

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

AGGLOMÉRATION LYONNAISE  
BEAUJOLAIS  
BOUCLE DU RHÔNE EN DAUPHINÉ  
BUGEY-CÔTIÈRE-PLAINE DE L'AIN  
LA DOMBES  
MONTS DU LYONNAIS  
NORD-ISÈRE  
OUEST LYONNAIS  
RIVES DU RHÔNE  
ROANNAIS  
SUD LOIRE  
VAL DE SAÔNE-DOBES



# L'urbanisme commercial dans l'aire métropolitaine Lyon - Saint-Etienne

Bulletin de veille n°12

déc. 2023



Agences d'urbanisme  
Lyon & Saint-Etienne

# Sommaire

	Préambule	3
<b>1</b>	Actualités en matière d'urbanisme commercial	4
<b>2</b>	Les dernières tendances de consommation et stratégies d'acteurs : pouvoir d'achat, sobriété, fragilité et renforcement des pratiques	9
<b>3</b>	La vie des projets commerciaux entre septembre 2022 et septembre 2023	24

# Préambule

Le commerce, secteur aux évolutions rapides et à l'impact considérable sur l'aménagement du territoire, nécessite un suivi régulier.

Dans le cadre du programme de travail de l'inter-Scot, les présidents de Scot ont missionné les Agences d'urbanisme de Lyon et de Saint-Etienne pour mettre en place un système de veille et d'observation du commerce dans l'aire métropolitaine Lyon-Saint-Etienne. Dans cet objectif, elles publient un bulletin de veille annuel qui s'appuie sur différentes sources, telles que la base de données des CDAC et CNAC<sup>1</sup> administrées et alimentées par les Agences d'urbanisme de Saint-Etienne et de Lyon, la presse et des

entretiens réalisés au sein d'un réseau d'informations (communes, intercommunalités, Syndicats mixtes de Scot, établissements publics d'aménagement, opérateurs privés de l'immobilier commercial, CCI).

Ce douzième numéro se compose de trois parties :

- Les actualités en matière d'urbanisme commercial,
- Une analyse des tendances de consommation et des stratégies d'acteurs en 2023,
- Un état des lieux des grands projets commerciaux de l'AMELYSE pour la période de septembre 2022 à septembre 2023.

---

<sup>1</sup> - Commissions Départementale et Nationale d'Aménagement Commercial



# Actualités en matière d'urbanisme commercial

## Lancement du plan de transformation des zones commerciales de périphérie<sup>2</sup>

Le Ministre de la transition écologique<sup>3</sup> et la Ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme<sup>4</sup> ont annoncé le 9 septembre 2023 le lancement du plan de transformation des zones commerciales. Ce plan intervient après une réflexion menée par le gouvernement en partenariat avec des représentants d'élus locaux et un groupe d'experts pluridisciplinaires (foncières commerciales, enseignes et commerçants, aménageurs, juristes, urbanistes, architectes, etc.).

Pour enclencher ces mutations rapidement, le gouvernement lance ainsi un Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI) pour « réinventer les zones commerciales de demain ». Au-delà d'un appui financier, le plan prévoit un appui juridique et technique national via une équipe nommée par le gouvernement et pilotée conjointement par la Direc-

tion Générale des Entreprises (DGE) et l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT) pour accompagner les territoires et ainsi « lever les obstacles ».

Cette expérimentation vise à mener des requalifications de zones commerciales périphériques devant contribuer à :

- La rationalisation du foncier commercial et plus largement une recherche d'optimisation des espaces afin de répondre à un objectif de sobriété foncière ;
- La diversification des usages de ces zones, notamment par la construction de logements, l'installation de nouveaux services, par la renaturation des espaces voire, lorsque cela est possible, par l'implantation d'activités industrielles ou logistiques.

L'expérimentation doit également permettre d'élaborer une doctrine d'intervention de l'Etat sur la détermination du niveau de financement permettant de créer un effet incitatif ainsi que sur les modalités d'intervention envisageables.

<sup>2</sup> - Ministère de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique : <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/aap/programme-transformation-zones-commerciales>  
<https://www.economie.gouv.fr/video-lancement-programme-transformation-zones-commerciales#>

Agence de la cohésion des territoires : <https://agence-cohesion-territoires.gouv.fr/plan-de-transformation-des-zones-commerciales-1201>

Banques des territoires : <https://www.banquedesterritoires.fr/un-nouveau-plan-pour-transformer-les-zones-commerciales>

<sup>3</sup> - Christophe Béchu

<sup>4</sup> - Olivia Grégoire

## En bref :

- **Combien ?** 24 millions d'euros pour une vingtaine de projets pilotes en France

- **Quand ?** Deux phases de sélection sur une temporalité réduite (novembre 2023 et début 2024), ciblant ainsi les territoires ayant déjà des projets avancés.

Les dossiers de candidature seront examinés à trois niveaux :

- Les préfetures de département qui émettront un avis,
- Les préfetures régionales qui classeront les candidatures afin de soumettre jusqu'à quinze projets par région,
- Le Jury, placé auprès du Gouvernement, pour la sélection finale. L'annonce des projets lauréats est prévue pour le 29 novembre 2023.

A l'échelle nationale, certains territoires étaient pressentis dès le lancement du plan. Il s'agit majoritairement de territoires bénéficiant des programmes « Action Cœur de Ville » ou « Petites Villes de Demain ». C'est notamment le cas de Barentin (76), Grasse (83), Limoges (87), Le Havre (76) ou Angers (49).

### - Pour quelles dépenses ?

- Une partie de l'ingénierie de projet, à savoir les études de préfiguration (plafond de 75 000 € par projet) et l'accompagnement technique tel que le financement du poste de chef de projet (jusqu'à 75 000 €) ;
- Dans une seconde phase, une partie de la mise en œuvre opérationnelle

du projet à savoir une partie du déficit de l'opération commerciale du programme de requalification d'ensemble (jusqu'à 50%). Cette subvention s'adressera à une dizaine de sites démonstrateurs sélectionnés par un comité technique national et concernera des territoires en déprise et les projets les plus matures.

Les crédits sont cumulables avec ceux du fonds vert<sup>5</sup>, des dispositifs Action Cœur de Ville ou Petites Villes de Demain.

### - Pour quels territoires ?

A l'inverse des programmes Action Cœur de Ville 1 et 2 qui ciblent les villes moyennes, ou « Petites Villes de Demain » qui ciblent les communes de moins de 20 000 habitants, cet AMI s'adresse à tous les territoires, des métropoles aux villes plus rurales, ayant une zone commerciale située en dehors des centralités et faisant l'objet d'un programme de transformation ambiteux ou modéré.

Les projets doivent être situés sur des territoires où une transformation est opportune, c'est-à-dire sur des sites ayant des friches commerciales ou au sein de territoires tendus et artificialisés qui justifieraient d'introduire de la mixité fonctionnelle et/ou des espaces de nature.

Les sites pilotes sélectionnés devront être des zones commerciales :

- Générant des externalités environnementales négatives (artificialisation massive des sols, étalement urbain, absence d'insertion paysagère, etc.)
- Situées hors des centres-villes, généralement en bordure d'axes routiers.

Le projet de transformation doit démontrer une maturité suffisante pour

permettre une réalisation avant le 31 décembre 2027.

### - Pour qui ?

Les porteurs de projets peuvent être des collectivités territoriales, des entités publiques ou parapubliques<sup>6</sup> ou des entités privées.

Les porteurs de projets privés devront obligatoirement disposer de l'appui de la collectivité territoriale d'implantation de la zone visée par l'expérimentation.

Lorsque le projet est porté directement par une collectivité territoriale, elle devra désigner un acteur spécialisé pour la phase de mise en œuvre opérationnelle.

### - Critères de sélection des projets ?

- La détermination des porteurs de projets à agir. Pour une collectivité, elle est évaluée notamment par la volonté politique affirmée de mener une transformation (en prévoyant par exemple une desserte par des transports en commun), la capacité à se faire accompagner par un établissement public d'aménagement ou par un acteur privé spécialisé, ou encore par l'engagement de positionner un directeur de projet dédié.
- La présence de différentes parties impliquées dans la transformation du site.
- La volonté de s'engager dans une transformation innovante en termes d'exigences architecturales et paysagères fortes, de mixité des usages, etc.
- La volonté de porter le projet en privilégiant des outils comme le projet partenarial d'aménagement (PPA) voire le cas échéant la grande opération d'urbanisme (GOU)<sup>7</sup>.



<sup>5</sup> - Le fonds vert est un dispositif effectif depuis janvier 2023 pour accélérer la transition écologique dans les territoires. Doté de 2 milliards d'euros de crédits déconcentrés aux préfets, il est destiné à financer des projets présentés par les collectivités territoriales et leurs partenaires publics ou privés dans trois domaines : performance environnementale, adaptation du territoire au changement climatique et amélioration du cadre de vie. Source : <https://www.ecologie.gouv.fr/fonds-vert>

<sup>6</sup> - Etablissement public local, établissement public foncier, société d'économie mixte, etc.

<sup>7</sup> - La grande opération d'urbanisme est une opération d'aménagement prévue par un contrat de projet partenarial d'aménagement et dont la réalisation requiert un engagement conjoint spécifique de l'État et d'une collectivité territoriale ou d'un établissement public cocontractant du PPA (en raison des dimensions ou des caractéristiques de cette opération). Source : CEREMA

## Loi sur l'industrie verte et transformation des zones commerciales

L'article 22 de la loi relative à l'Industrie verte promulguée le 23 octobre 2023 vient modifier la grande opération d'urbanisme (GOU) afin de faciliter, accélérer et sécuriser la transformation des zones commerciales. La loi introduit notamment les nouvelles dérogations suivantes :

### 1. Exemption d'autorisation d'exploitation commerciale (AEC) sous certaines conditions

Les regroupements de surfaces de vente de magasins situés dans le périmètre d'une grande opération d'urbanisme qui comporte la transformation d'une zone d'activités économiques, afin d'en favoriser la mixité fonctionnelle au profit d'implantations, notamment industrielles, ne sont pas soumis à une AEC lorsqu'ils remplissent les trois conditions cumulatives suivantes :

- Ils contribuent à la réalisation des objectifs de cette opération ;
- Ils résultent du transfert de surfaces de vente autorisées, sans création de surfaces de vente supplémentaires ;
- Ils n'engendrent pas une artificialisation des sols.

L'exemption d'autorisation d'exploitation commerciale s'applique à compter de la publication de l'acte décidant de la qualification de grande opération d'urbanisme et pendant toute la durée de l'opération.

*Au-delà des GOU, à titre expérimental et pour trois ans à compter de la promulgation de la loi, soit jusqu'au 23 octobre 2026, la dispense d'AEC est étendue pour les regroupements de surfaces de vente de magasins à l'intérieur d'une même ZAE, ou entre différentes ZAE situées dans le périmètre d'un même EPCI lorsqu'ils remplissent les trois précédentes conditions cumulatives.*

### 2. Instauration du droit de préemption dans les ZAE concernées par des GOU

Le droit de préemption peut être instauré à l'intérieur d'une GOU qui est mise en œuvre dans tout ou partie d'une ZAE. Une condition, il faut que la transformation prévue par cette opération d'aménagement favorise la mixité fonctionnelle. Ce droit de préemption fait l'objet d'une délibération motivée et est insaturé après avis de la commune.

### 3. Elargissement des dérogations permises dans les ORT dans les GOU

Les dérogations au PLU permises dans les Opérations de Revitalisation Territoriales (ORT) sont désormais également possibles dans le périmètre d'une GOU .

Il est ainsi possible de déroger par décision motivée :

- Aux règles de retrait par rapport aux limites séparatives ;
- Aux règles relatives au gabarit et à la densité, dans la limite d'une majoration de 30 % des dispositions prévues dans le document d'urbanisme ;
- Aux obligations en matière de stationnement, en tenant compte de la qualité et des modes de desserte, de la densité urbaine ou des besoins propres du projet au regard des capacités de stationnement existantes à proximité ;

Il est également possible d'autoriser :

- Une destination non autorisée, dès lors qu'elle contribue à la diversification des fonctions urbaines du secteur concerné ;
- Une dérogation supplémentaire de 15 % des règles relatives au gabarit pour les constructions contribuant à la qualité du cadre de vie.



## Ombrières et perméabilité : des parkings en renouveau

Afin de multiplier les points de production du parc photovoltaïque national et de relever le niveau d'exigence des performances environnementales, les parkings extérieurs doivent désormais intégrer, sur la moitié de leur surface, un **dispositif d'ombrières solaires ou de surfaces végétalisées**<sup>10</sup>. Ils doivent également prévoir un **dispositif de gestion des eaux pluviales favorisant la perméabilité des sols et l'infiltration ou l'évaporation des eaux** (mousses, sédums, gazon ou même de type minéral et filtrant).

Ces obligations, introduites par la loi Climat et résilience<sup>11</sup>, sont renforcées par la loi relative à l'accélération de la production d'énergies renouvelables du 10 mars 2023<sup>12</sup>. Un projet de décret<sup>13</sup> complète les dispositions.

<sup>10</sup> - Bulletin de veille n°11 de l'urbanisme commercial de l'AMELYSE, agences d'urbanisme de Saint-Etienne et de Lyon, mai 2023, page 12

<sup>11</sup> - Article L. 111-19-1 dans le code de l'urbanisme et article L. 171-4 dans le code de la construction et de l'habitation

<sup>12</sup> - Article 40 de la loi n°2023-175 du 10 mars 2023, <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000047294244>

<sup>13</sup> - [https://www.consultations-publiques.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/projet\\_decret\\_Art101.pdf](https://www.consultations-publiques.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/projet_decret_Art101.pdf)

Depuis le 1er juillet 2023, la mise en œuvre d'ombrières photovoltaïques, de revêtements de surfaces ou d'aménagements hydrauliques est **applicable pour quatre catégories de parkings** (hors résidentiels) :

- Les parkings extérieurs existants de plus de 1 500 m<sup>2</sup> et liés à une activité économique existante (industrie, artisanat, commerce, entrepôt, hangar),
- Les nouveaux parkings extérieurs de plus de 500 m<sup>2</sup> associés à une construction ou à une réhabilitation lourde<sup>14</sup> de bâtiments économiques,
- Les nouveaux parkings extérieurs de plus de 1 000 m<sup>2</sup> associés à une construction de bureaux,
- Les parkings couverts de plus de 500 m<sup>2</sup> et accessibles au public.

À partir du 1er juillet 2025, seront également concernés les parcs de stationnement de plus de 500 m<sup>2</sup> des bâtiments administratifs, des hôpitaux, des équipements sportifs, récréatifs et de loisirs, et des équipements scolaires et universitaires.

Le projet de décret précise que cette superficie comprend les parkings destinés au stationnement des véhicules et de leur remorque, les voies et cheminement de circulation et les espaces de péages. Il exclut les espaces à usage temporaire, les espaces de détente, les espaces verts, les aires de repos, les espaces de logistiques, de stockage, de manutention et de déchargement.

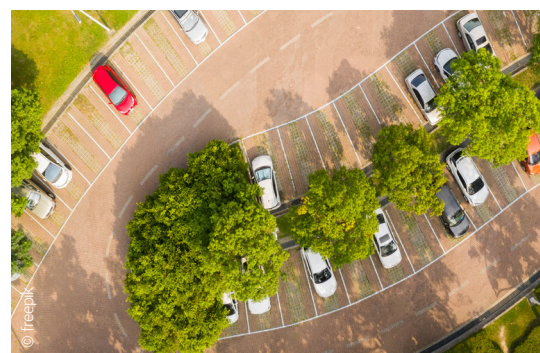
Pour les parkings gérés en concession ou en délégation de service public, l'obligation s'appliquera lors du renouvellement ou de la conclusion d'un nouveau contrat.

Dans le cas contraire, le parking existant de plus de 10 000 m<sup>2</sup> dispose de 3 ans pour se mettre en conformité (d'ici juillet 2026), et celui de moins de 10 000 m<sup>2</sup> (et plus de 1 500 m<sup>2</sup>) bénéficie de 2 ans de plus (d'ici juillet 2028). Les nouveaux parcs de stationnement devront prévoir dès leur conception l'implantation des dispositifs solaires adéquats. Le non-respect de cette obligation sera sanctionné d'une amende annuelle maximale de 20 000€ pour les parkings de moins de 10 000 m<sup>2</sup> et 40 000€ pour ceux supérieurs à 10 000 m<sup>2</sup>.

Le propriétaire du parking a le choix entre plusieurs dispositifs d'ombrage et de gestion des eaux pluviales pour se conformer aux obligations, excluant ainsi qu'il soit dans une situation de blocage du fait d'une seule contrainte.

Pour tenir compte des différents contextes, la loi prévoit que le propriétaire peut ne pas être soumis à ces obligations. Dans tous les cas, c'est à lui d'apporter la preuve. Six catégories de parcs de stationnements sont exclues du périmètre de la loi :

- Les parkings intégrant déjà des procédés de production d'énergies renouvelables et permettant une production équivalente aux ombrières équipées de panneaux photovoltaïques,



- Les parkings déjà ombragés par des arbres sur plus de la moitié de leur superficie,

- Les parkings situés à proximité de « sites remarquables », classés en zones protégées ou non,

- Les parkings pour lesquels l'installation d'ombrières photovoltaïques, de revêtements de surfaces ou d'aménagements hydrauliques rend l'installation de ces structures incompatibles avec l'endroit en raison de :

- Contraintes techniques liées à la nature du sol telles que sa composition géologique ou son inclinaison, ou liées à l'usage du parking,
- Contraintes sécuritaires telles que l'aggravation d'un risque naturel, technologique ou relatif à la sécurité civile,
- Contraintes architecturales ou patrimoniales.

- Le propriétaire peut s'appuyer sur des contraintes économiques, trop importantes pour la mise en place d'une telle installation et portant atteinte de manière significative à la rentabilité des installations ou à la viabilité économique du propriétaire,

### PARKINGS EXISTANTS

AU 1<sup>er</sup> JUILLET 2023 OU DEMANDE DÉPOSÉE ENTRE LE 10/10/23 ET LE 01/01/25

**DISPOSITIFS INTÉGRÉS**  
Sur au moins 50 % de la surface

Des ombrières équipées de panneaux photovoltaïques

SEUIL D'ASSUËTISSEMENT > 1500 m<sup>2</sup>

**DÉLAI DE MISE EN CONFORMITÉ**  
1<sup>er</sup> juillet 2026 (plus de 10 000 m<sup>2</sup>)  
1<sup>er</sup> juillet 2028 (moins de 10 000 m<sup>2</sup>)

**LOI APPLICABLE**  
Loi AER - Article 40

**SANCTIONS APPLICABLES EN CAS DE NON RESPECT**

© o2d environnement

### PARKINGS NEUFS

CONSTRUITS À COMPTER DU 1<sup>er</sup> JUILLET 2023

**DISPOSITIFS INTÉGRÉS**  
Sur au moins 50 % de la surface

Des dispositifs favorisant la perméabilité et l'infiltration des eaux pluviales ou leur évaporation et préservant les fonctions écologiques des sols

SEUIL D'ASSUËTISSEMENT > 500 m<sup>2</sup>

**DATE D'APPLICATION**  
1<sup>er</sup> juillet 2023

**LOIS APPLICABLES**  
Loi Climat - article 101  
Loi AER - Article 41

**DÉROGATIONS EXISTANTES**  
Contraintes techniques, sécurité, architecturales, patrimoniales, environnementales, ou conditions économiquement incompatibles

**SANCTIONS APPLICABLES EN CAS DE NON RESPECT**

© o2d environnement

<sup>14</sup> - La notion de rénovation lourde suppose le remplacement total du revêtement de surface au sol sur une superficie représentant au moins la moitié de la superficie du parc de stationnement



- Les parkings dont la suppression ou la transformation sont prévues par une autorisation d'urbanisme ou dans le cadre d'une action ou opération d'aménagement (PPA, ORT ou OIN) ou une zone d'aménagement concertée. En cas de suppression ou de transformation partielle, l'obligation d'équipement s'appliquera sur la partie restante du parking. L'obligation peut être suspendue pendant 5 ans maximum. Elle est accordée par le préfet. Elle est justifiée par le fait qu'il est contreproductif d'imposer l'intégration de dispositifs coûteux sur une courte période.

Elle peut être renouvelée une seule fois, pour une durée maximale de deux ans. A défaut d'engagement des travaux dans la durée de validité de l'autorisation octroyant le report, cette dernière est caduque.

Toute situation ne mettant pas en avant ces causes ne peut prétendre à une exemption. Le projet de décret précise que l'exonération des obligations est accordée par l'autorité compétente en matière d'autorisation d'urbanisme et retient la nécessité du cumul des critères d'exonération pour bénéficier d'une exonération totale des obligations. Le propriétaire devra justifier qu'il remplit les critères d'exonération en fournissant des pièces justificatives et une analyse technico-économique du projet établie par une entreprise qualifiée. Les critères d'exonération prévus par le projet de décret et associés aux contraintes identifiées par la loi sont

détaillés dans la note de présentation du décret<sup>15</sup>.

Par ailleurs, le projet de décret précise le calcul de **l'ombrage généré par un arbre**. Il est considéré qu'un arbre à canopée large par tranche de trois emplacements de stationnement permet de satisfaire à l'obligation.

Les arbres doivent être disséminés sur l'ensemble du parking. Il est à noter qu'un arbre présente d'autres avantages que le simple ombrage. Il rend de nombreux services écosystémiques, que ce soit sur le plan paysager, de la biodiversité ou de la lutte contre les îlots de chaleur. Par évapotranspiration, un arbre peut faire baisser la température ambiante de 5°C. La croissance d'un arbre à large canopée nécessite un espace de pleine-terre suffisant pour un développement maximal. Il convient donc de ne pas surcharger le parking en plantations, surtout si ces dernières ne disposent finalement que de peu d'espaces de développement : les arbres lutteraient pour leur survie et n'atteindraient par une taille et une canopée suffisante pour remplir l'objectif d'ombrage.

Les lois « accélération de la production d'énergies renouvelables » et « Climat et Résilience » ont pour objectif de pallier le manque de foncier disponible en optimisant l'occupation des sols. Le principal avantage à solariser les parkings est que ces espaces sont déjà immobilisés et artificialisés, à l'inverse d'une forêt ou d'une terre agricole également convoitées pour ce type d'implantation. Cette mesure permet donc d'impacter le moins possible la biodiversité et de protéger la souveraineté alimentaire du territoire national. En revanche, cette obligation risque de complexifier les mutations de ces espaces de parkings qui constituent un réservoir important de renouvellement dans le cadre du ZAN (une vigilance à avoir sur les modalités d'occupation des parkings par le photovoltaïque comme la durée par exemple).

<sup>15</sup> - [https://www.consultations-publiques.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/note\\_de\\_presentation\\_decret\\_art\\_101\\_parc\\_de\\_stationnement.pdf](https://www.consultations-publiques.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/note_de_presentation_decret_art_101_parc_de_stationnement.pdf)



# 2

## Les dernières tendances de consommation et stratégies d'acteurs : pouvoir d'achat, sobriété, fragilité et renforcement des pratiques

Composante essentielle des territoires, le commerce contribue à leur attractivité et à la création de richesses et d'emplois. Facteur de lien social, il participe à l'animation des lieux de vie des habitants et des actifs. Depuis une dizaine d'années, de nouvelles tendances de consommation et de distribution bouleversent le paysage commercial et questionnent les modèles classiques de distribution :

- De nouvelles formes de ventes, nouveaux concepts ou formats commerciaux se développent (e-commerce, drives, supermarchés urbains, livraisons, concepts mobiles, boutiques éphémères, etc.) combinés à un recul de certains formats (comme les hypermarchés) ou secteurs (comme les produits culturels),

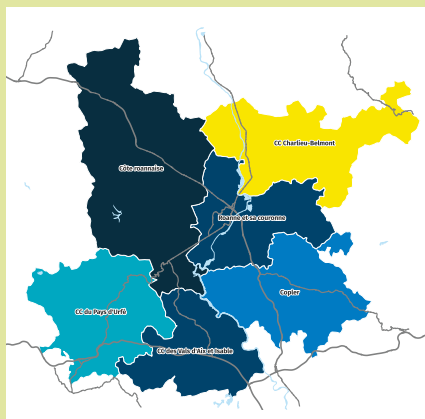
- Plusieurs facteurs de changements sociétaux impactent les pratiques de consommation : vieillissement de la population, accélération des rythmes de vie, modification des modes de déplacement, évolution des valeurs collectives et individuelles (comme la sauvegarde de la planète et des comportements éco-responsables, la recherche de réalisation de soi, le besoin de différenciation, la recherche du bien-être animal, etc.). Ces évolutions sont à l'origine de nouveaux mouvements de consommation (seconde main, « faire soi-même », vegan).

Les tendances de consommation des dernières années remettent en cause le modèle de la grande distribution qui repose sur la consommation massive de produits standardisés. Les pratiques d'achat deviennent davantage simplifiées, hétérogènes, individualisées, voire opportunistes. Les consommateurs achètent en fonction de leurs envies, du moment et de leurs contraintes. Ces évolutions comportementales contribuent à modifier le paysage commercial et ont été accélérées par la crise sanitaire du printemps 2020.

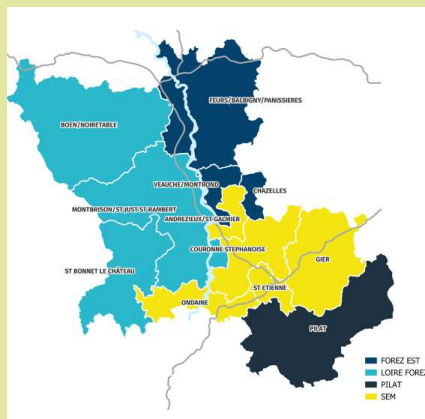


Pour analyser les dynamiques et évolutions commerciales récentes, les Agences d'urbanisme de Lyon et Saint-Etienne s'appuient sur diverses sources telles que leurs observatoires en économie et commerce, les enseignements des précédents bulletins de veille de l'urbanisme commercial de l'Aire métropolitaine Lyon Saint-Etienne<sup>16</sup>, des productions de bureaux d'études (Procos, Nielsen, LSA, Obsoco) et les dernières enquêtes consommateur de la CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne.

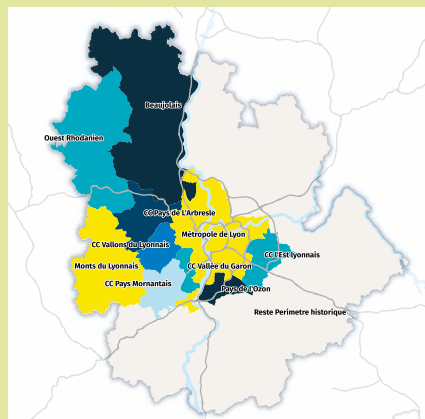
Mises à jour tous les cinq ans, les enquêtes consommateurs de la CCI portent sur les comportements d'achats des ménages. Les chiffres clés présentés ci-après sont issus de 3 des 7 enquêtes consommateurs du périmètre de l'AMELYSE. Elles couvrent la Loire et le Rhône en débordant sur une partie de l'Ain et de l'Isère. Les constats peuvent être extrapolés à l'ensemble du périmètre de l'AMELYSE.



Périmètre de l'enquête sur le bassin roannais



Périmètre de l'enquête sur Loire Sud



Périmètre de l'enquête sur la région lyonnaise



Les enquêtes portent sur un échantillon représentatif de la population de chaque territoire étudié. Au total, ce sont un peu plus de 24 000 ménages qui ont été interrogés entre mars et juillet 2022.

La question type « Où avez-vous fait votre dernier achat de ... ? » se décline sur 16 produits alimentaires, 26 produits non alimentaires et 3 prestations de services. Les enquêtes recensent plus de 385 000 actes d'achats.

## Des dépenses de consommation de plus en plus contraintes dans un contexte inflationniste

La hausse des prix (alimentaire, carburant, loyer, etc.) pèse sur le pouvoir d'achat des ménages qui sont plus contraints d'arbitrer leurs dépenses. Ce fait est d'autant plus vrai pour les ménages aux revenus modestes et ceux habitant les petites villes et les zones rurales pour lesquels l'usage de la voiture

est indispensable au quotidien. La structure des dépenses des ménages à revenus modestes présente certaines caractéristiques par rapport aux ménages à revenus plus élevés. Les dépenses liées au logement (loyers, charges, travaux courants d'entretien, eau, gaz, électricité et autres combustibles) constituent le poste le plus important. Le logement représente en moyenne 25 % des dépenses, mais davantage chez les ménages modestes<sup>17</sup>. Les dépenses alimentaires sont également un poste difficilement compressible du budget<sup>18</sup>.

La part du budget dédiée aux autres dépenses est plus réduite car jugées moins prioritaires. Les dépenses contraintes sont ainsi passées de 12,5 % en 1960 à 30 % aujourd'hui.



<sup>16</sup> - Accessible sur les sites internet des agences d'urbanisme de Saint-Etienne et de Lyon et de l'inter-Scot de l'AMELYSE

<sup>17</sup> - Bilan 2021 de l'activité du commerce spécialisé, Procos (panel de 300 entreprises), 2 février 2022

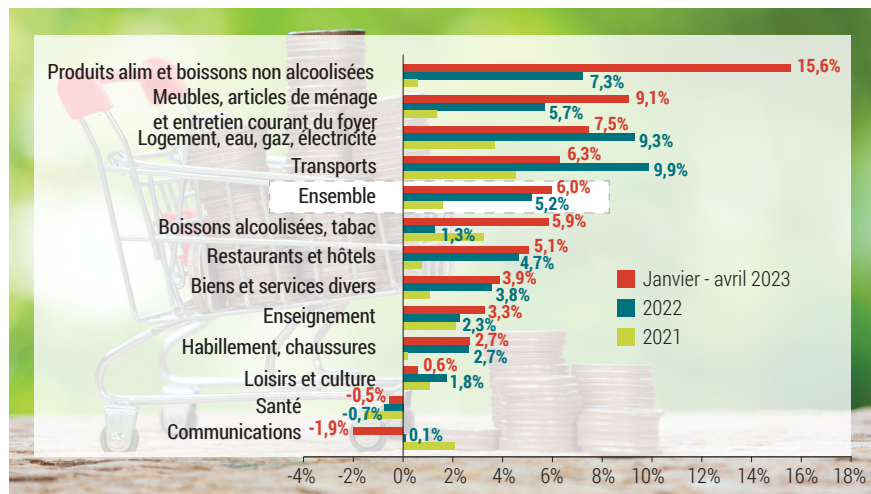
<sup>18</sup> - Les structures de consommation des ménages à bas revenus, Marie Anguis 2006

## L'impact de la croissance des prix à la consommation

Selon l'INSEE, les prix à la consommation des produits alimentaires ont progressé de 5,6% en 2022 et de 15,6% au cours des cinq premiers mois de l'année 2023. Cette inflation conduit à une augmentation théorique de 42€ des dépenses mensuelles alimentaires si les ménages achetaient les mêmes produits que l'an dernier<sup>19</sup>. A titre d'exemple, l'impact de l'inflation se fait également ressentir sur le budget des ménages de l'AMELYSE. Ceux du Sud Loire dépensent annuellement 383€ de plus en produits alimentaires depuis 2017<sup>20</sup>, et ceux de la région lyonnaise dépensent 406€ supplémentaires.

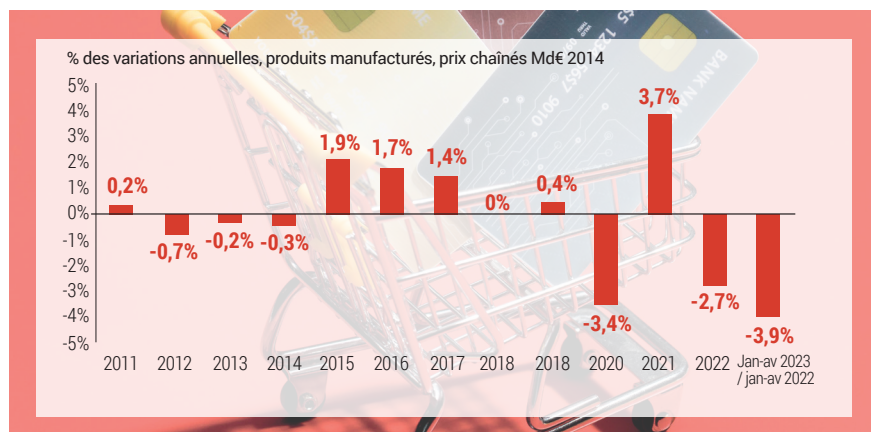
Pour absorber les hausses de prix, les ménages réduisent les volumes achetés (-3,9% entre janvier et avril 2023), limitent leurs achats aux produits de première nécessité, cherchent les offres les plus intéressantes ou optent pour les marques de distributeur (MDD), en moyenne 25% moins chères que les marques classiques. Les ventes de MDD en France ont ainsi augmenté de 15,8% en un an. En 2022, elles représentent 32,6% des ventes en grande et moyenne surfaces (35,2% en 2013) selon le Ministère de l'Economie<sup>21</sup>. Ces inflexions engendrent une baisse des ventes de certains produits alimentaires, en particulier, les produits frais<sup>22</sup>, souvent plus chers. La déconsommation se poursuit sur les produits frais traditionnels à -6% (depuis 2022) et s'intensifie sur les produits de grande consommation et les produits du frais libre-service (alimentaire, liquides, hygiène beauté, entretien) à -4%. Une baisse à deux chiffres qui touche désormais de plus en plus de catégories et particulièrement la poissonnerie à -12%<sup>23</sup>.

## Croissance des prix à la consommation



Source : INSEE, Fédération du Commerce et de la Distribution

## Consommation des ménages en biens



Source : INSEE, Fédération du Commerce et de la Distribution

## Le renoncement des consommateurs : l'impact sur le non-alimentaire

Face à des dépenses de plus en plus contraintes, les ménages revoient leurs priorités et dépensent moins dans les secteurs du non-alimentaire<sup>24</sup>. Une situation qui a limité la capacité des

enseignes non-alimentaires à augmenter les prix de vente. Au niveau national, selon Procos, « l'habillement connaît un très mauvais mois de septembre 2023 (-14%), de même que la chaussure (-9%) et l'équipement de la maison (-6,2%). La beauté santé est le seul secteur qui affiche encore une dynamique de croissance des ventes en valeur par rapport à septembre 2022 (+5%) ». Dans le département de la Loire et en région lyonnaise, ce phénomène se traduit par une contraction des dépenses sur les produits d'équipement de la personne (vêtements, chaussures...) de -8% entre 2017 et 2022. En moyenne, les ménages du Sud Loire dépensent 183€ de moins en prêt-à-porter depuis 2017 et le budget des ménages de la région lyonnaise a, quant à lui, diminué de 191€<sup>25</sup>.

19 - Kantar, analyse consommation premier trimestre 2023, 26 avril 2023

20 - 11ème Enquête consommateur, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, 2022

21 - [https://www.economie.gouv.fr/cepc/recommandation-ndeg-22-1-relative-un-guide-de-bonnes-pratiques-en-matiere-de-contrats-portant#\\_ftnref1](https://www.economie.gouv.fr/cepc/recommandation-ndeg-22-1-relative-un-guide-de-bonnes-pratiques-en-matiere-de-contrats-portant#_ftnref1)

22 - De Saint Pol T., « Les évolutions de l'alimentation et de sa sociologie au regard des inégalités sociales », L'année sociologique, 2017, n°1, volume 67, pp.11-22.

23 - Kantar, analyse consommation premier trimestre 2023, 26 avril 2023

24 - Procos, dossier de conjoncture, 5 juillet 2023

25 - 11ème Enquête consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, 2022

## Des perspectives qui préoccupent

La consommation est en baisse depuis le début de cette année. Le moral des Français est au plus bas. Les ménages aisés bénéficient de réserves liées à leur « sur-épargne Covid »<sup>26</sup>, mais sont peu enclins à consommer compte tenu de l'environnement économique et des incertitudes actuelles. Pour les ménages modestes, leur « sur-épargne » déjà très limitée a déjà été absorbée par les dernières hausses de prix. La baisse de la consommation pèse sur la croissance française qui sera nulle en 2023. L'INSEE estime que cette baisse sera de - 0,2 % en 2023, première depuis 2012. Dans les mois qui viennent, les marchés seront donc peu porteurs, même pour les enseignes ciblant les classes populaires<sup>27</sup>.

## Le succès des enseignes à bas prix sur l'aire métropolitaine Lyon Saint-Etienne

La hausse des prix induit une baisse de consommation ou un report des dépenses vers des enseignes « discount » telles que Lidl, Aldi, Action, Centrakor, Zeeman, Stockomani, Noz, le marché aux affaires, etc. qui connaissent pour certaines un développement rapide sur l'aire métropolitaine de Lyon Saint-Etienne.

Depuis 2020, les CDAC-CNAC ont autorisé 11 projets portés par l'enseigne Lidl qui a engagé depuis une politique de renouvellement et d'agrandissement de son parc de magasins. D'autres projets de l'enseigne, inférieurs au seuil d'autorisation, ont également vu le jour.



Lidl, La Talaudière

## QUELQUES CHIFFRES SUR LA RÉGION LYONNAISE, LE SUD LOIRE ET LE BASSIN ROANNAIS

Enquêtes consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, 2022 et 2017

Le potentiel de consommation global des ménages en euros courants est en hausse sur les 5 dernières années à hauteur de :

- +6% pour les secteurs d'enquête « Loire Sud » et « Bassin Roannais »
- +11% pour le secteur « région lyonnaise »

Des évolutions comparables pour les trois territoires de l'enquête consommateurs :

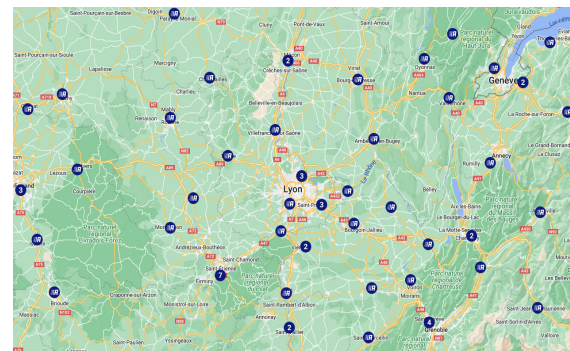
- Croissance du budget de consommation annuel moyen de +3%, oscillant entre 12 608 € et 13 082 € selon les territoires d'enquête
- Hausse des dépenses alimentaires : +6%
- Stabilité des dépenses non-alimentaires avec :
  - Un recul des dépenses en équipement de la personne (-8%),
  - Une hausse des dépenses en mobilier-électroménager- décoration (+8%) et en bricolage-jardinage (+10%),
  - Une stabilité des dépenses en culture-loisirs (avec une variation de -1% à +1% selon le territoire d'enquête).

Le potentiel de consommation est ainsi essentiellement porté par la croissance démographique des ménages.

L'évolution du potentiel de consommation est disparate selon les bassins de vie. Les évolutions les plus fortes sont visibles sur les territoires marqués par une forte croissance démographique (Pays de l'Arbresle, Vallée du Garon, Pays de l'Ozon, Est Lyonnais, Plaine du Forez, Pays entre Loire et Rhône, etc.).

Venue des Pays-Bas, l'enseigne Action est présente en France depuis une dizaine d'années et compte près de 750 magasins. Elle propose tout type de produits à bas prix (linge de maison, vêtements, décoration, jouets, boissons et alimentation, articles de sport, de bricolage...). Ces 3 dernières années, le nombre de magasins a fortement augmenté sur le territoire de l'AMELYSE qui compte actuellement une trentaine de magasins.

D'autres enseignes « discount », encore peu présentes sur l'aire métropolitaine s'implantent progressivement en ciblant prioritairement les grands pôles commerciaux. C'est le cas des enseignes Primark, Normal ou Naumy. L'enseigne irlandaise Primark, propose des articles de mode à petits prix. Elle est présente en France depuis 10 ans avec près de 30 magasins dont deux sur l'Amelyse : un dans le centre commercial de la Part Dieu et un autre depuis février 2023 dans le centre commercial Centre-Deux de Saint-Etienne.



Action France, 2023



Primark, Centre commercial Centre Deux, Saint-Etienne

<sup>26</sup> - La situation financière des entreprises et des ménages à fin avril 2022, Banque de France 28 juin 2022

<sup>27</sup> - Procos infos : Retail, quelles sont les perspectives économiques des prochains mois ? mai 2022



Normal, Centre II, Saint-Etienne

L'enseigne danoise **Normal** propose des produits d'hygiène-beauté, d'entretien et des articles de papeterie à bas prix. Elle est présente en France depuis 4 ans et a ouvert cinq magasins sur l'Amelyse : trois à Lyon, dans les centres commerciaux de Part Dieu et Confluence et en Presqu'île, un dans le centre commercial Centre-Deux à Saint-Etienne et un à Mably dans le Roannais. La CDAC de septembre 2023 a par ailleurs refusé le projet d'implantation de l'enseigne dans le centre commercial « Givors deux Vallées ».

L'enseigne française de prêt-à-porter pour femmes **Naumy**, connaît également un développement récent avec près de 40 magasins en France et un seul un magasin ouvert en 2023 dans le centre commercial Carré de Soie à Vaulx-en-Velin sur une surface de 3 400m<sup>2</sup>.

Par ailleurs, le développement des soldeurs et enseignes à bas prix s'opère également en ligne avec la montée en puissance de pure players comme « **Temu** » ou « **Shein** ». Ce dernier, site chinois de fast-fashion, a multiplié ses ventes par 10 entre janvier 2020 et juin 2023, passant ainsi de la douzième à la troisième place des marques et distributeurs de mode où les Français de 18 à 44 ans dépensent le plus (derrière Vinted et Kiabi)<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> - Comment Shein est devenue la troisième enseigne de mode où les Français dépensent le plus, LSA, 25 juillet 2023

<sup>29</sup> - Part calculée uniquement sur la vente de produits, hors carburants, pharmacies, articles médicaux et orthopédique

<sup>30</sup> - Conjoncture dans le commerce, mai 2023

<sup>31</sup> - En pourcentage des e-acheteurs

## L'explosion du e-commerce pour les achats non-alimentaires

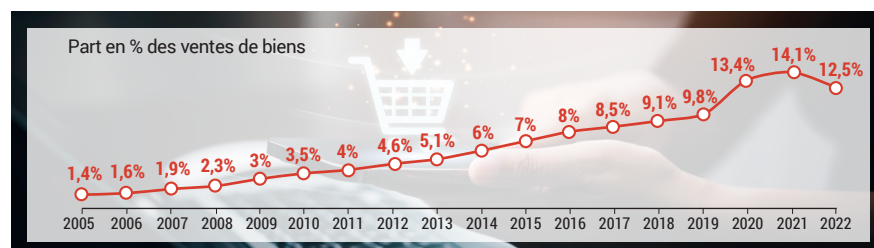
La consommation des ménages est de plus en plus connectée : la part de marché du e-commerce connaît une croissance progressive. Sur les 10 dernières années, la part de marché d'internet dans le commerce de détail a quasiment été **multipliée par 3** en France. Selon la Fevad et l'Insee, cette dernière représente **12,5%** en 2022 contre 4,6% en 2012<sup>29</sup>, soit un gain de 0,8 point par an sur la période.

Durant la crise sanitaire liée au covid 19, le report des achats sur internet a été plus important avec des parts de

marché de 13,4% en 2020 et 14,1% en 2021. L'année 2022 est marquée pour la première fois par un recul du poids du e-commerce (-7%), illustrant l'effet post-covid et le retour des consommateurs vers les commerces physiques. Cette tendance se confirme sur le premier trimestre 2023 avec une stabilité (+1%) des ventes de produits sur internet comparativement au premier trimestre 2022 en un an<sup>30</sup>.

Néanmoins, la part de marché du e-commerce est supérieure de 33% à celle d'avant la crise sanitaire, certaines pratiques de consommation s'étant plus durablement installées, notamment pour les achats de produits high-tech, les meubles ou les produits de grande consommation.

### Poids du e-commerce dans le commerce de détail (biens)



Sources : INSEE, Fevad

### Chiffres clés sur le e-commerce en 2022 en France

*Remarque méthodologique : les années 2020 et 2021 ayant été impactées par la crise sanitaire, les évolutions des emprises par segment de produits et des modes de livraison sont comparées à 2019.*

Chiffre d'affaires du e-commerce : 146,9 milliards d'euros

Nombre de transactions : 2,3 milliards, soit une hausse annuelle de 6,5% et +31% par rapport à 2019

**Chiffre d'affaires du e-commerce du commerce de détail (hors services) : 62,3 milliards d'euros, soit + 33% par rapport à 2019**

**Part du e-commerce** dans le commerce de détail : **12,5%** (+2,6 points par rapport à 2019)

**Part du e-commerce par segment de marché** et évolution depuis 2019 :

- High-tech : **34%** (+ 7 points)
- Electroménager : **22%** (+ 1 points)
- Habillement : **17,6%** (+ 6,3 points)
- Meubles : **20%** (+ 4,4 points)
- Produits de grande consommation : **11,5%** (+ 3,9 points)

**Part des modes de livraison**<sup>31</sup> et évolution depuis 2019 :

- Domicile : **78%** (stable)
- Point relais : **71%** (+ 3 points)
- Click and Collect : **28%** (- 2 points)
- Consignes : **9%** (+ 6 points)
- E-réservation : **6%** (- 3 points)
- Travail : **6%** (+ 3 points)

Source : les chiffres clés du e-commerce, Fédération du e-commerce et de la vente à distance, édition 2023

## En 5 ans, le poids du e-commerce pour les achats non-alimentaires double en région Lyonnaise et dans la Loire<sup>32</sup>

Comme au niveau national, le poids du e-commerce est en croissance sur tous les produits de consommation sur la région lyonnaise et le département de la Loire, particulièrement sur les produits non-alimentaires. La croissance est plus marquée entre les deux dernières enquêtes consommateurs, soit entre 2017 et 2022. La part du e-commerce a, en effet, quasiment doublé pour s'établir entre 20% et 22% en 2022 contre 10% à 12% en 2017 (cf. encart). Au total entre 2017 et 2022, le e-commerce a généré un chiffre d'affaires supplémentaire de 1 129 millions d'euros sur les 3 territoires étudiés.

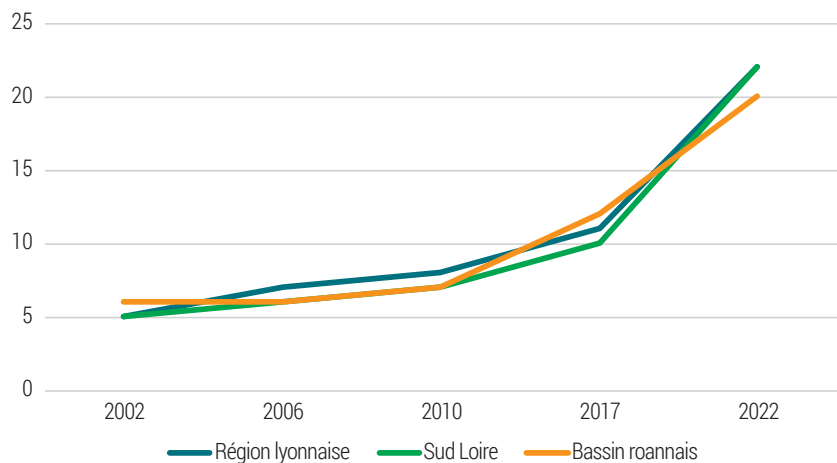
Le développement du e-commerce s'accompagne d'une montée en puissance des livraisons dans des lieux démultipliés au fil des ans (domicile, point relais, magasins, consignes, etc.). La livraison à domicile, après un achat à distance, reste majoritairement le mode de livraison privilégié suivi par la livraison dans un point relais (ou agence postale), quel que soit le type de produits. 7 personnes sur 10 ont par exemple recours à la livraison à domicile après un achat à distance de livre, multimédia et jeux vidéo en région lyonnaise.

Le taux de pénétration du e-commerce varie selon le profil des consommateurs et selon les segments de produits achetés.

En termes de profil sociologique, l'appétence des jeunes générations et des cadres pour ce canal de distribution se confirme. Par exemple, en région lyonnaise 29% des dépenses non-alimentaires des moins de 35 ans se font en ligne contre 16% pour les plus de 60 ans.

La consommation est davantage connectée sur certains produits (cf. TOP 6) pour lesquels le poids de la consommation en ligne dépasse le quart des dépenses des ménages.

Evolution de la vente en ligne pour les produits non-alimentaires



Source : CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, traitements Agences d'urbanisme

Il atteint par exemple entre 37% et 39% du budget consacré à la « TV hifi et informatique ». Les emprises du e-commerce sont comparables sur la région lyonnaise et le Sud Loire. Elles sont légèrement inférieures sur le bassin roannais sur quelques produits comme les chaussures (-4 points) ou l'électroménager (-3 points par rapport à la région lyonnaise).

**TOP 6** des produits consommés sur internet en 2022 en région lyonnaise, Sud Loire et bassin roannais<sup>33</sup>:

1. **TV Hifi informatique**, avec un taux de pénétration de 37 à 39%
2. **Jeux-jouets**, avec un taux de pénétration de 29 à 31%
3. **Electroménager**, avec un taux de pénétration de 25 à 28%
4. **Prêt à porter**, avec un taux de pénétration de 27 à 28%
5. **Mobilier-décoration**, avec un taux de pénétration de 25 à 27%
6. **Chaussures**, avec un taux de pénétration de 22 à 26%

Sur ces produits, le report des dépenses sur internet est de plus en plus significatif : l'emprise de la consommation en ligne augmente de +19 points entre 2017 et 2022 pour les achats de prêt à porter, de jeux jouets et de TV hifi informatique.

A l'inverse, certains produits, compte tenu de leur nature, sont moins concernés par le report des dépenses vers internet, c'est le cas particulièrement du bricolage-jardinage et de l'optique pour lesquels les taux de pénétration d'internet se situent entre 4% et 6%.

**En 2022, les ménages de la région Lyonnaise et du Sud Loire dépensent presque autant en ligne que dans les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> pour leurs achats non-alimentaires<sup>34</sup>**

L'expansion du e-commerce sur les produits non-alimentaires génère un transfert significatif de part de marché entre circuits de distribution physique et numérique. Le poids des achats non-alimentaires dans les commerces physiques diminue mécaniquement.

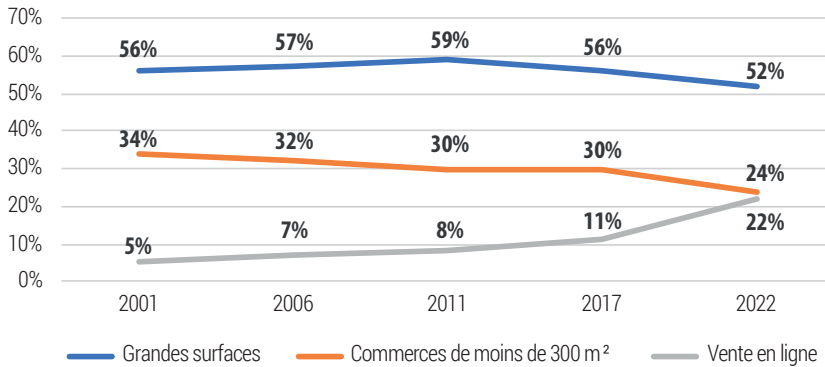
La part de marché des grandes surfaces pour les achats non-alimentaires est en recul sur le Sud Loire (- 7 points) et en région lyonnaise (-4 points) pour s'établir à près de la moitié des dépenses. Déjà à un niveau inférieur lors des enquêtes précédentes, cette part est stable (53%) sur le bassin roannais.

La part de marché des commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> se contracte elle aussi. Elle recule de 6 points en région lyonnaise et le bassin roannais, et de 4 points en Loire Sud. Actuellement, la part des dépenses non-alimentaires réalisées sur internet devient quasi-équivalente à celle effectuée dans les commerces non-alimentaires de moins de 300 m<sup>2</sup>.

<sup>32 - 34</sup> - Enquêtes consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne

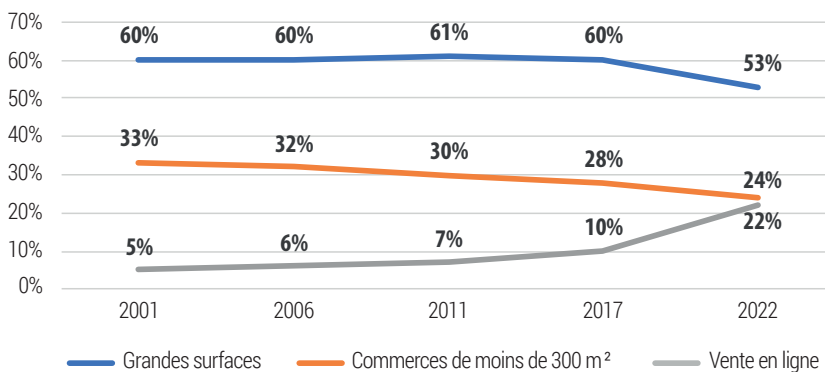
<sup>33</sup> - 11ème Enquête consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, 2022

**Evolution des dépenses non-alimentaires par forme de vente en Région Lyonnaise entre 2001 et 2022**



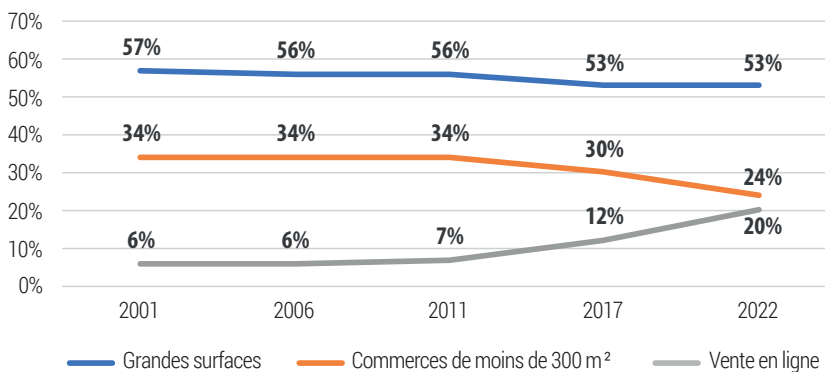
Source : CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, traitements Agences d'urbanisme

**Evolution des dépenses non-alimentaires par forme de vente dans le Sud Loire entre 2001 et 2022**



Source : CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, traitements Agences d'urbanisme

**Evolution des dépenses non-alimentaires par forme de vente dans le bassin roannais entre 2001 et 2022**



Source : CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, traitements Agences d'urbanisme

**QUELQUES CHIFFRES SUR LA RÉGION LYONNAISE, LE SUD LOIRE ET LE BASSIN ROANNAIS**

*Enquêtes consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne*

Poids du e-commerce sur les produits non-alimentaires en 2022 et évolution depuis 2017 :

- 22% en région lyonnaise soit **+11 points** d'emprise sur la période analysée, pour atteindre un chiffre d'affaires de 1641 M€.
- 22% sur Loire Sud soit **+12 points** d'emprise, pour atteindre un chiffre d'affaires de 361 M€.
- 20% sur le bassin roannais soit **+8 points** d'emprise, pour atteindre un chiffre d'affaires de 85 M€.

Poids de la livraison à domicile après un achat à distance en région lyonnaise en 2022 :

- Livre, multimédia, jeu vidéo : 72%
- Prêt à porter : 64%
- Ameublement, électroménager, informatique : 57%

Emprise de la vente en ligne non-alimentaire en région lyonnaise en 2022 :

- Cadres : 26%
- Moins de 35 ans : 29%
- Plus de 60 ans : 16%



## Retour vers la proximité pour les achats alimentaires

Les consommateurs recherchent de plus en plus à gagner du temps et à simplifier leurs achats réguliers. Ils se tournent vers les magasins de proximité ou de taille moyenne (superettes, supermarchés, petits hypermarchés) situés non loin du domicile ou du lieu de travail. En parallèle, les très gros formats de magasins, plus éloignés des lieux de vie marquent des signes de faiblesses<sup>35</sup>.

### Le regain d'attractivité des commerces alimentaires traditionnels

En 2017, près d'un consommateur sur deux estime que la proximité est le critère le plus important pour effectuer ses achats alimentaires (avant le prix et l'étendue de l'offre). Une proportion qui avait progressé de 12 points par rapport à 2012<sup>36</sup>. Depuis le début 2023, le circuit de la proximité poursuit sa lancée et progresse de 7% sous l'effet d'un renforcement de la fréquence d'achat<sup>37</sup>. Il est utilisé en dépannage par la plupart des clients mais est capable de peser jusqu'à 50 % de l'approvisionnement.



Le retour à la proximité est un constat récurrent après chaque récente crise (« vache folle », crise économique, pandémie). Il y a un retour vers des circuits d'approvisionnement de qualité. « Il y a une « premiumisation », une demande de traçabilité, de local, qui bénéficie à ces réseaux<sup>38</sup> ».

La proximité répond à un souhait d'immédiateté et praticité : accès à pied au magasin, choix rapide car limité en raison de la taille du magasin, peu d'attente en caisse, ce qui a permis d'étendre, ces dernières années, la cible de clientèle de ces magasins aux actifs résidant en milieu urbain<sup>39</sup>.



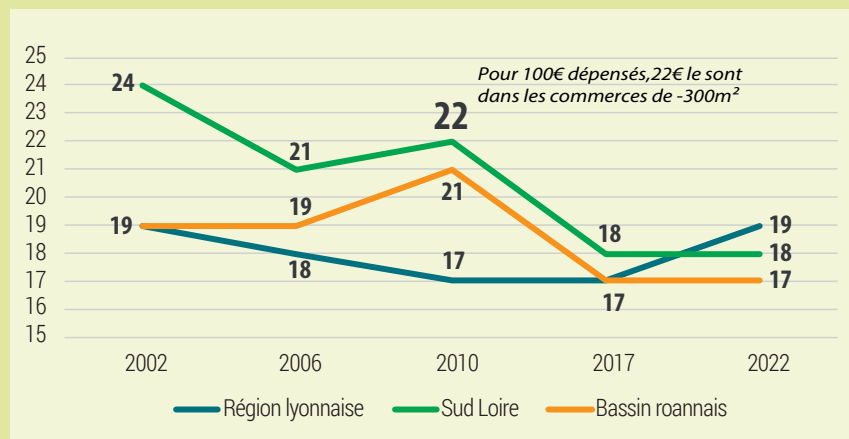
### QUELQUES CHIFFRES SUR LA RÉGION LYONNAISE, LE SUD LOIRE ET LE BASSIN ROANNAIS

Enquêtes consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, 2022 et 2017

Les commerces alimentaires de moins de 300 m<sup>2</sup> connaissent depuis 2017 un regain d'attractivité. Pour la première fois depuis les années 1980, leur part de marché est en hausse sur la région lyonnaise (+2 points entre 2017 et 2022) pour atteindre le même taux qu'au début des années 2000. La part de marché des commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> est stable sur le bassin roannais et le Sud Loire, après plusieurs décennies de recul.

Ce retour à la proximité permet un recentrage des achats vers les centralités.

#### Evolution de l'emprise des moins de 300 m<sup>2</sup> alimentaires



Source : CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, traitements Agences d'urbanisme

35 - L'hypermarché : la crise de la cinquantaine, ObSoCo (observatoire société et consommation), 2013

36 - Comportements et attitudes des consommateurs à l'égard du commerce alimentaire en 2017, Crédoc décembre 2017

37 - Kantar analyse consommation 1er trimestre 2023

38 - Vincent Chabault, sociologue, interview petits commerces, 17 janvier 2023 + Eloge du magasin contre l'amazonisation, 2020

39 - L'évolution de la proximité dans le commerce alimentaire, Marie-Christine Gahinet, Ma proximité, 2023



## Repositionnement des acteurs commerciaux vers les formats de proximité en alimentaire

Le paysage commercial de l'Amelyse se caractérise par une accélération des expérimentations de formats ou concepts alimentaires de proximité, urbains ou proposant de nouveaux services.

De plus en plus d'opérateurs commerciaux alimentaires orientent leur développement vers des formats plus compacts en secteurs urbains denses pour renforcer leur présence territoriale et ainsi se rapprocher physiquement des consommateurs.

De même, les opérateurs commerciaux se positionnent davantage au sein de programmes mixtes en centralité en renouvellement urbain. Ces projets, particulièrement en dehors des métropoles et agglomérations, sont néanmoins plus difficiles à concrétiser et sont soumis à de nombreuses contraintes (règles d'urbanisme type ABF, dépollution éventuelle, foncier plus cher générant une moindre rentabilité, moins de places pour du parking en surface, etc.).



U Express, centre-ville de Saint-Symphorien d'Ozon

Avec l'usage indispensable du numérique, la proximité alimentaire s'illustre aussi à travers le déploiement de drives piétons et de la livraison à domicile dans les centres-villes. Le drive piéton permet à des enseignes de la grande distribution, peu présentes dans les centres-villes, de capter une clientèle plus urbaine. Il ne répond pas forcément au besoin d'immédiateté du consommateur mais peut se révéler utile pour se décharger des « courses corvée »,

ou « de fond de placard », quasi programmables, qui reviennent régulièrement. Toutefois, c'est un modèle qui se développe lentement malgré son intérêt (rentabilisation difficile pour les distributeurs notamment<sup>40</sup>).



Drive piéton Lyon

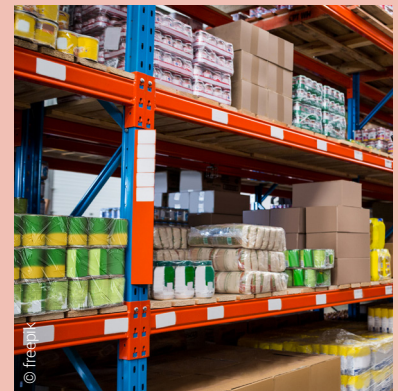
La livraison à domicile est, quant à elle, aujourd'hui omniprésente et se renouvelle régulièrement (livraison de la grande distribution, d'agrégeurs comme Uber Eats ou Deliveroo, dark stores...). Elle permet aux consommateurs de gagner du temps et de répondre quasi instantanément à un besoin sans avoir à se déplacer. Avec le développement de ces nouveaux formats de proximité, les achats alimentaires se font de plus en plus via des formats hybrides impactant les milieux urbains. La proximité d'accès au magasin semble de plus en plus souvent céder le pas à la proximité d'accès aux produits. La proximité physique évolue vers une proximité plus virtuelle dans laquelle l'application ou le site internet permettent de répondre à certaines attentes, notamment en matière de proximité fonctionnelle et de



proximité d'accès<sup>41</sup>. En revanche, cette proximité virtuelle n'offre pas de proximité relationnelle. Les achats moins fréquents, à forte dimension gastronomique, identitaire et culturelle se feront toujours en magasin. La demande de fluidité marchande est couverte par les plateformes. Alors que la demande d'authenticité, de découverte, d'originalité, d'expertise est couverte par le magasin.

## Les dark stores en difficulté

En mars dernier, sous la pression des élus des grandes villes et particulièrement ceux de Paris et de Lyon, le gouvernement a tranché et considère que les dark stores sont des entrepôts et non des commerces, ce qui nécessite une autorisation lors d'un changement de destination lorsqu'ils s'installent dans un local commercial<sup>42</sup>. Afin de limiter les nuisances liées au fonctionnement des dark stores (stationnement et va-et-vient des véhicules de livraison notamment), cette décision a freiné l'expansion de ces derniers. Presque toutes les enseignes ont fermé depuis juillet. Getir (et ses filiales Fritchi et Gorillas), Flink ont décidé de quitter le marché français et sont placées en liquidation judiciaire.



40 - La difficile équation économique des drives piétons, LSA commerce connecté, mars 2023

41 - Gahinet et Deparis, 2022

42 - L'urbanisme commercial de l'aire métropolitaine Lyon Saint-Etienne, bulletin de veille n°11-Edition spéciale sur la logistique commerciale

## Perte de vitesse des grands hypermarchés alimentaires

Les grandes et moyennes surfaces alimentaires (commerces de plus de 300 m<sup>2</sup>) restent le **premier canal de distribution pour réaliser les achats alimentaires**. Tous formats confondus (supermarchés, hypermarchés, grandes surfaces spécialisées et drives), en région lyonnaise et sur la Loire, les grandes surfaces captent entre 69 et 76% des parts de marché, ce qui signifie que lorsque les ménages ont 100€ à dépenser, ils dépensent plus de 70€ dans les grandes surfaces<sup>43</sup>.

Mais pour la première fois depuis plusieurs décennies, **la part de marché des grandes surfaces alimentaires diminue**. Ce recul est davantage marqué pour la région lyonnaise (-4 points ces cinq dernières années). Ainsi pour les trois territoires enquêtés par la CCI Lyon Métropole - Saint-Etienne - Roanne, le poids des grandes surfaces est à un niveau plus faible qu'au niveau national (77%). Ce différentiel est davantage visible sur la région lyonnaise (- 8 points d'emprise) et le sud Loire (-6 points).

Ces tendances cachent des disparités selon les formats des magasins. Les formats les plus impactés par la baisse des parts de marchés en alimentaire concernent les plus grands hypermarchés, c'est-à-dire ceux ayant une surface de vente supérieure à 6 500 m<sup>2</sup>. Ces derniers implantés depuis plusieurs décennies sont majoritairement situés en périphérie, et sont de fait, plus éloignés des lieux de vie.

En revanche les formats intermédiaires et particulièrement les supermarchés et hard-discounters voient leurs parts de marché évoluer positivement et apparaissent comme le format gagnant. D'ailleurs, ces formats sont en pleine expansion sur le territoire de l'Amelyse. Ainsi depuis 2016, les CDAC-CNAC ont autorisé la création de 22 projets (dont création par transfert) de supermarchés et 32 projets d'extension.

Enfin, après une progression de la part de marché des drives sur la période d'enquête précédente, on observe dans l'ensemble une stabilisation voire une légère érosion pour ce format.

Selon les territoires analysés, les niveaux d'emprises des grandes surfaces et des différentes formes de vente diffèrent significativement et sont étroitement liés à la présence plus ou moins importante d'offre et à leur typologie.



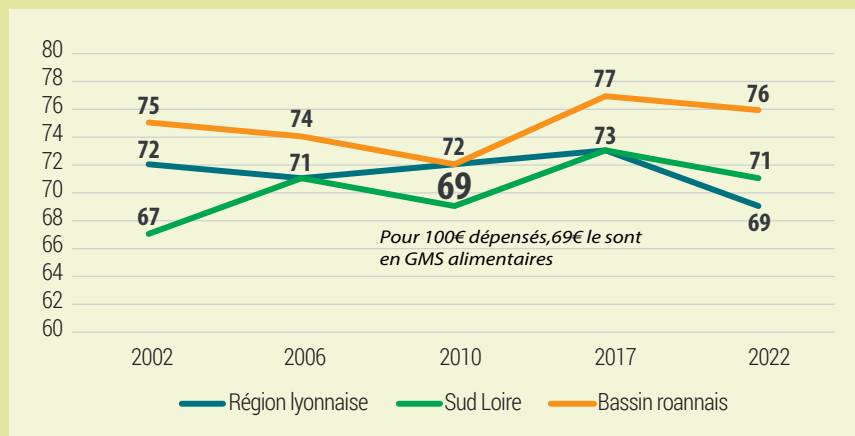
Géant Casino, La Ricamarie

### QUELQUES CHIFFRES SUR LA RÉGION LYONNAISE, LE SUD LOIRE ET LE BASSIN ROANNAIS

Enquêtes consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne

Part de marché des grandes et moyennes surfaces alimentaires : entre 69 et 76% sur les 3 territoires enquêtés.

#### Evolution de l'emprise des moins de 300 m<sup>2</sup> alimentaires



Source : CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, traitements Agences d'urbanisme

Emprises selon le format des magasins en région lyonnaise :

- Grands hypermarchés (+ 6 500 m<sup>2</sup>) : **18%**, tendance à la **baisse**
- Petits hypermarchés (entre 2 500 et 6 500 m<sup>2</sup>) : **15%**, tendance **stable**
- Supermarchés et hard-discount (entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>) : **28%**, tendance à la **hausse**
- Grandes surfaces spécialisées : **6%**, tendance **stable**
- Drive : **3%**, tendance **stable**

43 - 11ème Enquête consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, 2022

## Les équilibres entre les territoires et entre les formes de ventes sont questionnés

### Baisse de l'attractivité des commerces physiques et des grands pôles commerciaux

L'essor du e-commerce sur de nombreux produits non-alimentaires et les évolutions des dépenses des ménages impactent les performances et l'attractivité des commerces physiques et plus largement des pôles commerciaux de l'aire d'attraction Lyon Saint-Etienne.

Selon la dernière enquête consommateurs<sup>44</sup>, l'évolution des chiffres d'affaires des commerces physiques est relativement limitée et progresse moins vite que le potentiel de consommation des habitants ce qui induit une baisse de l'attractivité de ces derniers (cf. encart).

Sur les secteurs d'activités impactés par une baisse de la consommation et une forte pénétration d'internet que sont l'équipement de la personne et les biens culturels et loisirs, le niveau d'activités des commerces physiques est en recul. A l'inverse, il est en hausse dans le secteur du bricolage jardinage et l'alimentation, pour lequel les dépenses sont en hausse et la consommation moins connectée.

L'essor du e-commerce et des livraisons à domicile en non-alimentaire d'une part et le regain d'attractivité des commerces alimentaires traditionnels et des supermarchés d'autre part, témoignent d'une tendance de fond de **réduction des distances parcourues pour faire ses achats**.

Dans le même temps, les différentes enquêtes consommateurs sur la région lyonnaise mettent en exergue une **diminution progressive de l'utilisation de la voiture pour faire ses achats**. Ainsi la place de la voiture pour le motif « achat » entre 2001 et 2022 évolue de 70% à 59% en région lyonnaise. Cette évolution cache des disparités territoriales et dépend du niveau de déserte des pôles commerciaux. A Lyon et Villeurbanne, cette part est divisée par deux, passant de 50% à 28% sur la même période.

Ces évolutions ont pour conséquence de **réduire globalement les zones de chalandise** et les niveaux d'emprises des secteurs les plus éloignés des plus grands pôles commerciaux dont l'offre est fortement liée à l'équipement de la personne, les produits culturels et les hypermarchés de grande taille. C'est notamment le cas des pôles régionaux et métropolitains de l'aire métropolitaine tels que le centre commercial de la Part-Dieu, la Presqu'île, le centre-ville de Saint-Etienne, le centre commercial Centre Deux à Saint-Etienne, Ecully Grand Ouest, Givors 2 vallées, Villars périphérie, etc.<sup>45</sup>

A l'inverse, les polarités commerciales de bassin de vie et les pôles de proximité, de centralités ou de périphérie, à proximité des lieux de vie et dont l'offre est composée, entre autres, de supermarchés ou petits hypermarchés, de commerces alimentaires traditionnels, de magasins de bricolage-jardinage sont globalement en progression en termes de chiffre d'affaires témoignant d'un **rééquilibrage territorial** entre type de pôles commerciaux et d'un recentrage des consommations à l'échelle des bassins de vie.

### Illustrations de repositionnements stratégiques d'acteurs commerciaux

#### 1. Accélération des fermetures de magasins dans l'équipement de la personne

Au-delà de la diminution des dépenses des ménages et du report significatif vers les achats en ligne, les secteurs du prêt-à-porter, vêtements pour enfants et chaussures sont également fragilisés par des difficultés financières post-covid, des niveaux de loyers souvent élevés en hypercentre ou dans les galeries marchandes ou encore un réseau de boutiques dense et/ou mal adapté à l'omnicanalité<sup>46</sup>.

Ces difficultés s'illustrent par de nombreux plans de restructuration de groupes au niveau national et par rebond sur l'aire métropolitaine de Lyon Saint-Etienne. Plusieurs enseignes ont déjà fermé tout ou partie de leur parc de magasins tels que Promod, La Halle, Camaiëu, Pimkie, San Marina, Minelli, etc.

#### QUELQUES CHIFFRES SUR LA RÉGION LYONNAISE, LE SUD LOIRE ET LE BASSIN ROANNAIS

Enquêtes consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, 2022 et 2017

Evolution du chiffre d'affaires des commerces physiques et comparaison avec l'évolution du potentiel de consommation entre 2017 et 2022 :

- Région lyonnaise : +6% (contre une évolution de potentiel de consommation de 11%)
- Loire Sud : +1% (contre une évolution de potentiel de consommation de 6%)
- Bassin Roannais : +2% (contre une évolution de potentiel de consommation de 6%)

Evolution du chiffre d'affaires par famille de produits en région lyonnaise :

- Bricolage-jardinage : +18%
- Alimentaire : +12%
- Mobilier, électroménager, décoration : 1%
- Culture-loisirs : -5%
- Equipement de la personne : -13%



San Marina et Promod, Centre commercial Centre Deux à Saint-Etienne

44 - 45 - 11ème Enquête consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, 2022

46 - Le concept d'omnicanalité correspond à l'évolution des ventes sur plusieurs canaux de distribution (magasins physiques et en ligne notamment), et vers l'optimisation de l'utilisation de tous les canaux de vente.

## 2. Maillage territorial plus fin pour être plus proche des consommateurs

Tout comme en alimentaire, de nombreux groupes non-alimentaires opèrent une présence territoriale plus fine sur des formats plus compacts, « plus humains » pour se rapprocher géographiquement des consommateurs. Les progrès technologiques facilitent ces stratégies de maillage : l'offre en magasin est réduite mais l'ensemble des références sont accessibles via des tablettes ou écrans.

C'est le cas par exemple des enseignes Darty ou Décathlon qui développent des magasins en secteurs périurbains sur une surface moyenne de 1 000 m<sup>2</sup>, ou de l'enseigne Mr. Bricolage qui déploie ses derniers magasins sur des surfaces comprises entre 1 500 et 4 000 m<sup>2</sup> dans de nombreux pôles commerciaux de l'aire métropolitaine.

Dans la même dynamique, certaines enseignes historiquement présentes qu'en périphérie ou sur internet ouvrent des magasins dans la Presqu'île de Lyon comme Décathlon, Maisons du Monde, Darty, King Jouet, Miliboo.



Miliboo, Presqu'île De Lyon

Enfin, concept plus souple et qui ne nécessite pas d'autorisation en CDAC-CNAC, ces dernières années sont marquées par la multiplication des « corners d'enseignes »<sup>47</sup> au sein de magasins existants (Fnac chez Darty ou Darty chez Fnac, Nature & Découvertes chez Fnac, Orchestra chez King Jouet, Boulanger chez Leroy Merlin, etc.). Le groupe « Fast Retailing France » qui détient plusieurs enseignes de prêt-à-porter oriente désormais son développement sur des corners « Princesse tam tam » et « Comptoir des Cotonniers » dans les magasins Uniqlo et sur le développement de boutiques mixant l'offre des deux enseignes<sup>48</sup>.

## 3. Evolution des activités présentes dans certains grands centres commerciaux

Conscients des mutations à l'œuvre, les opérateurs et gestionnaires de centres commerciaux engagent des stratégies de repositionnement commercial. Ils élargissent les activités ou les fonctions présentes au sein de ces ensembles commerciaux, particulièrement à des activités de restauration, de loisirs, de services ou de santé. Le poids de l'offre en équipement de la personne, à l'inverse, diminue dans les derniers projets, même s'il est encore bien présent.



Centre commercial Steel à St-Jean-Bonnefonds-St-Etienne

Par exemple, lors de la dernière grande opération d'extension-requalification réalisée entre 2020 et 2021 du centre commercial de la Part Dieu, un tiers des m<sup>2</sup> supplémentaires (32 000 m<sup>2</sup>) était dédié au commerce avec la création d'une quarantaine de boutiques, un tiers à la restauration et un tiers aux loisirs avec notamment la création d'une salle de sport, d'un espace escalade ou d'un accrobranche. Autre exemple, lors de la requalification d'entrée de ville de Saint-Etienne et Saint-Jean-Bonnefonds, la création du centre commercial Steel a permis le développement de 52 000 m<sup>2</sup> de surfaces de vente dont 5 000 m<sup>2</sup> dédiés à la restauration et aux loisirs.

Il est à noter que la reconversion de m<sup>2</sup> vers d'autres fonctions et notamment vers de l'habitat ou des activités productives n'est pas encore effective au sein de l'Amelyse.

<sup>47</sup> - Un corner d'enseigne est un espace dans un point de vente réservé à une autre enseigne ou une marque. Il s'agit d'un « magasin dans un magasin » (shop-in-shop)

<sup>48</sup> - Source : LSA conso, juin 2023

## Une consommation éco-responsable qui prend de l'ampleur

Avec la prise de conscience environnementale, le souci du bien-être et de la santé, les consommateurs sont plus exigeants sur la qualité et la provenance des produits. Ces dernières années, la consommation devient plus sobre et plus responsable avec un retour à l'essentiel. A la fois portés par l'inquiétude environnementale et l'inflation, les comportements déclarés de consommation responsable continuent de progresser.

Ainsi en alimentaire, les consommateurs recherchent davantage de proximité, de produits locaux et sains pour la santé comme en témoigne le succès des circuits courts (34 AMAP dans la Loire, 94 dans le Rhône, 5 sur le Nord-Isère, 8 sur les Rives-du-Rhône, 10 en Bucopa...), des produits bio ou locaux, des marchés ou halles.

### Décélération du marché des produits Bio

Au niveau national, le parc de magasins bio alimentaires a bondi de +25% entre 2010 et 2018 puis a continué son développement. Les grands distributeurs misent également sur le bio en élargissant leurs rayons et en renforçant les partenariats locaux<sup>49</sup>. A l'instar de la tendance nationale, les ménages ligériens et ceux de la région lyonnaise déclarent à 83% acheter des produits bio en 2021.

### QUELQUES CHIFFRES SUR LA RÉGION LYONNAISE, LE SUD LOIRE ET LE BASSIN ROANNAIS

Enquêtes consommateurs, CCI Lyon métropole Saint-Etienne Roanne, 2022 et 2017

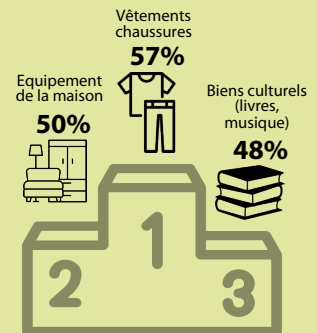
Les halles et marchés captent 8% des dépenses alimentaires en région lyonnaise et Sud Loire et 5% en bassin roannais. Cette part est globalement stable depuis plusieurs années.

Entre 2017 et 2022, la consommation de produits bio en alimentaire et non-alimentaire a fortement progressé : **+ 16 à 22 points** selon les 3 territoires étudiés.

3 consommateurs sur 4 disent privilégier les produits locaux, essentiellement les fruits et légumes.

2% du budget des ménages est dédié à l'achat de produits d'occasion (magasin et internet confondus), soit une part **multipliée par 5** pour la région lyonnaise et par 3 pour le Sud Loire entre 2017 et 2022.

En région lyonnaise, **8%** des dépenses non-alimentaires effectuées sur internet sont réalisées sur des sites de seconde main.



En 2022, le bio est touché par l'inflation mais dans une moindre mesure (+4%) et cette inflation est nettement plus marquée en grande distribution (+ 6,7 %) qu'en magasins spécialisés (+ 2,8%)<sup>50</sup>. Hormis le facteur prix, les consommateurs se questionnent sur l'origine des produits et leur empreinte carbone. En conséquence, la transition alimentaire subit un coup de frein : les dépenses en produits bio se contractent de 5% au premier trimestre 2023<sup>51</sup>.

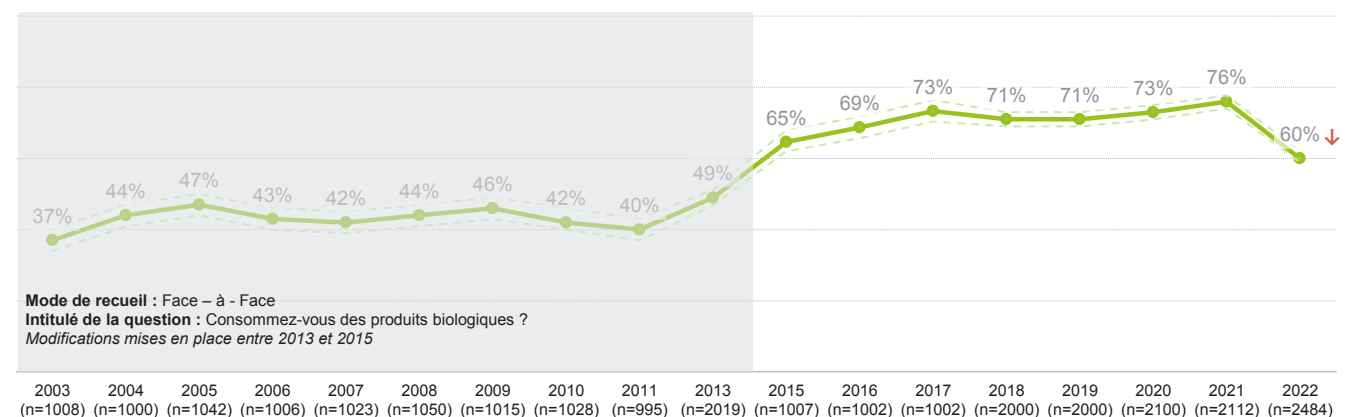
<sup>49</sup> - LSA Expert cite Naturalia (groupe Casino), Frais d'ici (groupe Invivo - Gamm Vert), So.Bio (groupe Carrefour), Cœur de nature (groupe Auchan...), Bio c' Bon

<sup>50</sup> - Source Andi, NielsenIQ et Good Bioanalytics

<sup>51</sup> - Kantar, analyse de la consommation 1er trimestre 2023, 26 avril 2023

### Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ?

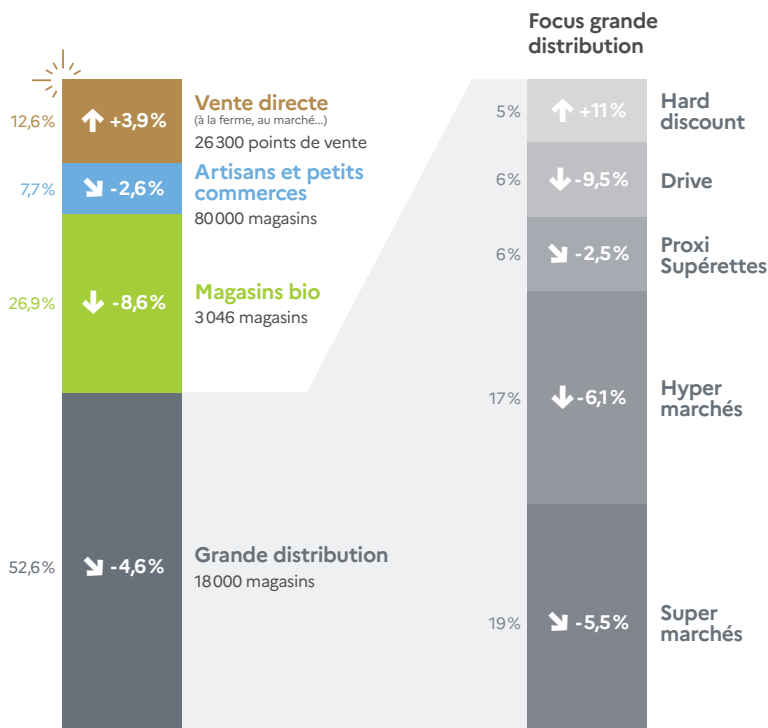
Base totale, n=4000



Mode de recueil : Face - à - Face  
Intitulé de la question : Consommez-vous des produits biologiques ?  
Modifications mises en place entre 2013 et 2015

Baromètre des produits biologiques en France, L'agence Bio et L'ObSoCo, 2023

### Les débouchés de la consommation à domicile



Les chiffres du BIO : Panorama 2022, L'agence Bio, 1er juin 2023

Entre 2021 et 2022, les ventes en produits bio de la grande distribution, des magasins spécialisés et des petits commerçants (boulangeries, cavistes, bouchers...) ont diminué (entre -8.6% et -2.6%). Cela engendre une réduction de références dans les rayons de la grande distribution et la fermeture de 200 magasins spécialisés (Bio c'Bon, BioCoop, L'Eau Vive...). Seule la vente directe de produits bio est en hausse.



Biocoop Le Baraban à St Priest en Jarez

### Expansion du marché de la seconde main

Motivés par le geste écologiste, les économies, l'accès au luxe, le plaisir des bonnes affaires ou la recherche d'authenticité, les consommateurs privilégient de plus en plus les biens d'occasion et de seconde main. En 2022, ce marché représente 7 milliards d'euros en France dont plus d'1 milliard uniquement pour la mode. 1 français sur 3 a acheté au moins un produit d'occasion au cours des 12 derniers mois<sup>52</sup>. Entre 2019 et 2022, on enregistre une progression du marché de plus de 180%. 3 internautes sur 4 ont pris pour habitude de regarder si un produit est d'abord disponible d'occasion avant de se tourner vers le neuf. Les achats concernent principalement des produits culturels comme les livres, des vêtements et du mobilier/décoration. Deux tiers des achats se font en ligne comme en témoigne le succès des plateformes Le Bon Coin et Vinted avec respectivement 6.6 millions et 4.9 millions de visiteurs par jour (deuxième et cinquième position derrière Amazon).



Etc...

La plateforme Vinted accélère son développement avec le déploiement de plusieurs consignes « Vinted Go » en France. En parallèle et pour organiser au mieux sa logistique, Vinted a ouvert un premier entrepôt dans le Val-d'Oise en 2022. En 2023, 2 entrepôts de 4 200 m<sup>2</sup> et 4 350 m<sup>2</sup> ont ouvert à Saint-Priest et près de Lille, un 4ème entrepôt est en projet à Marseille. Les consignes « Vinted Go » permettent de massifier les flux en concentrant les envois et retraits de colis entre particuliers jusqu'à lors éparpillés entre expressistes (Mondial Relay, Chronopost, Relais colis, etc.).

<sup>52</sup> - ENOV, la seconde main – observatoire 2023

Après un déploiement à Paris en 2022, ces consignes se développent en 2023 dans les agglomérations de Lyon, Lille et Marseille. Afin de mailler rapidement les agglomérations lyonnaise et stéphanoise, Vinted a réalisé des partenariats avec plusieurs magasins et foncières : Carmila, Nhood, Carrefour, Casino, Franprix, etc. L'ambition de Vinted Go est d'atteindre plus de 2 000 consignes en France et 100 000 colis livrés fin 2023.



Vinted go, centre commercial de la Part Dieu

Le partenariat réalisé avec le groupe Casino et la Maison de la Presse permet à Vinted d'être également présent sur des secteurs périurbains ou ruraux de l'aire métropolitaine Lyon Saint-Etienne tels que Brignais (Scot de l'Ouest Lyonnais), Saint-Symphorien-sur-Coise, Saint-Didier-sous-Riverie (Scot des Monts du Lyonnais), Marcenod (Scot Sud Loire), Beynost (Scot Bucopa).

De façon plus marginale, le succès du marché de la seconde main s'illustre également par :

- Le développement de friperies éphémères ou non. C'est notamment le cas de « kilo shop », enseigne des années 1970/1980, et qui connaît un nouveau développement porté par la mode durable. Présente dans plusieurs villes françaises, l'enseigne a ouvert en 2021 deux magasins en presqu'île de Lyon et dans le centre commercial La Part Dieu.



Bourse aux jouets

- La reprise de vêtements d'occasion par de nombreuses chaînes de magasins (Zara, H&M, Okaidi, etc.). Plus récemment, l'enseigne ZARA a lancé en septembre 2023 une plateforme en ligne de seconde main entre particuliers. Le site propose également le don de vêtements au profit de l'association Le Relais et la réparation d'articles de la marque Zara sera également possible depuis le site Internet et ou dans les 110 magasins que compte l'enseigne en France.

### De nouveaux concepts de marques locales responsables

Le marché du prêt-à-porter est également marqué par le déploiement de plusieurs concepts de marques responsables locales. C'est le cas par exemple avec le collectif de marques responsables lyonnaises « Cent façons », engagé depuis une dizaine d'années à Lyon. Ce collectif a ouvert en juin 2023, et pour quelques mois, un magasin temporaire dans le centre commercial de la Part Dieu. La marque de prêt-à-porter, bijoux, accessoires, soins et cosmétiques propose des pièces fabriquée à Lyon, de la seconde main et de « l'upcycling ». Le collectif a voulu créer « un espace de découverte et d'apprentissage pour accompagner les changements ». Les clients peuvent participer à des ateliers pour apprendre à faire soi-même et à consommer autrement (couture, créations de textiles, customisations, Fablab, rencontres d'auteurs et influenceurs, etc.).

# 3

## La vie des projets commerciaux entre septembre 2022 et septembre 2023

### Méthodologie

La rubrique suivante se donne l'ambition de recenser les principaux projets commerciaux dans l'aire métropolitaine lyonnaise. Par « principaux projets », sont entendus les projets qui sont de nature à avoir des **impacts significatifs sur l'armature commerciale d'un Scot ou de plusieurs Scot**.

Depuis septembre 2022, aucun projet commercial d'envergure<sup>53</sup> n'a été recensé sur les territoires des Scot de l'Ouest Lyonnais et des Monts du Lyonnais.

### Scot de l'Agglomération lyonnaise

Sources : Préfecture du Rhône, site de la CNAC, SEPAL et presse

#### AUTORISATIONS

##### **Avis favorable à la création d'un ensemble commercial sur l'emprise de l'ancien magasin Leroy Merlin de la Porte des Alpes à Bron**

La CDAC du 10 juillet 2023 a autorisé la création d'un ensemble commercial de **8 480 m<sup>2</sup>** composé de 3 moyennes surfaces spécialisées au sein du pôle commercial de la Porte des Alpes. Le projet concerne le renouvellement de l'ancien Leroy Merlin qui exploitait une surface de vente de 11 500 m<sup>2</sup> avant son déménagement en 2021 sur le site du Puisoz à Vénissieux. Le bâtiment sera reconstruit sur deux étages avec en rez-de-chaussée la création de :

- 2 GSS en équipement de la maison de 2 754 m<sup>2</sup> et 3 265 m<sup>2</sup> de vente, aux enseignes Zôdio et Boulanger.

- 1 GSS de prêt-à-porter de 2 462 m<sup>2</sup> de vente à l'enseigne Kiabi.

Boulanger et Kiabi, déjà présents sur le pôle, seront repris par Maxi Zoo et Chaussea. Au global, le pôle commercial de la Porte des Alpes atteindra 40 020 m<sup>2</sup> de vente, correspondant à une diminution de 12% (- 5 515 m<sup>2</sup>) comparativement à la situation avant le déménagement de Leroy Merlin.

Au 2ème étage, le projet prévoit des activités non soumises à autorisation : un espace de loisirs, des services et deux restaurants avec terrasse. Une partie de l'étage est dédiée aux stationnements avec une ombrière.

La reconversion du site prévoit une désimperméabilisation d'environ 4 000 m<sup>2</sup>, une augmentation des espaces verts de 3 110 m<sup>2</sup>, l'implantation de panneaux photovoltaïques sur près de 2400 m<sup>2</sup>. La moitié des places de stationnement sont en étage.

<sup>53</sup> - Il s'agit ici de projets soumis à autorisation commerciale et ayant un impact sur les territoires. Les extensions ne modifiant pas la vocation commerciale ne sont pas listées ici



### **Avis favorable à la création par transfert-extension d'un supermarché Lidl à Lyon 7e**

La CDAC du 11 mai 2023 a autorisé la création par transfert-extension de 2 355 m<sup>2</sup> de vente d'un supermarché Lidl dans le 7e arrondissement de Lyon, en rez-de-chaussée de l'immeuble « New Deal » (ex-garage Citroën). Il s'agit d'une relocalisation de son magasin situé à une centaine de mètres et exploitant 796 m<sup>2</sup> de vente. Le projet a pour objectif d'adapter le magasin aux derniers standards de l'enseigne.

Le bâtiment étant classé, les aménagements intérieurs seront réversibles. Le magasin ne disposera d'aucun parking dédié, l'enseigne souhaitant un « supermarché 100% piéton ». Le magasin actuel serait repris par Mr Bricolage. L'avis favorable fait l'objet d'un recours en CNAC porté par des enseignes concurrentes.

A noter que Leroy Merlin avait obtenu une CDAC favorable avant la crise covid, en juillet 2019, sur cet emplacement pour déployer un concept de magasin urbain de 2864 m<sup>2</sup>. Leroy Merlin a finalement renoncé à ses droits commerciaux sur ce site.

### **Avis favorable à la création par transfert-extension d'un supermarché Lidl à Bron**

La CDAC du 8 juin 2023 a autorisé la création par transfert d'un supermarché Lidl d'une surface de 1 273 m<sup>2</sup> sur la route de Genas à Bron. Il s'agit d'une relocalisation du magasin existant situé sur une parcelle voisine et exploitant 794 m<sup>2</sup> de vente qui sera démolie après transfert.

Le projet est situé dans un secteur en renouvellement urbain bien desservi par les transports en commun. Il s'inscrit dans un projet urbain mixte encadré par une OAP dans le PLU-H. Le supermarché sera situé en rez-de-chaussée d'un immeuble de 65 logements. Le parking en sous-sol sera destiné aux clients et aux habitants. Le projet global divisé en 4 îlots comprendra à terme près de 310 logements.

Le projet permet de requalifier un site dégradé et artificialisé composé de locaux commerciaux peu qualitatifs et

un parking en enrobé. Il prévoit la désartificialisation d'une partie du tènement, la part de pleine terre passant de 8% à 20%.

### **Avis favorable à la création d'un drive E. Leclerc à Saint-Priest**

Après avoir essayé plusieurs refus en CDAC et CNAC entre 2019 et 2020, décision ayant fait l'objet d'un recours à la cour administrative d'appel, la CNAC du 10 novembre 2022 a autorisé la création d'un drive E. Leclerc route de Gambetta à Saint-Priest.

Le projet prévoit un drive de 8 pistes de 460 m<sup>2</sup> d'emprise au sol ainsi qu'une boutique alimentaire de 100 m<sup>2</sup> de surface de vente et des locaux tertiaires. Il intègre la pose de panneaux photovoltaïques sur près des 2/3 de la toiture.

## **REFUS**

### **Avis défavorable au projet de restructuration-extension de la galerie marchande du centre commercial Grand Ouest à Ecully**

La CDAC du 14 septembre 2023 a refusé le projet de restructuration et d'agrandissement de 2 391 m<sup>2</sup> du centre commercial Grand Ouest à Ecully, portant ainsi la surface de vente de la galerie marchande à 13 261 m<sup>2</sup> (+22%) et le centre commercial à 27 791 m<sup>2</sup> de vente.

Le projet consiste à étendre le bâtiment sur une partie du parking pour y transférer 2 boutiques et créer 6 magasins, dont 3 moyennes surfaces d'équipement de la personne et 1 dans l'équipement de la maison. En complément, le projet prévoit 5 restaurants et un cabinet médical (activités non soumises à autorisation).

La reconfiguration du site permet de réduire le parking de 350 places, de créer une toiture végétalisée, d'installer 2 400 m<sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques et d'augmenter la surface des espaces de pleine terre d'environ 2 000 m<sup>2</sup>.

Néanmoins, le projet conforte l'attractivité d'un pôle commercial majeur périphérique par le renforcement d'une offre sur des petites et moyennes surfaces en équipement de la personne,

offre déjà très présente sur le site et le bassin de vie. Il ne participe pas au confortement des centralités, lieux préférentiels d'accueil d'activités concernées par le projet.

Le pétitionnaire a saisi la CNAC en novembre 2023 contre l'avis défavorable de la CDAC.

### **Avis défavorable à l'extension de l'hypermarché Auchan du centre commercial « Saint-Genis 2 » à Saint-Genis Laval**

La CDAC du 18 novembre 2022 et la CNAC du 23 mars 2023 ont refusé l'extension de 510 m<sup>2</sup> du centre commercial « Saint-Genis 2 » de 11 200 m<sup>2</sup> de vente par agrandissement de l'hypermarché Auchan d'une surface actuelle de 9 180 m<sup>2</sup>, portant sa surface de vente future à 9 690 m<sup>2</sup>. Le pétitionnaire en cours de dossier a rajouté une surface de vente supplémentaire de 775 m<sup>2</sup>, non mentionnée initialement, portant son souhait d'agrandissement à 1 285 m<sup>2</sup> et non 510 m<sup>2</sup>.

La CNAC a refusé le projet mais laisse la possibilité au pétitionnaire de saisir directement la CNAC après avoir retravaillé le projet. Selon l'avis de la CNAC, le projet apparaît en effet peu vertueux en matière de développement durable, la surface imperméabilisée représentant près de 90% de l'emprise foncière. Il ne prévoit pas de recours aux énergies renouvelables, la surface affectée aux espaces verts n'évolue que très peu et seulement 3% de la surface du parc de stationnement est rendu perméable.

### **Avis défavorable à la création d'un magasin « Normal » dans le centre commercial « Givors deux Vallées » à Givors**

La CDAC du 14 septembre 2023 a refusé le projet d'implantation d'un magasin de prêt-à-porter de 1 015 m<sup>2</sup>, dont 256 m<sup>2</sup> en mezzanine, à l'enseigne « Normal » dans un local laissé vacant par un enseigne de restauration dans le centre commercial Givors deux Vallées. L'implantation du magasin ne s'accompagne pas d'un réaménagement majeur de la galerie marchande et du centre commercial.

Le projet vient conforter la galerie marchande sur un type d'offre déjà présente

au sein du pôle commercial et non prioritaire sur un pôle d'agglomération à l'échelle du Scot, et ce dans un contexte de forte vacance commerciale dans le centre-ville de Givors.

### Avis défavorable à la création par transfert extension du supermarché Lidl à Craponne



La CDAC du 11 mai 2023 a refusé le projet de déménagement et agrandissement de Lidl actuellement situé en centre-ville de Craponne et exploitant 910 m<sup>2</sup> de vente. L'enseigne souhaite s'installer en vitrine de la RD 489 au sein de la zone commerciale d'entrée Est de Craponne, à la place d'une jardinerie en activité. Elle souhaite agrandir et moderniser son magasin pour exploiter 1 624 m<sup>2</sup> de vente (soit +714 m<sup>2</sup>). Ce projet permet de requalifier et désimpermeabiliser une parcelle en partie déqualifiée. Le magasin projeté propose des aménagements qualitatifs en termes d'intégration paysagère et architecturale (structure 100% bois, près de 1 220 m<sup>2</sup> d'espaces verts, etc.) et de développement durable (gestion des eaux pluviales, panneaux photovoltaïques sur la moitié de la surface du magasin, perméabilité de l'ensemble des stationnements, etc.).

Il est envisagé, en concertation avec la commune, que le magasin actuel soit remplacé par un projet mixte composé d'une trentaine de logements et de cellules commerciales en rez-de-chaussée pour une surface de vente totale de 1 200 m<sup>2</sup>. Ce projet est néanmoins hors du champ de la CDAC.

Le projet est contraire à certaines dispositions du Scot et du Sduc. Il ne s'inscrit pas dans un développement maîtrisé des pôles commerciaux périphériques et va à l'encontre du principe

de confortement des centralités. De plus, le projet vient renforcer les flux motorisés en entrée Est de Craponne, secteur déjà encombré aux heures de pointe.

Le pétitionnaire a saisi la CNAC avant de retirer son recours pour retravailler le projet.

## Scot Beaujolais

Source : Préfecture du Rhône, CNAC, Scot Beaujolais et presse

### AUTORISATIONS

#### Avis favorable à l'extension du supermarché Intermarché à Vindry-sur-Turdine

La CDAC du 17 octobre 2022 a autorisé l'agrandissement de 320 m<sup>2</sup> d'Intermarché situé en entrée de ville de Vindry-sur-Turdine qui passe ainsi de 1 880 m<sup>2</sup> à 2 200 m<sup>2</sup> de vente. Le projet prévoit la rénovation du magasin et du parking ainsi que le déplacement de son drive qui réduit son emprise à 40 m<sup>2</sup>. Initialement l'enseigne avait un projet de transfert sur une zone commerciale en projet sur le secteur de la Basse-Croisette, en continuité d'une zone artisanale et à proximité immédiate de la route nationale 7 et de l'échangeur autoroutier avec l'A 89. Le projet de nouvelle zone commerciale n'étant plus d'actualité, l'enseigne a revu la configuration de son magasin existant sur son site actuel.

#### Avis favorable pour l'extension du supermarché Intermarché à Amplepuis

La CDAC du 17 mai 2022 et la CNAC du 13 octobre 2022 ont autorisé l'agrandissement d'Intermarché situé en périphérie d'Amplepuis qui passe de 1 200 m<sup>2</sup> à 1 500 m<sup>2</sup> de vente.

Cette extension de 300 m<sup>2</sup> permet à l'enseigne de revoir la configuration intérieure de son magasin et déployer son dernier concept « Fabmag » qui prévoit, entre autres, le développement des produits locaux, en vrac et bio.

Le projet prévoit que l'agrandissement du magasin se fasse sur un espace déjà artificialisé, en lieu et place de l'auvent actuel. La surface perméable du site augmente passant de 28% à 43% grâce à la diminution de l'emprise et la désim-

perméabilisation de 69 places de stationnement et d'une partie de la voirie.

L'insertion paysagère et architecturale sera améliorée grâce à la rénovation de la façade (végétalisation d'une partie, bardage bois, peinture plus discrète) et la plantation d'une trentaine d'arbres. Enfin, le magasin sera équipé de panneaux photovoltaïques sur le toit et d'une ombrière sur le parking.

#### Avis favorable pour l'extension du supermarché Carrefour Market à Anse

La CDAC du 13 février 2023 a autorisé l'extension de 150 m<sup>2</sup> du supermarché Carrefour Market situé dans la centralité d'Anse portant ainsi sa surface de vente de 1 870 m<sup>2</sup> à 2 020 m<sup>2</sup>, et à l'extension de son drive par la création de 2 pistes supplémentaires, portant ainsi le nombre de pistes sous auvent à 4.

### REFUS

#### Avis défavorable à l'extension de 326 m<sup>2</sup> de l'Espace culturel E. Leclerc à Tarare

La CNAC du 17 mai 2023 a refusé le projet d'extension de l'Espace culturel E. Leclerc de 999 m<sup>2</sup> situé dans la zone commerciale de la Turdine à Tarare. Le projet visait à compléter l'offre existante par la création d'un univers jouets sur 326 m<sup>2</sup> pour atteindre une surface totale de 1 325 m<sup>2</sup>. Pour rappel, le projet avait fait l'objet d'une autorisation en octobre 2020 puis d'un premier avis défavorable de la CNAC en janvier 2021 et d'une annulation de cette décision par la cour d'appel en février 2023 avec une demande de réexamen des impacts du projet dans sa globalité, la création du magasin n'ayant pas fait l'objet d'une autorisation en CDAC.

Du fait de sa localisation périphérique et la typologie de l'offre concernée, le projet est incompatible avec les orientations du SCOT et l'objectif du SRADDET de limitation du développement commercial en périphérie. Ce projet va également à l'encontre de la démarche « action cœur de ville » menée sur le centre-ville de Tarare qui privilégie les développements commerciaux sur périmètre central resserré. Il est par ailleurs reproché au pétitionnaire d'avoir fragmenté le projet.

## Scot Bucopa

Sources : Préfecture de l'Ain et Scot Bucopa

### Avis favorable à l'extension du centre commercial E. Leclerc de Beynost

La CDAC du 21 février 2023 a autorisé l'extension par création d'un magasin non-alimentaire sans précision d'enseigne de **1 215 m<sup>2</sup>** du centre commercial E. Leclerc de Beynost qui totalise après projet 35 745 m<sup>2</sup> de vente.

Le projet est compatible avec les prescriptions du Scot et du PLU. Le projet vient combler une dent creuse sur un tènement de 1 ha déjà artificialisé. Il permettra ainsi de requalifier un espace non bâti et dégradé de l'ensemble commercial.

Il prévoit en outre l'intégration de 500 m<sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques en toiture (soit les 2/3 de la future toiture).

Le projet s'intégrant dans un ensemble commercial dépassant le seuil des 20 000 m<sup>2</sup>, en vertu de l'article L 752-17 du Code de Commerce, la CNAC a procédé à une auto-saisine afin d'examiner le projet en mars 2023. Elle a également émis un avis favorable sur le projet.

## Scot de la Boucle du Rhône en Dauphiné

Sources : Préfecture de l'Isère, CNAC, Scot de la Boucle du Rhône en Dauphiné

### AUTORISATIONS

#### Avis favorable à l'extension d'un ensemble commercial structuré autour d'Intermarché à Villette-d'Anthon

La CDAC du 28 septembre 2023 a autorisé l'agrandissement de **3 308 m<sup>2</sup>** du centre commercial structuré autour d'Intermarché situé dans la zone d'activité des Bois Bernet à Villette-d'Anthon, portant ainsi sa surface de 4026 m<sup>2</sup> à 7334 m<sup>2</sup>. Le projet consiste à :

- La relocalisation et l'agrandissement du magasin Bricomarché qui passe de 940 m<sup>2</sup> à 2745 m<sup>2</sup> (soit une surface quasiment triplée),
- La création d'un centre auto Rody de 305 m<sup>2</sup>,
- La création d'un drive matériaux de 1 198 m<sup>2</sup>.

Ce projet correspond à la poursuite d'une opération de restructuration enclenchée en 2021. La phase 1, réalisée depuis, consistait au déplacement et extension d'Intermarché et sa galerie marchande à la place d'un bâtiment industriel pollué et en friche (autorisation obtenue en CNAC en 2021). Les phases 2 et 3, objets de la présente autorisation, consistent à déplacer Bricomarché sur l'emprise libérée d'Intermarché puis à créer une nouvelle offre à la place de l'ancien Bricomarché.

Le projet est compatible avec les orientations du SCoT de la Boucle du Rhône en Dauphiné, où il est préconisé que sur ce secteur les nouveaux projets doivent s'implanter en densification.

### REFUS ET RENONCIATION

#### Avis défavorable à la création d'un supermarché Aldi à Salagnon

La CDAC du 15 novembre 2022 a refusé le projet de création d'un supermarché de **955 m<sup>2</sup>** à l'enseigne Aldi en bordure d'une départementale au sein de la zone artisanale de Salagnon en Isère. Le projet situé sur un terrain de 0,9 hectare artificialisé prévoyait la démolition d'un entrepôt, d'un espace de bureau et d'une maison pour construire un supermarché de 1 610 m<sup>2</sup> de surface de plancher (soit une densité bâtie de 18%), dont 955 m<sup>2</sup> de vente, un parking de 71 places et des espaces verts sur une surface de 1 525 m<sup>2</sup>.

Ce projet est incompatible avec le DAAC et présente un risque de fragilisation du seul commerce alimentaire du village (bar épicerie et dépôt de pain). Le projet étant compris entre 300 et 1 000 m<sup>2</sup> de surface de vente et la commune d'implantation comptant moins de 20 000 habitants, le syndicat mixte du Scot de la Boucle du Rhône en Dauphiné a procédé à une saisine volontaire de la CDAC selon l'article L 752-4 du Code de commerce.

#### Renonciation à l'extension du supermarché Lidl à Morestel

La CDAC du 13 septembre 2022 a autorisé le projet d'extension de **288 m<sup>2</sup>** de vente du supermarché Lidl situé en périphérie de Morestel pour atteindre une surface de 1 268 m<sup>2</sup> de vente. Le projet consistait à l'agrandissement du magasin existant de 980 m<sup>2</sup>, inau-

guré en 2019, sans réaliser d'extension du bâtiment ni créer des surfaces de parking supplémentaire. Sur le plan environnemental, le projet prévoyait la création d'une ombrière de panneaux photovoltaïques.

La décision de la CDAC a fait l'objet d'un recours par la SAS Distribution Casino France. Le pétitionnaire a renoncé à son projet avant l'analyse du dossier par la CNAC.

## Scot de la Dombes

Sources : Préfecture de l'Ain et Scot de la Dombes

### Avis défavorable à la création d'un supermarché Lidl à Saint-André-de-Corcy

La CDAC du 22 novembre 2022 a refusé le projet de création d'un supermarché Lidl à Saint-André-de-Corcy dans l'Ain. L'enseigne souhaitait implanter un magasin de **990 m<sup>2</sup>** de vente au sein de la zone d'activités économiques, sur un terrain en friche et anciennement occupé par l'entreprise Vicat. La surface consacrée aux réserves (890 m<sup>2</sup>) est presque aussi importante que la surface de vente dans la demande de permis de construire.

Le projet ne répond pas aux prescriptions du Scot de la Dombes et se situe en dehors d'une zone préférentielle du commerce périphérique défini par le DAAC.

Le projet étant compris entre 300 et 1 000 m<sup>2</sup> de surface de vente et la commune d'implantation comptant moins de 20 000 habitants, la commune a procédé à une saisine volontaire de la CDAC selon l'article L 752-4 du Code de commerce. Le projet est en incohérence avec le projet de revitalisation du centre bourg et les actions engagées dans le cadre du programme «Petites villes de demain» par les communes de Saint-André-de-Corcy, Chalamont et Villars-les-Dombes et la Communauté de communes de la Dombes. Il est situé en périphérie et en dehors du périmètre envisagé pour l'Opération de Revitalisation du Commerce (ORT) dont la convention doit être signée d'ici la fin d'année 2023.

L'implantation d'un supermarché supplémentaire génère un risque de concurrence avec les centralités environnantes. De plus, la commune dispose déjà de deux moyennes surfaces alimentaires (Carrefour Market et Intermarché).

## Scot des Rives du Rhône

Sources : Préfecture de l'Isère et Scot des Rives du Rhône

### REFUS ET RENONCIATION

#### Renonciation à extension du supermarché Intermarché à Saint-Vallier

La CDAC du 17 mars 2023 a autorisé le projet d'extension de **705 m<sup>2</sup>** d'Intermarché situé à Saint-Vallier au sein de la Communauté de Communes Porte de DrômArdèche. Le projet prévoyait une extension de 648 m<sup>2</sup> de l'hypermarché passant ainsi à 3 615 m<sup>2</sup> et l'agrandissement du drive accolé au magasin passant de 4 à 8 pistes de retrait.

Le Syndicat mixte du Scot s'est prononcé défavorablement sur le projet. Ce dernier est incompatible avec le Scot au niveau de la surface de vente après travaux, supérieure à celle autorisée dans le DAAC pour ne pas déstabiliser les commerces du centre-ville. Le projet était également non conforme au PLU qui a également intégré, en compatibilité avec le Scot, une surface de vente maximale.

La décision favorable de la CDAC a fait l'objet d'un double recours en CNAC exercé par le syndicat mixte du Scot des Rives du Rhône et l'enseigne Lidl. Le pétitionnaire a ensuite renoncé à son projet.

*Remarque : Il est étonnant, que dans ce dossier, le projet ait été autorisé à passer en CDAC sans vérifier la conformité avec le PLU.*

#### Avis favorable en CDAC et défavorable en CNAC à l'extension du supermarché Lidl à Saint-Barthélemy

La CDAC du 4 avril 2023 a autorisé l'extension de **432 m<sup>2</sup>** du supermarché Lidl situé en dans la zone commerciale de Saint-Barthélemy. Le projet prévoit l'agrandissement du magasin existant de 999 m<sup>2</sup> pour atteindre 1 432 m<sup>2</sup> de vente, sans extension du bâtiment, la

surface de vente supplémentaire étant prise sur les réserves.

Ce projet, en compatibilité avec le SCoT, avait fait déjà fait l'objet d'un premier accord en CDAC en juin 2021, puis d'un recours en CNAC exercé par Casino, avant d'aboutir à une renonciation par le pétitionnaire. L'enseigne, en partenariat avec les acteurs locaux, a depuis revu et amélioré son projet en termes :

- D'intégration paysagère avec la création d'une façade végétalisée et en bardage bois, l'augmentation des espaces verts et des aménagements paysagers,
- De développement durable avec une meilleure prise en compte de la biodiversité, la production d'énergie renouvelable (panneaux photovoltaïques, ombrière sur le parking, bornes de recharges électriques pour vélos et voitures, etc.) et une gestion alternative des eaux pluviales.

Enfin, le projet prévoit une **réduction de l'artificialisation** en supprimant et en renaturant 41 places de stationnement (16 places sur le tènement en projet et 25 places à la place de l'ancien Lidl construit en 2017 et situé de l'autre côté de la route), représentant une désartificialisation de 1 000 m<sup>2</sup>.

A la suite de la saisine de la CNAC par le groupe Casino, la CNAC réunie le 27 juillet 2023 a émis un avis défavorable sur le projet au motif que le projet ne contribuera pas à l'animation et la revitalisation du tissu commercial du centre-ville de Beaupaire (Petite ville de demain) situé à proximité du projet ainsi que de la desserte peu qualitative du site en modes alternatifs à la voiture.

#### Avis défavorable en CDAC pour la création d'un bâtiment à destination commerciale de 692 m<sup>2</sup> de surface de plancher à la suite d'une saisine volontaire du Syndicat Mixte des Rives du Rhône

La CDAC du 2 août 2023 a émis un avis défavorable au projet de création d'un bâtiment comprenant plusieurs cellules commerciales de moins de **300 m<sup>2</sup>** sur la zone commerciale périphérique du Mas à Davézieux. Le projet prévoyait une surface de vente total inférieure à 1000 m<sup>2</sup>.

Le Syndicat mixte des Rives du Rhône s'est prononcé défavorablement au PC de la SCI Ay au motif que le projet était incompatible au Scot et non conforme au PLU en prévoyant des cellules com-

merciales de moins de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente. Dans ce cadre, le Syndicat mixte des Rives du Rhône a saisi volontairement la CDAC de l'Ardèche.

## Scot du Roannais

Sources : préfecture de la Loire, site de la DGE, presses, Scot du Roannais

#### Deux demandes de saisine pour avis de la CDAC à l'initiative du Scot Roannais

La CDAC a refusé la création d'une surface commerciale de **999 m<sup>2</sup>** en rez-de-chaussée d'un immeuble en projet à Renaison. Le projet se situe en dehors d'un secteur commercial identifié par le DAAC du Scot Roannais et en dehors d'un secteur de sauvegarde du commerce inscrit dans le PLU. Le projet ne précisant pas les quatre enseignes projetées, il ne permet pas de mesurer leur impact sur le tissu commercial de la commune. Le projet étant compris entre 300 et 1 000 m<sup>2</sup> de surface de vente et la commune d'implantation comptant moins de 20 000 habitants, le syndicat mixte du Scot Roannais a saisi la CDAC pour avis.

Le Syndicat mixte du Scot a également saisi la CDAC pour avis sur la demande de création d'un supermarché à l'enseigne Colruyt de **833 m<sup>2</sup>** à la place d'une carrosserie à Renaison. La CDAC de mai 2023 et la CNAC du 26 juillet ont donné un avis défavorable.

#### Avis défavorable à l'extension du Brico Dépôt de Parigny

La CDAC du 20 février 2023 a refusé l'extension de **1 000 m<sup>2</sup>** du magasin Brico Dépôt situé dans la zone commerciale de Parigny. Sa surface actuelle est de 6 044 m<sup>2</sup>. L'ensemble commercial dans lequel il s'insère a une surface de 11 000 m<sup>2</sup> et se compose essentiellement d'enseignes d'équipement de la maison (Pierre et Stone, M. Meubles – H&H, Home Salons, France Literie, Aviva, MDA, Feedershop.fr).

## Scot Nord Isère

Sources : Préfecture de l'Isère et Scot Nord Isère

### Avis favorable à la création d'un commerce non-alimentaire à Grenay

La CDAC du 28 septembre 2023 a autorisé le projet de création d'un commerce de produits spécialisés dans l'équitation d'une surface de vente de **1 088 m<sup>2</sup>** au sein de la zone d'activités de Grenay.

L'avis favorable de la CDAC intervient malgré une incompatibilité du projet avec les dispositions du Scot Nord Isère, dont l'armature commerciale prévoit que Grenay ne peut accueillir que des commerces du quotidien, et non des commerces à caractère occasionnel d'une part et d'un rapport d'instruction défavorable de la DDT.

La décision favorable s'appuie notamment sur le fait que le projet :

- s'implante dans une zone mixte qui accueille déjà des commerces à caractère occasionnel voire exceptionnel,
- répond à un besoin à l'échelle des régions lyonnaises et grenobloises qui proposent peu de commerces de ce type au regard de l'augmentation du nombre de centres équestres,
- propose des mesures compensatoires, néanmoins réparties sur quatre emplacements disjoints, avec une incertitude à terme sur leur effectivité et leur pérennité.

### Avis défavorable à l'extension d'un ensemble commercial à Bourgoin-Jallieu

La CDAC du 15 novembre 2022 a refusé le projet d'extension d'un ensemble commercial à Bourgoin Jallieu de **970 m<sup>2</sup>** portant ainsi sa surface de 750 à 1 720 m<sup>2</sup> de vente. Le projet consistait, en lieu et place d'un bâtiment laissé vacant par suite du déménagement de Kiloutou, à la création de 3 cellules à vocation non-alimentaire, cuisiniste et système de chauffage, sans précision d'enseignes. Situé dans le parc d'activités de la Maladière à vocation mixte, le projet était en inadéquation avec le schéma de développement commercial de la Communauté d'Agglomération Porte de l'Isère prévoyant de garder de l'artisanat sur ce secteur plutôt que du commerce. Le projet ne répondait pas aux besoins du territoire, ce type d'offre commerciale étant déjà présente. Par

ailleurs, le dossier n'abordait pas certains points relevant des sites de péri-phérie (disponibilité de locaux) et projet commercial sur le secteur des Sétives du même parc d'activités.

## Scot Sud-Loire

Sources : Préfecture de la Loire, site de la DGE, presses, Scot Sud Loire

### Réouverture des droits commerciaux à Novaciéries, Saint-Chamond

La CDAC du 5 mai 2023 a autorisé le redéveloppement de **2 846 m<sup>2</sup>** du « Hall in One » à Saint-Chamond. Les droits commerciaux étaient caducs depuis la fermeture de plusieurs surfaces commerciales, dont le supermarché Intermarché en juillet 2019.

Le projet consiste en la réouverture des trois cellules commerciales existantes d'une surface actuelle de 604 m<sup>2</sup> (78 m<sup>2</sup>, 70 m<sup>2</sup> et 456m<sup>2</sup>) et la création de 2 846 m<sup>2</sup> supplémentaires (décomposés en quatre cellules de 1 385 m<sup>2</sup>, 1 036 m<sup>2</sup>, 290 m<sup>2</sup> et 135 m<sup>2</sup>).

Le Syndicat mixte du Scot Sud Loire a donné un avis favorable au projet.

### Avis favorable à la création d'un magasin à l'enseigne NOZ à Saint-Etienne

La CDAC du 31 juillet 2023 a autorisé la création d'un magasin NOZ d'une surface de **974 m<sup>2</sup>** en continuité de la zone commerciale de Monthieu Pont de l'Âne à Saint-Etienne à la place du restaurant asiatique le Grand Buffet. L'espace commercial dans lequel s'insère le projet a une surface actuelle de 1 270 m<sup>2</sup> et se compose des magasins Grand Litier (280 m<sup>2</sup>), Home Salons (410 m<sup>2</sup>), la Halle au sommeil (580 m<sup>2</sup>).

Le Syndicat mixte du Scot Sud Loire s'est abstenu.

### Avis favorable à l'extension de la zone commerciale des Bruneaux à Firminy

La CDAC du 7 juin 2023 a tacitement autorisé la création de **423 m<sup>2</sup>** d'un magasin à enseigne « Le Triangle » aux Bruneaux. La zone commerciale, d'une surface de plus de 10 000 m<sup>2</sup>, se compose d'un hypermarché Casino de 5 725 m<sup>2</sup>, d'un Feu vert (310 m<sup>2</sup>), de Weldom (2 750 m<sup>2</sup>) et de Sport 2000 (1 025 m<sup>2</sup>).

### Avis favorable à l'extension de la zone commerciale des Vernes à Civens

La CNAC du 29 juin 2023 a autorisé l'extension de **232 m<sup>2</sup>** l'Intermarché Super et de son drive, passant de 2 610 m<sup>2</sup> à 2 842 m<sup>2</sup>. La zone commerciale, d'une surface de plus de 10 000 m<sup>2</sup>, se compose également d'une galerie marchande (225m<sup>2</sup>), du Bricomarché (6 575 m<sup>2</sup>), d'Agri Sud-Est et de la jardinerie Gamm Vert (772 m<sup>2</sup>).

La CDAC du 15 décembre 2022 avait refusé le projet. Le demandeur avait saisi la CNAC le 12 janvier 2023 puis retiré le dossier.

## Scot Val de Saône Dombes

Sources : Préfecture de l'Isère et Scot des Rives du Rhône

### Avis défavorable à la création d'un ensemble commercial de 4 950 m<sup>2</sup> à Massieux

La CDAC du 5 septembre 2023 a refusé le projet de création d'un ensemble commercial porté par la société Sepric réalisations à Massieux, en limite de Neuville totalisant une surface de vente de **4 950 m<sup>2</sup>** à la place d'une friche commerciale. Le projet consistait à la division en 6 cellules commerciales de l'ancien bâtiment occupé par Loxam. Les enseignes pressenties étaient Grands Frais, Intersport, Gifi (délocalisation de celui situé à Neuville), Maxi Zoo, Générale d'Optique et Marie Blachère.

Le Scot s'est positionné favorablement sur le projet, ce dernier permettant la requalification d'une friche et se situant dans une polarité du DAAC. L'avis défavorable de la CDAC est notamment lié à l'impact sur les centralités environnantes.

## PROJETS COMMERCIAUX : FAITS MARQUANTS

### 1/ 29 projets commerciaux autorisés totalisant une surface de vente de +23 855 m<sup>2</sup>

Sur les 29 projets significatifs sur la période analysée, 15 ont fait l'objet d'une autorisation, totalisant une surface de vente supplémentaire de 23 855 m<sup>2</sup>. Sur ces 15 projets, on dénombre 4 projets supérieurs à 2 000 m<sup>2</sup> de vente qui s'intègrent tous dans un projet de renouvellement d'anciens espaces commerciaux dont :

- Un seul « grand projet » supérieur à 8 000 m<sup>2</sup> de vente en lieu et place de l'ancien magasin Leroy Merlin à Bron ;

- Trois projets ayant une surface de vente comprise entre 2 300 et 3 300 m<sup>2</sup> : création de Lidl à Lyon 7e dans un rez-de-chaussée inoccupé, poursuite du renouvellement avec transferts de magasins au sein du pôle commercial Intermarché à Villette-d'Anthon et réouverture des droits commerciaux à Novaciéries à Saint-Chamond.

Près des ¾ des m<sup>2</sup> supplémentaires concernent des **créations** (soit + 17 900 m<sup>2</sup>) et des **projets à dominante non-alimentaire** (+ 18 335 m<sup>2</sup>).

14 projets commerciaux ont été refusés ou ont fait l'objet d'une renonciation à autorisation, totalisant une surface de vente de 17 555 m<sup>2</sup> de vente, dont 33% en alimentaire.

### 2/ Montée en gamme des projets commerciaux en termes d'intégration paysagère et architecturale et de développement durable

C'est particulièrement le cas des projets portés par l'enseigne Lidl qui propose des projets intégrant des matériaux biosourcés, des bâtiments moins énergivores, des espaces de stationnement en partie perméables, l'installation de panneaux photovoltaïques, des espaces végétalisés plus importants, etc.

A noter que certains projets d'extension vont plus loin et proposent une désimperméabilisation voire une réduction de l'artificialisation des sites commerciaux. C'est notamment le cas des projets d'extension d'Intermarché à Amplepuis, de Lidl à Saint-Barthélemy ou encore du projet de reconfiguration de l'ancien Leroy Merlin de Porte des Alpes.

### 3/ Quatre saisines volontaires de la CDAC pour des projets inférieurs à 1 000 m<sup>2</sup> de vente

Pour la première fois cette dernière année, les Collectivités de l'aire métropolitaine ont saisi, en vertu de l'article L 752-4 du Code de commerce, la CDAC pour avis pour les 4 projets suivants, tous compris entre 300 et 1 000 m<sup>2</sup> de surface de vente :

- Création d'un supermarché à l'enseigne Aldi de 955 m<sup>2</sup> à Salagnon en Isère ; saisie de la CDAC par le syndicat mixte du Scot de la Boucle du Rhône en Dauphiné.

- Création d'un supermarché Lidl de 990 m<sup>2</sup> à Saint-André-de-Corcy dans l'Ain ; saisie de la CDAC par la commune.

- Création d'un supermarché à l'enseigne Colruyt de 833 m<sup>2</sup> à Renaison dans la Loire ; saisie de la CDAC par le syndicat mixte du Scot Roannais.

- Création d'un ensemble commercial de 999 m<sup>2</sup> à Renaison dans la Loire ; saisie de la CDAC par le syndicat mixte du Scot Roannais.

La CDAC a émis dans les 4 cas un **avis défavorable**. Tous les projets étaient en dehors de localisations préférentielles du commerce définies dans le DAAC et généraient un risque de fragilisation de l'offre existante, notamment en centralité.

Les projets étaient tous situés au sein de commune comptant moins de 20 000 habitants.

*A noter que la Loi Climat et Résilience<sup>54</sup> a élargi la faculté de saisine volontaire de la CDAC pour les projets de 300 à 1 000 m<sup>2</sup> de surface de vente à **l'ensemble des communes** (sans seuil de population) **dès lors que le projet engendre une artificialisation des sols<sup>55</sup>**. La saisine volontaire de la CDAC peut se faire sur délibération motivée du Bureau ou du Conseil par :*

*- **Le maire ou le président de l'EPCI en charge de l'urbanisme**, c'est-à-dire ayant la compétence pour délivrer les autorisations d'urbanisme ;*

*- **Les établissements publics en charge de l'élaboration du Scot**. Ces derniers doivent être informés dans les 8 jours suivant le dépôt du permis de construire. Le maire ou le président de l'EPCI en charge de l'urbanisme est responsable de la transmission du permis de construire.*

*La loi ne prévoit pas de sanction en cas de non-respect du délai des 8 jours. En revanche, la non-transmission serait de nature à entacher d'irrégularité un permis de construire délivré au terme d'une procédure irrégulière.*

*La délibération motivée de saisie de la CDAC doit intervenir :*

*- Dans le mois suivant la réception de la demande de permis de construire par l'organe ayant la compétence urbanisme ;*

*- Dans le mois suivant la réception du permis de construire par l'établissement public en charge de l'élaboration du Scot.*

*Elle doit être transmise au pétitionnaire dans les 3 jours suivant son adoption.*

---

<sup>54</sup> - Article 216 de la loi climat et résilience

<sup>55</sup> - Au sens du V des articles L.752-6 et R.752 du Code de commerce

## une **ingénierie** au service des acteurs de l'aire métropolitaine Lyon Saint-Etienne

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 Lyon Saint-Etienne.

Directeur de la publication : **Benoit Gay**

Equipe projet Agences d'urbanisme : **Blandine Crousier** b.crousier@urbalyon.org,  
**Laëtitia Bouetté** lbouette@epures.com

Comité de rédaction technique :

**Olivier Prémillieu, Jérémie Tourtier, Ludovic Meyer, Natalia Barbarino**

Coordination de la démarche inter-Scot :

**Jérémy Tourtier** j.tourtier@urbalyon.org

Infographie : **epures, Agence d'urbanisme de la région stéphanoise**



**Agence d'urbanisme  
de l'aire métropolitaine  
lyonnaise**

Tour Part-Dieu 129, rue  
Servient  
69326 Lyon cedex 3  
Tél. 04 81 92 33 00  
Télécopie : 04 81 92 33 10

[www.urbalyon.org](http://www.urbalyon.org)

**epures**

**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](http://www.epures.com)