à la suppression de 4 000 postes sur un total d'un peu plus de 8 000 en France dans cette branche.

Sur l'inter-Scot, Les salariés des sites de Miribel et de Reyrieux (Ain) où travaillent 540 personnes seraient concernés. Le groupe a choisi de les fermer au profit d'une nouvelle plate-forme logistique qui sera créée à Saint-Quentin-Fallavier (Isère) en 2017, respectivement à 53 km et 36 km des bases actuelles. Le futur site sera automatisé pour le sec et mécanisé pour le frais, induisant des réductions drastiques de personnel avec 250 salariés, contre 540 auparavant. 290 personnes au moins seront donc concernées par le plan social.

Le cap des 3 000 drives dépassé

Les derniers chiffres publiés par le magazine LSA font état d'une poursuite du développement des drives en France mais de manière plus modérée.

En mars, le parc français alimentaire compte 661 points de retrait magasin, 1 930 « accolés » et 411 « drives solo », soit un total de 3 002 unités. Le drive Intermarché est en tête avec 825 unités. L'enseigne est suivie par Courses U avec 757 sites. Mais ces deux enseignes offrent quasiment exclusivement du point de retrait accueil ou de l'accolé. Pour les drives solo, en matière de chiffre d'affaires, Leclerc est nettement en tête suivi par Chronodrive. A noter qu'en mars 2014, le rythme d'ouverture a clairement ralenti.

Sur l'inter-Scot, 109 drives (hors point de retrait magasin) sont recensés à fin avril 2014.

Comme au niveau national, Leclerc confirme sa position de leader du drive solo. En revanche, il reste le challenger de Carrefour au regard du nombre total de drive. Ce dernier dispose d'une part de marché de 26%.

La hiérarchie en matière de drive est conforme à celle de l'attractivité commerciale de chacun des territoires de l'inter-Scot. Ainsi, le Scot de l'agglomération lyonnaise accueille le plus de drives avec 37 implantations recensées suivi des Scot Sud Loire et Rives du Rhône qui comptent respectivement 22 et 16 implantations.

Pour aller plus loin : Des éléments complémentaires sont disponibles dans la publication « Les concepts commerciaux : le drive », Agences d'urbanisme de Lyon et Saint-Etienne

4

Les concepts

L'enseigne Tati implante son nouveau concept de magasin à Saint-Etienne

L'enseigne a choisi d'implanter son nouveau concept au sein de la zone commerciale de Monthieu-Pont de l'Âne à Saint-Etienne. Depuis le 14 mai, le magasin propose une gamme renouvelée de près de 15 000 références sur 1 350m² de surface de vente. L'enseigne Tati, pionnière du prêt-à-porter et de l'équipement de la maison hard discount, s'est développée économiquement jusque dans les années 80 avant de faire face à des nouveaux concurrents de type Zara ou H&M. Depuis 2008, l'enseigne fait preuve d'une seconde jeunesse, se repositionne et déploie son nouveau concept de magasin sur le modèle des « grands magasins populaires d'antan ». L'enseigne propose donc un « discount qualitatif » de sa gamme élargie de produits. C'est autour d'un parcours shopping que le consommateur découvre des espaces de vente bien distincts (espace mode homme, femme, enfant, chaussure, lingerie, beauté, droguerie, hygiène et maison). L'enseigne recompose entièrement son offre commerciale passant d'un modèle de destockage de produits à la création *ex-nihilo* de nouveaux produits (soit 70% de l'offre de la marque).

En 2011, l'enseigne retrouve sa stabilité financière, une première depuis plus de 15 ans. En 2012, le chiffre d'affaires est en hausse de 15% (par rapport à 2011). L'enseigne compte 129 magasins dont 46 proposant le nouveau concept (création ou rénovation). L'enseigne a inauguré un magasin de taille XXL en Août 2013 au sein du centre commercial Belle-Epine de Thiais en région parisienne. Le commerce s'étend sur une surface de 4 000m². D'ici 5 ans, l'enseigne vise 250 nouvelles ouvertures sur le territoire national. A l'étranger, ce sont 6 ouvertures qui sont prévues au Moyen-Orient.

Développement des supermarchés en circuits courts : O'Tera, Invivo (Gamm Vert) et le givordin Grand Frais se positionnent sur ce segment de marché

O'Tera vient de développer un troisième supermarché à proximité de Lille. Avec un développement jusqu'à présent limité (un premier magasin ouvert à Villeneuve-d'Ascq en 2006, un deuxième à Avelin en 2011), le concept d'O'Tera repose principalement sur des approvisionnements en produits alimentaires en circuits courts, privilégiant les filières locales.

Le magasin de Villeneuve-d'Ascq (O'Tera du Sart) est ainsi approvisionné par 120 fournisseurs, à 95% régionaux : 120 artisans (ex : boulanger, boucher, crémier, etc.) et 40 agriculteurs qui livrent directement leur production. Chaque produit référencé est fourni par un seul producteur et le magasin propose 500 références (10 000 en grande surface classique). Plus de 60% des produits vendus le sont en circuit court, pour un chiffre d'affaires de 14 millions d'euros.

Le groupe Invivo (qui détient les enseignes Gamm Vert et Delbard), évoque le prochain test d'une enseigne de supermarchés proposant des produits locaux, majoritairement issus de coopératives sur une surface de vente de 1 000 m².

L'enseigne givordine « Grand Frais » réfléchit à développer le même type de concept.

Costco devrait ouvrir son premier magasin français à l'automne 2015 en région parisienne et ambitionne de se développer en région lyonnaise

Comme nous l'indiquions dans un précédent bulletin de veille, le géant américain de la grande distribution Costco ambitionne de développer son concept de club entrepôt en France. Avec un droit d'adhésion de 55 dollars par an, Costco propose aux particuliers de faire des achats de gros, à des prix défiant toute concurrence.

La CNAC vient de délivrer l'autorisation pour une première implantation à Villebon-sur-Yvette dans l'Essonne en région parisienne.

Pour accompagner sa stratégie d'expansion dans l'Hexagone, où il débarque en 2015, le groupe américain spécialisé dans la distribution en magasins-entrepôts par abonnement, confie son développement à Cushman & Wakefield France. Objectif, trouver des sites dont les formats sont compris entre 2,9 et 5 hectares pouvant accueillir une surface de vente d'environ 14 000 m² et 800 places de parking.

Plusieurs sites sont actuellement à l'étude en région parisienne, et dans les grandes métropoles régionales françaises (Bordeaux, Lyon, Marseille, Nice, Toulouse...).

Leclerc test le drive autoroutier

L'enseigne a inauguré en avril 2014 une unité dans le sud est, sur l'A8 entre Fréjus et Cannes. Ce drive est positionné sur une autoroute très utilisée pour les trajets domicile-travail, mais aussi par les vacanciers. Comme la plupart des drives solo, il propose 8 000 références. Les prix y sont les mêmes que ceux de l'hypermarché Leclerc de Saint-Raphaël (6 600 m²)» précise l'enseigne dans un communiqué de presse.

5

Prospective

L'avenir des commerces de centre-ville en question

Emmanuel Ducasse, Directeur des Études au Crédit Foncier Immobilier, s'essaie à un exercice de prospective sur l'avenir des commerces de centre-ville dans la revue numéro 86 de l'observateur de l'immobilier du Crédit foncier. Il part du postulat qu'en période de crise économique, de contraction du budget des ménages et de progression du commerce en ligne, c'est nécessairement au détriment de la distribution physique. Le commerce de détail est selon lui un jeu à somme nulle. Dans ce contexte, il s'interroge sur la commercialité des boutiques de centre-ville et s'interroge sur sa capacité à faire face aux assauts du monde virtuel.

Emmanuel Ducasse estime que les impacts du commerce électronique se traduiront de différentes manières selon les commerces.

Adaptation des enseignes spécialisées à la nouvelle donne

Les hypermarchés et les « retails parks » devront s'adapter à cette nouvelle donne. Ils s'attendent à abandonner des parts de marché importantes aux e-commerçants, sur les lignes de produits où les marges sont les plus fortes.

Le même constat peut être dressé pour l'ensemble des grandes surfaces spécialisées, qui entrent en concurrence frontale avec les produits phares de l'e-commerce. Les difficultés actuelles de la Fnac, de Darty ou de Virgin, en liquidation judiciaire, sont des signes qui ne trompent pas selon lui.

Le commerce de proximité ne sera guère affecté par l'e-commerce

Le commerce de proximité propose d'autres produits et services que l'e-commerce. Il ne trouve guère de concurrence immédiate. L'auteur voit même un moyen de nouer une coopération

fructueuse entre les commerces de proximité et les acteurs du commerce électronique en lien avec le développement des points de retrait.

Les artères commerciales « prime » resteront toujours aussi attractives et verront l'implantation croissante d'acteurs de l'e-commerce en recherche de notoriété et appliquant une stratégie cross-canal.

Panorama de la grande distribution en 2013

Dans son numéro de février 2014, la revue « DGCCRF info » dresse un panorama de la grande distribution en France.

Les grandes surfaces alimentaires constituent le principal circuit de distribution de produits alimentaires. Plus de 60% des ventes totales du commerce alimentaire en magasins et près de 45% des ventes toutes taxes comprises en volume du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2012. La note met en évidence que deux opérateurs dominent le marché de la grande distribution : Carrefour et Leclerc avec plus de 40% des ventes totales. La majorité des grandes surfaces alimentaires sont indépendantes.

A partir de données de l'Insee, les auteurs constatent que le chiffre d'affaires des grandes surfaces alimentaires a augmenté de 11,2% entre 2004 et 2010 (soit 1,8% par an en moyenne). Cette hausse a été régulière sauf entre 2008 et 2009 en raison de la crise financière mondiale. Depuis 2010, l'activité des grandes surfaces alimentaires est en baisse de 4,1% entre 2010 et début 2013 (soit -1,4% par an en moyenne).

Les auteurs résument enfin les tendances à l'œuvre dans le secteur de la grande distribution : perte de vitesse du format de l'hypermarché, dynamisme des magasins de proximité, transformation des hard discounts, développement du commerce à distance et du drive.

La vie des projets commerciaux dans les territoires de l'inter-Scot

Note méthodologique

La rubrique suivante se donne l'ambition de recenser les principaux projets commerciaux dans l'aire métropolitaine lyonnaise.

Par « principaux projets », est entendu les projets qui sont de nature à avoir des impacts significatifs sur l'armature commerciale d'un Scot ou de plusieurs Scot.

Afin d'apporter une véritable valeur ajoutée à la veille presse, cette rubrique s'appuie sur un réseau de veilleurs (syndicat mixte de Scot, EPCI, EPA, EPL, acteurs privés) qui peuvent être mobilisés en tant que de besoins.

Autorisation tacite et CDAC

L'autorisation d'exploitation commerciale est délivrée par la Commission départementale d'aménagement commerciale (CDAC) qui doit se prononcer dans un délai de deux mois à compter de sa saisine (article L.752-14, II du Code de commerce), faute de quoi le pétitionnaire devient bénéficiaire d'une autorisation tacite.

Pour ce troisième numéro du bulletin de veille, aucun projet commercial d'importance n'a été recensé dans les Scot Bugey-Côtière-Plaine de l'Ain, Dombes, Val-de-Saône Dombes, Ouest lyonnais, Boucle du Rhône en Dauphiné et Monts du Lyonnais.

Dans les Scot des départements du Rhône, l'actualité des projets commerciaux au premier semestre 2014 est plutôt calme.

Il convient de noter un accroissement important des autorisations tacites. Pas moins de six projets d'extension ou de création portant sur une surface commerciale totale de 5 300 m² ont bénéficié d'autorisations tacites entre mars 2014 et fin mai 2014.

Agglomération lyonnaise

1. Livraison de plusieurs ensembles commerciaux à Saint-Bonnet-de-Mure

En septembre 2013, la Compagnie de Phalsbourg (également porteur du projet de village de marques « The Village » à Villefontaine (38)), livrait la première tranche du retail park de Saint-Bonnet-de-Mure sur une surface de vente de 5 000 m² occupée par cinq cellules commerciales.

La deuxième tranche portée par Guignard promotion est en cours de réalisation pour une ouverture prévue d'ici la fin de l'année 2014.

Une vingtaine de cellules et 525 places de stationnement sur 9 500 m² de surface plancher sont prévues.

En parallèle, Longbow commercialise 18 lots de son projet « Show U » sur la Zac de Chanay qui développe 5 200 m² de surface plancher.

Beaujolais

2. Le projet commercial Viadorée à Anse autorisé en CNAC

Suite au recours exercé par la société Sadef, le projet d'ensemble commercial Viadorée, d'une surface de vente de 10 094 m², a été autorisé en CNAC du 1er avril 2014 confirmant ainsi la décision de la CDAC du Rhône du 10 décembre 2013.

Sur 4,8 hectares, aménagés par la Serl, le parc commercial, porté par CFA Rhône-Alpes (groupe Financière Duval), accueillera :

- un magasin de bricolage d'une surface de vente de 2 997 m²,
- cinq magasins « d'équipement de la maison » de respectivement 1 707 m², 1 496 m², 399 m², 701 m² et 801 m², représentant une surface de vente totale de 5 104 m²,
- un magasin de « culture-loisirs/équipement de la personne » d'une surface commerciale de 997 m²,
- et un magasin de « culture-loisirs » d'une surface de vente de 996 m².

Source : Scot wdu Beaujolais

3. Rejet du recours du Préfet du Rhône en CNAC du 04 juin 2014 contre le projet de la SNC la Logère sur la ZAC Bel-Air-La Logère à Anse rejeté

Le Préfet du Rhône a introduit un recours en CNAC contre le projet de la SNC La Logère. Autorisé en CDAC le 11 février 2014, il porte sur un ensemble commercial de cinq cellules et 1 515 m² de surface de vente. Celui-ci a été rejeté par la CNAC du 04 juin 2014.

Loire Centre

4. Extension de l'ensemble commercial Intermarché à Boën-sur-Lignon

Le projet est porté par la SAS Immobilière européenne des Mousquetaires. Il consiste en l'extension de 508m² de la surface de vente du supermarché Intermarché, situé sur la zone artisanale du Parc Giraud-le Pont Rompu. La surface de vente actuelle est de 1 989 m². Après extension, elle sera de 2 497 m². La surface de vente globale de l'ensemble commercial atteindra 4 641 m². Le projet commercial permet de conforter et de renforcer la polarité de Boën-sur-Lignon. La CDAC du 4 mars 2014 a donné un avis favorable au projet.

Source : Scot Loire Centre, CDAC

Nord-Isère

L'actualité est assez riche en Nord Isère fin 2013 début 2014 avec des projets d'ensembles commerciaux assez importants. Pour la majorité, on dénote un effort de recherche de qualité dans l'architecture, de choix des matériaux et l'aspect paysager des projets. En revanche, on constate toujours un manque de cohérence de l'insertion urbaine, une mixité des fonctions et une densité des implantations faibles ainsi qu'une difficulté de sortir d'une logique d'effet vitrine du stationnement automobile dans les projets et concepts commerciaux actuels.

5. Projet d'ensemble commercial au Pont de Beauvoisin

En 2013, un centre commercial Leclerc et sa station essence courant 2013 a déjà été construit dans la zone d'activité de Clermont en entrée de ville Ouest de Pont de Beauvoisin. Le 25 février 2014, un projet d'ensemble commercial a été autorisé en CDAC développant 3 150m² de surface de vente dans cette même zone. Ce projet de six cellules commerciales dédiées à l'équipement de la maison et de la personne se localise le long de la RD 1006 sur un ancien site

en friche dont le terrain a été racheté par la Communauté de communes des Vallons du Guiers (CCVG) puis vendu au porteur de projet Etixia, la foncière du Groupe Kiabi développant également des retail parks. Le Scot a siégé à la CDAC.

6. Bourgoin-Jallieu : deux projets commerciaux refusés en CDAC du 25 février 2014

Deux projets commerciaux accolés formant un ensemble de 10 140 m² de surface de vente ont été refusés en CDAC du 25 février 2014. Ils auraient pris place au sein de la zone d'activités de la Maladière. Le Scot n'a pas siégé à la CDAC.

Un projet commercial de Halles marchandes permettant de réhabiliter un bâtiment commercial assez dégradé en cœur de ville de Bourgoin-Jallieu a été accordé en CDAC du 28 janvier 2014. Ce projet porte la surface de vente initiale de 730 m² à 2 370 m². Le Scot n'a pas siégé à la CDAC.

7. Projet d'ensemble commercial à Villefontaine

Un projet d'ensemble commercial de 4 038 m² de surface de vente dont la locomotive serait un discounteur alimentaire a été accordé en CDAC du 6 mai 2014. Ce projet de six cellules commerciales se localise au sein de la zone d'activités de Cruzilles et comporte une enseigne de restauration en face du théâtre du Vellin. Le Scot a siégé à la CDAC.

Rives du Rhône

8. Mise en chantier de la zone commerciale interval à Saint-Vallier

Ce projet porté et soutenu par la Communauté de communes Portes de Drôme-Ardèche développera 9 100 m² de surface de vente. Intermarché et Gamm Vert déjà présents sur la commune relocaliseront leurs activités sur cette zone dont la livraison est prévue au printemps 2015.

Source : le Réveil

Roannais

9. Ensemble commercial « le parc des Elopées » ou « Porte de Riorges 2 » à Riorges

Le projet, porté par l'investisseur Apsys, se compose de dix-sept magasins pour une surface de vente totale de 9 949 m². Il propose une offre commerciale principalement dédiée à l'équipement de la maison (voir bulletin de veille n° 2). Le projet, accordé en CDAC, a été refusé en CNAC le 28 novembre 2013. Apsys a déposé un recours devant la Cour administrative de Lyon le 26 février 2014.

Source presse : L'Essor du 6/01/2014, SM Scot du Roannais

10. Création d'un ensemble commercial de 2 066 m² à Saint-Nizier-sous-Charlieu (Scot Bassin du Sornin)

Le projet est porté par la SCI Pont-de-Tigny au lieu dit Gayen. Le projet consiste en la création de deux bâtiments. Le premier se compose de quatre cellules commerciales de 396 m² chacune, soit 1 584 m² de surface de vente. Le second bâtiment comporte deux cellules de 174 m² et une cellule de 134 m², soit 482 m² de surface de vente. La CDAC a donné un avis favorable au projet le 27 janvier 2014.

Source : euro légales

Sud Loire

11. Recours du Scot Sud Loire devant le tribunal d'appel contre l'avis favorable de la CNAC sur le projet d'extension de la galerie marchande du centre commercial « Auchan Porte du Forez » à Villars

Le projet, localisé au sein de la zone commerciale de Montravel à Villars, prévoit la création d'une surface de vente de 3 320 m² composée de neuf boutiques (au total 1 050 m²), deux moyennes surfaces spécialisées dans l'équipement pour la personne de 1 850 m² et 420 m², une pharmacie et trois unités de restauration (voir bulletin de veille n° 2). La CDAC du 8 janvier 2014 avait donné un avis défavorable au projet. La SAS Immochan a déposé un recours en CNAC. Le 14 mai 2014, la CNAC a donné un avis favorable au

projet. La galerie commerciale d'une surface de vente actuelle de 2 927 m² passera à 6 247 m². L'extension se fera sur les parkings actuels. Dans un même temps, la galerie marchande actuelle sera modernisée et un parking semi-enterré composé de deux niveaux (270 places de stationnement) sera créé. Le Scot Sud Loire va engager un recours devant le tribunal d'appel pour attaquer la décision de la CNAC. Le recours sera engagé dès que les publications de la décision CNAC seront effectuées par la Préfecture

Source : SM Scot Sud Loire, Ville de Saint-Etienne, Le progrès

12. Suspension des travaux du complexe cinématographique Le Rex aux Jacquins à Montbrison

Accordée en CNAC du 5 septembre 2013 (voir bulletin de veille n°2), la construction du cinéma Le Rex est actuellement à l'arrêt suite à la décision du tribunal administratif de Lyon relative à la validité du permis de construire. Le nouvel exécutif de la Ville de Montbrison, opposé au projet actuel, prévoit un contre-projet et ambitionne l'implantation du cinéma en centre-ville et non en périphérie.

Source : presse avril 2014

13. Avis défavorable de la CNAC sur la création d'un cinéma multiplexe à l'enseigne « Family Cinéma » à Saint-Just-Saint-Rambert

Le projet, porté par l'association Family Cinéma, consiste en la création d'un cinéma de neuf salles et 1 800 fauteuils. Le projet se substituerait au cinéma existant (voir bulletin de veille n°2). Le 4 décembre 2013, la CDAC a donné un avis favorable au projet. La société ABC, gestionnaire du futur multiplexe de Saint-Etienne « Le Camion Rouge », a déposé un recours contre la décision. La CNAC a donné un avis défavorable au projet le 6 mai 2014.

Source : SM Scot Sud Loire

14. Création d'un drive à enseigne Leclerc au sein du quartier Le Soleil à Saint-Etienne

Ouverture le 16 mai 2014, du Leclerc drive à Saint-Etienne. Il s'agit d'un drive

Centre Commercial Centre Deux à Saint-Etienne



© Epures/AU Saint-Etienne, 2013

solo, c'est-à-dire qu'il n'est pas attenant à une surface commerciale existante.

Source : Le progrès le 4/04/14

15. Réaménagement interne de plusieurs cellules commerciales du Centre commercial de Centre Deux à Saint-Etienne

Le projet consiste en l'extension de l'ensemble commercial de Centre Deux sur une surface de vente de 2 802 m² répartis comme suit : 1 630 m² au niveau 0,563 m² au niveau 1 et 609 m² au niveau 2. La surface de vente totale du centre commercial après extension sera de 30 801 m² (soit +10%). La société CORIO représentant la société SNC Centre Deux porte le projet. L'extension n'induit pas la création de bâti. Le projet consiste en la réaffectation d'espaces vacants ou d'activités de bouche existants pour accueillir d'autres enseignes et permettre l'agrandissement de l'unité commerciale à l'enseigne Go Sport. La CDAC du 16 avril 2014 a donné un avis favorable au projet.

Source : SM Scot Sud Loire

16. Projet d'un ensemble commercial à Monthieu-Pont de l'Âne, à Saint-Etienne et Saint-Jean-Bonnefonds

Créée en 2010, la ZAC Pont de l'Âne Monthieu, sous maîtrise d'ouvrage de l'EPA de Saint-Etienne, prévoit la requalification de l'entrée de ville et le renforcement de l'offre commerciale pour constituer « un pôle commercial d'intérêt régional » (Scot Sud Loire). Ainsi, en juillet 2012, la CDAC de la Loire a donné un avis favorable au projet de « Cité des Echanges », porté par le Groupe Casino,

qui comprenait 57 377 m² de surface de vente avec notamment le transfert-extension du centre commercial de Monthieu et son hypermarché Géant Casino sur le macrolot commercial de la Zac situé à proximité d'Ikea et de l'A72. En juillet 2013, le Groupe Casino s'est retiré préférant redimensionner son projet autour de la modernisation et de l'extension du centre commercial existant. L'EPA de Saint-Etienne, propriétaire du macrolot de la Zac, envisage dorénavant sur ce site la construction par un opérateur spécialisé d'un retail park de 45 000 m² à 50 000 m² de surface de vente avec une offre commerciale complémentaire du centre-ville comprenant notamment des enseignes locomotives de bricolage et de sport mais aussi une offre de service (restauration, hôtel) et de loisirs marchands. Les prochaines échéances prévisionnelles sont :

T3 2014 : engagement d'une consultation d'opérateurs

T3 2015 : dépôt du dossier devant la CDAC de la Loire

T3 2016 : signature de l'acte de vente du terrain avec l'opérateur

T4 2018 : ouverture au public du retail park

Source : EPA de Saint-Etienne

Les territoires proches de l'inter-Scot

17. Ouverture d'un Ikéa de 33 000 m² à Clermont-Ferrand le 6 août 2014

Installée sur la zone des Gravanches au nord-ouest de Clermont-Ferrand, l'enseigne y investira 33 000 m² dont 24 000 m² de surface de vente. Seul point de vente de l'enseigne en Auvergne-le plus proche est à Saint-Etienne— le magasin cible une zone de chalandise de près de un million d'habitants.

« Notre objectif est que 80% des Français aient un magasin Ikea à moins de une heure de route de chez eux », déclare au magazine LSA Nadia Bothorel, directrice générale adjointe d'Ikea France.

A côté du magasin, un retail park devait être créé par Inter Ikea Centre Group France. Une opération qui devrait jauger 22 500 m². Cinq moyennes surfaces dédiées à l'équipement de la maison

et des loisirs, et un nouveau magasin Leroy Merlin étaient prévus. La CDAC avait donné son accord en janvier 2013 pour être finalement retoqué par la CNAC. Casino France et Immochan ayant engagé un recours. La foncière d'Auchan a en effet le projet d'implanter un ensemble commercial de 21 500 m² dans le même giron d'Ikea, boulevard Clémentel, au nord de Clermont. L'ouverture était prévue pour 2013.

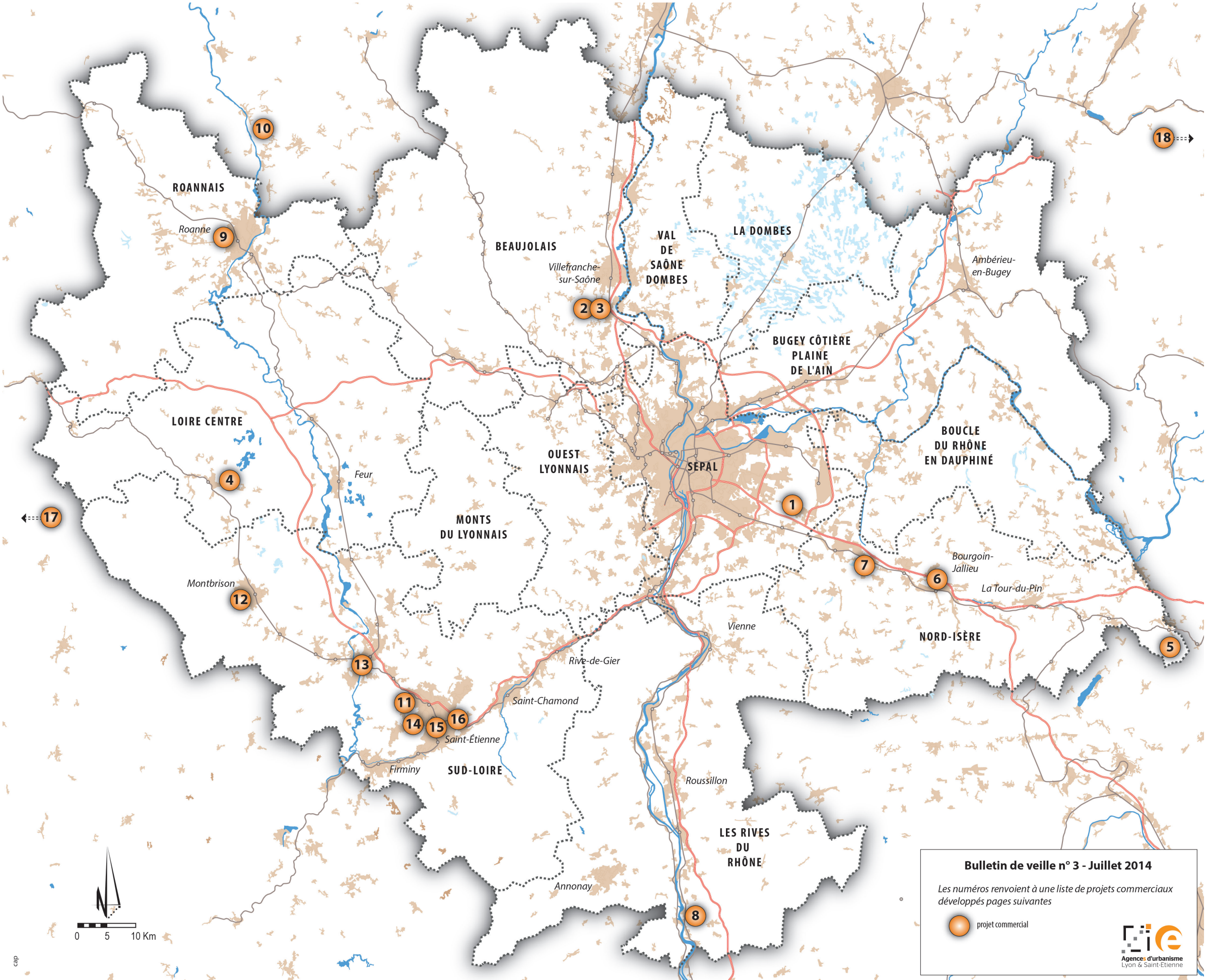
18. Le Village de marques de Bellegarde-sur-Valserine validé en Conseil d'Etat

Après neuf ans de procédure, le Conseil d'Etat a finalement validé le projet de village de marques à Châtillon-en-Michaille, près de Bellegarde-sur-Valserine. Il est porté par le spécialiste espagnol de l'immobilier commercial, Neinver. Comparable au Marques Avenue de Romans, le village comptera 95 boutiques.

Le village sera situé à la sortie de l'autoroute A40 et installé sur un terrain de 21 hectares. Le futur «Villages des Alpes» devrait engendrer 500 emplois directs et développera 16 000 m² de surface de vente. 80 millions d'euros vont être investis dans ce projet.

Ce projet s'inscrit dans une zone de chalandise primaire réduite et au sein d'une offre concurrente existante importante. En effet, un village de marques situé à Aubonne entre Genève et Lausanne (au bord de l'autoroute A1 à 15 min de Lausanne et à 30 min de Genève) existe déjà. Par ailleurs, un village de marques est en développement à Villefontaine en Isère. Enfin, Frey projette d'ouvrir d'ici 2016 son retail park « open » (nouveau nom du projet « les rives de l'Allondon ») de 55 000 m² de surface plancher à Saint-Genis-Pouilly.

Localisation des projets commerciaux de l'Inter-Scot à Juin 2014



À retenir

1. La loi Alur promulguée le 24 mars 2014 intègre l'urbanisme commercial dans le droit commun. Elle renforce la portée du Scot en matière d'aménagement commercial et soumet à autorisation d'exploitation commerciale la création ou l'extension d'un drive.
2. La loi Pinel (ACTPE) a été promulguée le 18 juin 2014. Contrairement à la loi Alur qui supprime le Document d'aménagement commercial (DAC), la loi Pinel ouvre la possibilité de réintégrer un Document d'Aménagement artisanale et Commercial (DAAC) au Scot.
3. Le drive poursuit son développement en France et franchit la barre des 3 000 drives (Point de retrait magasin inclus). Sur l'inter-Scot, plus de 100 drives sont recensés (hors point de retrait magasin).
4. Les galeries commerciales de Klépierre sont rachetées par Carrefour. La majorité des galeries commerciales de l'inter-Scot accolées à un hypermarché Carrefour passe sous le giron de sa foncière Carmila.
5. Carrefour se positionne pour le rachat des magasins du groupe espagnol Dia. Une cinquantaine de magasins sur l'inter-Scot pourraient changer d'enseigne.
6. Le géant américain de la grande distribution Costco a obtenu une autorisation pour implanter son premier magasin et ambitionne de développer son concept de club entrepôt en France et notamment en région lyonnaise. Cushman and Wakefield a été missionné pour rechercher du foncier dans les principales métropoles régionales.
7. Au premier semestre 2014, de nombreux projets commerciaux (créations ou extensions) ont été accordés de manière tacite dans l'inter-Scot.

Une réalisation
pour le compte et en collaboration
avec les syndicats mixtes de Scot
de l'aire métropolitaine lyonnaise

Directeur de la publication : Damien Caudron, d.caudron@urbalyon.org

Equipe projet : Xavier Laurent, x.laurent@urbalyon.org
et **Laëtitia Bouetté**, lbouette@epures.com

Coordination de la démarche inter-Scot :
Sébastien Rolland, s.rolland@urbalyon.org

Infographie : **Agences d'urbanisme de Lyon et Saint-Etienne**

une ingénierie métropolitaine au service des territoires

Les Agences d'urbanisme de Lyon
et de Saint-Etienne ont constitué
en 2010 un réseau d'ingénierie
au service des territoires.

La présente publication est issue
de cette collaboration originale
au service des acteurs
de l'aire métropolitaine lyonnaise.



**Agence d'urbanisme
pour le développement
de l'agglomération lyonnaise**

18 rue du lac - BP 3129
69402 Lyon Cedex 03
Tél. 04 78 63 43 70
Télécopie 04 78 63 40 83

www.urbalyon.org



**Agence d'urbanisme
de la région stéphanoise**

46 rue de la télématique
CS 40801 - 42952 Saint-Etienne cedex 1
Tél : 04 77 92 84 00
Télécopie : 04 77 92 84 09

www.epures.com