villeurbanne



Rapport de justification de l'instauration d'un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat dans le centre-ville de Villeurbanne

Mai 2025

a.i.d OBSERVATOIRE | STRATÉGIE | PROGRAMMATION

29 cours Tolstoï, 69100 Villeurbanne
24 rue Louis Blanc, 75010 Paris
2 rue Crucy, 44000 Nantes
59 allée Jean Jaurès, 31000 Toulouse

Table des matières

I. Introduction et rappel du contexte de la mission 3
II. La situation et la trajectoire du commerce de centre-ville de Villeurbanne 5
A. Positionnement du territoire et l'évolution du tissu commercial 5
B. Profil sociologique de clientèle de centre-ville de Villeurbanne 6
C. Le fonctionnement urbain du centre-ville de Villeurbanne 7
D. L'offre commerciale, artisanale et de service 9
III. Justification du périmètre de sauvegarde proposé 13
IV. Le périmètre de sauvegarde 14

I. Introduction et rappel du contexte de la mission

Contexte de l'intervention

Les profondes évolutions de la consommation des ménages et des comportements d'achats de la clientèle depuis quelques années sont actuellement en train de produire des effets visibles et durables sur l'ensemble du secteur de la distribution. Si la consommation des ménages a connu en effet pendant des décennies un taux de croissance annuel très largement supérieur à 1% par an, ce taux est aujourd'hui en très fort ralentissement. Certaines familles de produits telles que le textile connaissent même des baisses en valeur et en volume et impactent fortement sur la commercialité des grands pôles marchands traditionnels, qu'ils soient situés en centralité ou en périphérie.

Par ailleurs, l'explosion de la vente en ligne, l'optimisation par les exploitants de la surface de vente de leurs points de vente, le développement de dark store et dark kitchen, le recyclage de surfaces commerciales pour d'autres usages ou encore le développement du drive sont autant d'évolutions qui bouleversent les codes de la distribution traditionnelle et renvoient vers de nouveaux modèles de développement. Pour autant, cette révolution (re)donne des perspectives au commerce, et notamment au commerce indépendant, aux circuits courts, au commerce de seconde main.

Enfin, l'immobilier commercial qui constituait dans un contexte de forte croissance un produit financier à très forte rentabilité et un élément essentiel à l'équilibre de bilans d'opération d'aménagement connait actuellement une crise sans précédent.

Toutefois, que ce soit à l'échelle du centre-ville de Villeurbanne ou dans les quartiers, l'immobilier commercial et le commerce doivent se réinventer dans les prochaines années pour répondre aux nouvelles aspirations de la clientèle.

Alors le commerce est avant tout une affaire de commerçants, certes, mais les pouvoirs publics doivent désormais s'en mêler et mettre en œuvre des stratégies de territoires, et organiser cette fonction économique comme elles organisent depuis bien longtemps l'habitat, les zones d'activités, les transports ou les équipements. Et il faut surtout actionner aujourd'hui tous les leviers.

A Villeurbanne, comme dans de nombreux autres territoires similaires, des réflexions et actions sont mises en œuvre à long terme pour :

- Maitriser les développements inconsidérés et opportunistes du commerce sur les axes de flux
- Accompagner les entreprises et l'immobilier de commerce dans leur adaptation au commerce de demain
- Mobiliser et gérer chirurgicalement le foncier commercial stratégique en cas de défaillance du privé
- Continuer à améliorer le confort et l'accessibilité, gérer le stationnement, traiter les espaces publics pour encourager la déambulation, déployer des terrasses et des marchés
- Rénover et adapter l'habitat pour qu'il réponde mieux aux attentes des familles et des jeunes actifs, conserver ou y réimplanter des fonctions médicales, des services publics, y maintenir la culture

- Maintenir sa politique de valorisation du patrimoine, animer la ville, créer l'événement
- Et surtout valoriser le positionnement unique du centre-ville de Villeurbanne pour promettre une expérience qualitative aux habitants et aux visiteurs

Dans ce contexte, il semble alors important de bien identifier les évolutions, les tendances et les enjeux du centre-ville de Villeurbanne, pour ses différentes cibles de clientèle : habitants, actifs, visiteurs et touristes.

La commune de Villeurbanne se dote de nombreux outils pour observer au mieux les évolutions du commerce à l'échelle de la commune. Malgré des signaux positifs de valorisation de la commercialité du centre-ville, notamment un taux d'occupation assez élevé, on constate une sous-représentation des commerces du quotidien et de l'offre qualitative de convivialité face à une dynamique d'augmentation de la représentation des services non commerciaux en centralité, mettant en évidence des problématiques d'animation, et flux et de vitalité du centre-ville.

Par ailleurs, cette dynamique peut avoir tendance à isoler et faire doucement disparaitre le commerce indépendant, de proximité et de bouche, et les secteurs d'activités moins rentables de la culture et des loisirs. Pour autant, ces activités restent tout particulièrement importantes pour conserver un centre-ville attractif et équilibré, répondant aux attentes spécifiques des différentes cibles des habitants, actifs, visiteurs et touristes.

Ainsi, en décembre 2024 la Commune de Villeurbanne a mandaté le cabinet AID pour réaliser une étude d'opportunité afin de motiver l'instauration d'un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat sur le centre-ville de Villeurbanne. Les objectifs de cette mission sont de :

– Synthétiser et actualiser les études produites sur la thématique commerce
– Dresser un état des lieux de la situation du commerce et de l'artisanat du centre-ville, dans son contexte sociodémographique, urbain et concurrentiel
– Dégager une expertise des enjeux spatialisés

Une expertise terrain a été réalisé en décembre 2024, afin d'analyser l'évolution qualitative de l'ensemble des rez-de-chaussée actifs du centre-ville élargi, de comprendre son fonctionnement et d'apprécier la qualité de l'expérience client.

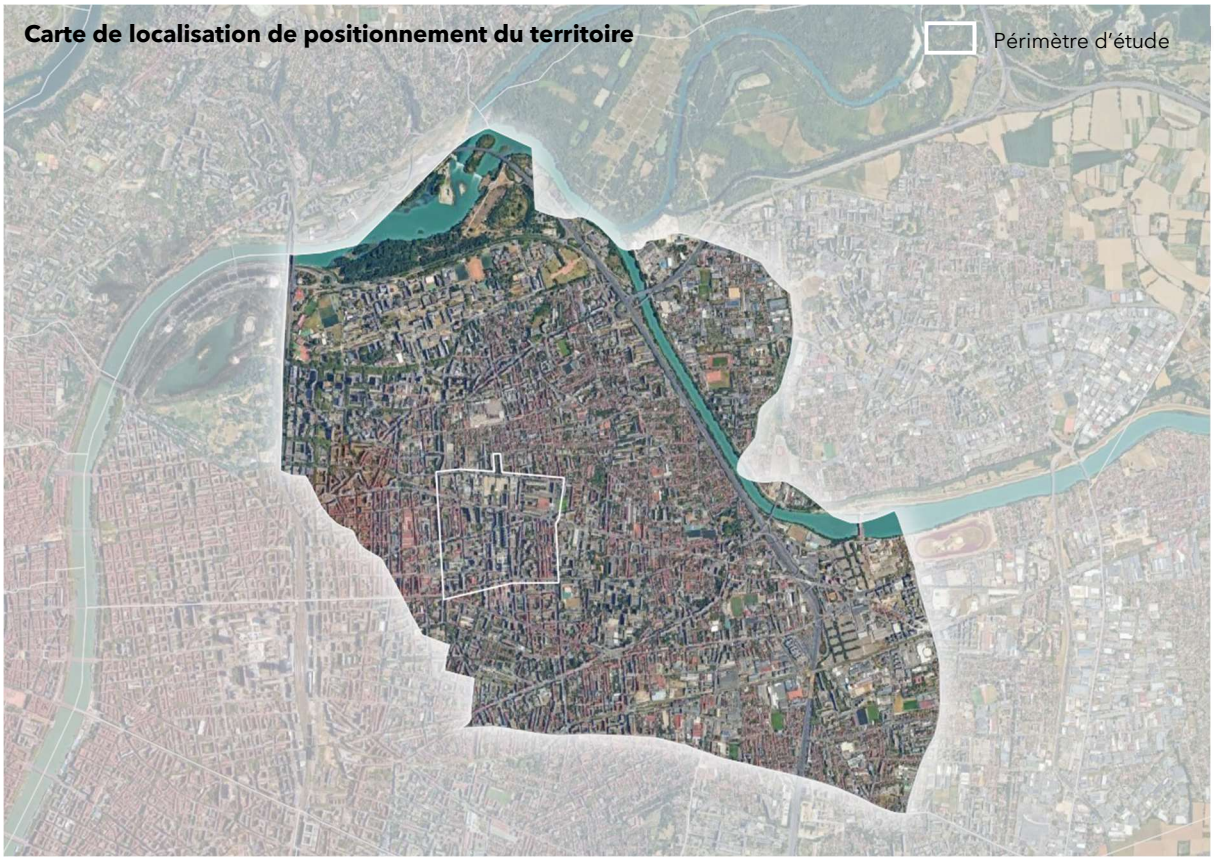
Des entretiens avec des acteurs économiques et politiques locaux ont également été réalisé. Ces entretiens avaient pour objectifs de qualifier la situation et l'évolution du commerce de centre-ville de Villeurbanne, d'acculturer les acteurs à l'outil du périmètre de sauvegarde et d'en expliquer les intérêts et les limites.

II. La situation et la trajectoire du commerce de centre-ville de Villeurbanne

A. Positionnement du territoire et l'évolution du tissu commercial

La commune de Villeurbanne est située au sein de la Métropole de Lyon. Son centre-ville, étudié dans le cadre de l'analyse réalisée par AID, s'intègre pleinement dans l'aire d'attraction de Lyon. Il joue un rôle majeur en tant que pôle structurant du bassin de vie et dispose d'un réel potentiel pour capter les flux de clientèle active.

Carte de localisation de positionnement du territoire

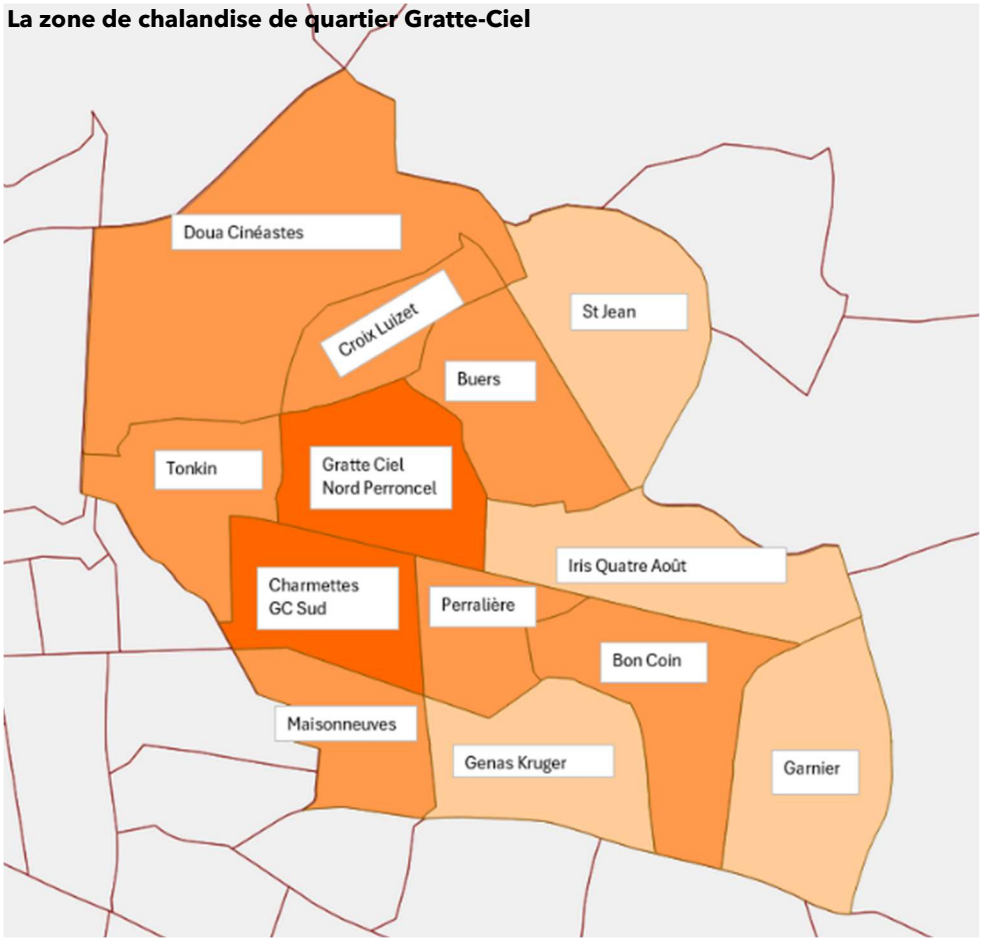


Le périmètre étudié correspond au quartier de Gratte-Ciel, une centralité administrative, culturelle et économique de Villeurbanne.

Sur le plan commercial, ce quartier affiche une dynamique plus forte que les autres secteurs de la commune. Son chiffre d'affaires a enregistré une hausse d'environ 30 % entre 2018 et 2022, représentant ainsi près de 36 % du chiffre d'affaires total de Villeurbanne. Les commerces alimentaires et l'équipement de la personne en constituent les principaux contributeurs. Toutefois, conformément aux tendances nationales, une baisse estimée à 10 % a été observée dans le secteur de l'équipement de la personne depuis 2018.

B. Profil sociologique de clientèle de centre-ville de Villeurbanne

La zone de chalandise de quartier Gratte-Ciel



Source : enquête comportements d'achats – CCI Lyon Métropole, décembre 2024

La zone de chalandise du centre-ville de Villeurbanne regroupe environ 155 000 habitants et bénéficie d'une trajectoire socio-démographique favorable au développement du commerce.

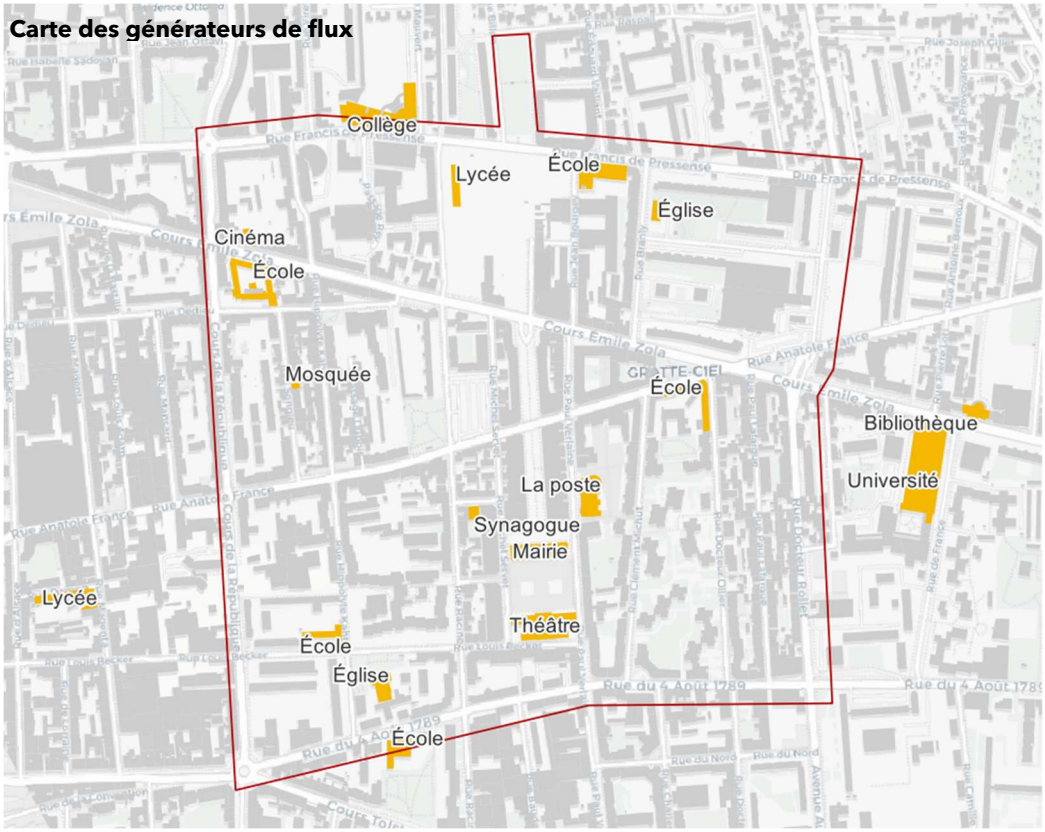
Grâce à une bonne desserte et à sa proximité avec Lyon, la commune attire une population résidente et active qui constitue la clientèle majoritaire des commerces du centre-ville.

Les 35-59 ans représentent 47 % des clients, soit une proportion supérieure à leur part dans la population de la zone de chalandise (43 %). Par ailleurs, la répartition des ménages est relativement équilibrée : les ménages d'une personne (31 %) sont aussi bien représentés que ceux de deux personnes avec (36 %) ou sans des enfants (33 %). Enfin, le centre-ville se distingue par une clientèle au pouvoir d'achat moyen à élevé, davantage représentée que dans les autres quartiers de la ville.

C. Le fonctionnement urbain du centre-ville de Villeurbanne

➢ Des générateurs de flux qui dynamisent le centre-ville dans la semaine

Carte des générateurs de flux



Le centre-ville bénéficie de nombreux générateurs de flux, répartis au sein ou à proximité du cœur marchand.

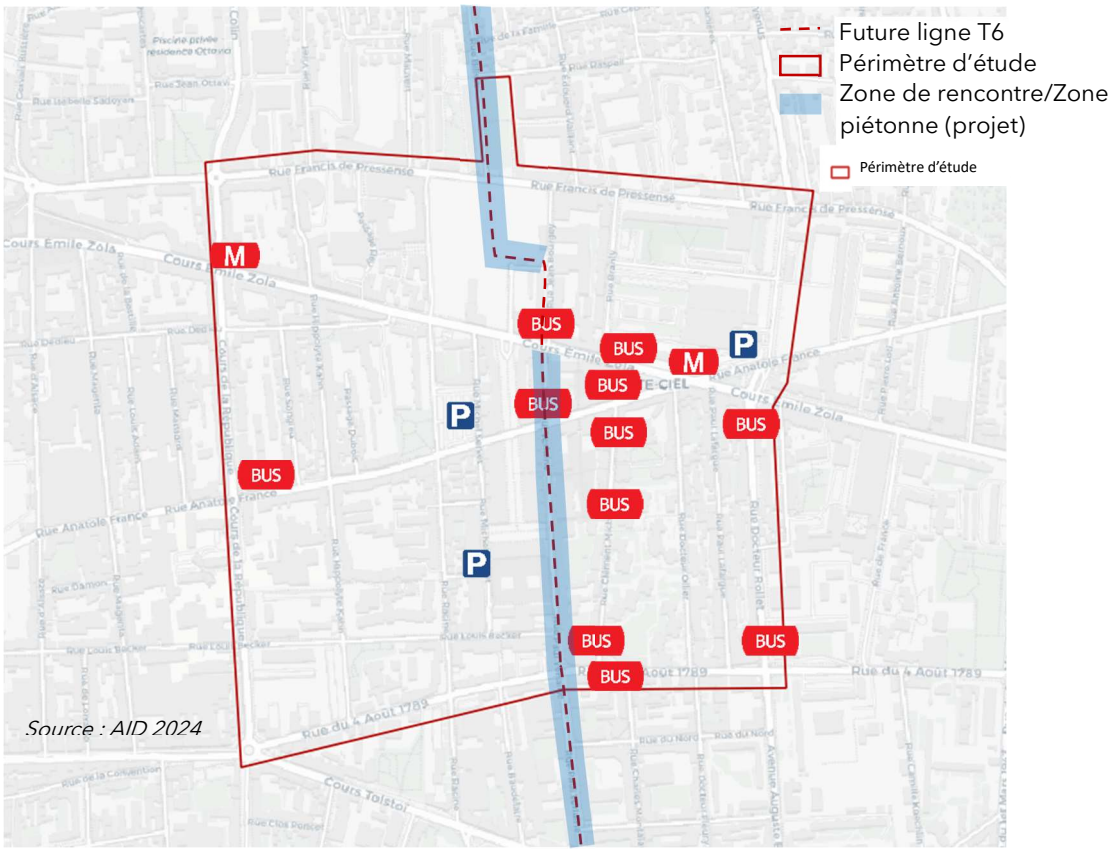
Ces générateurs de flux (administratifs, d'éducation, de culture ou de loisirs) induisent un attrait spécifique pour le développement d'activités commerciales. Ces pôles d'attractivité favorisent le développement d'activités commerciales et participent à l'animation de la ville en semaine. Toutefois, une baisse de fréquentation est observée en soirée et le week-end, en dehors des horaires de marché.

➢ Une bonne accessibilité du centre-ville

La déambulation et l'accessibilité des parcours marchands sont facilitées en centre-ville.

Afin de concilier les différents modes de déplacement, de nombreuses places de stationnement sont disponibles, y compris des zones de stationnement en zone bleue devant les commerces. Par ailleurs, l'arrivée de la ligne de tram T6 et l'aménagement de la zone de rencontre renforceront l'accessibilité du quartier, mais pourraient également impacter la dynamique commerciale de la rue Paul Verlaine.

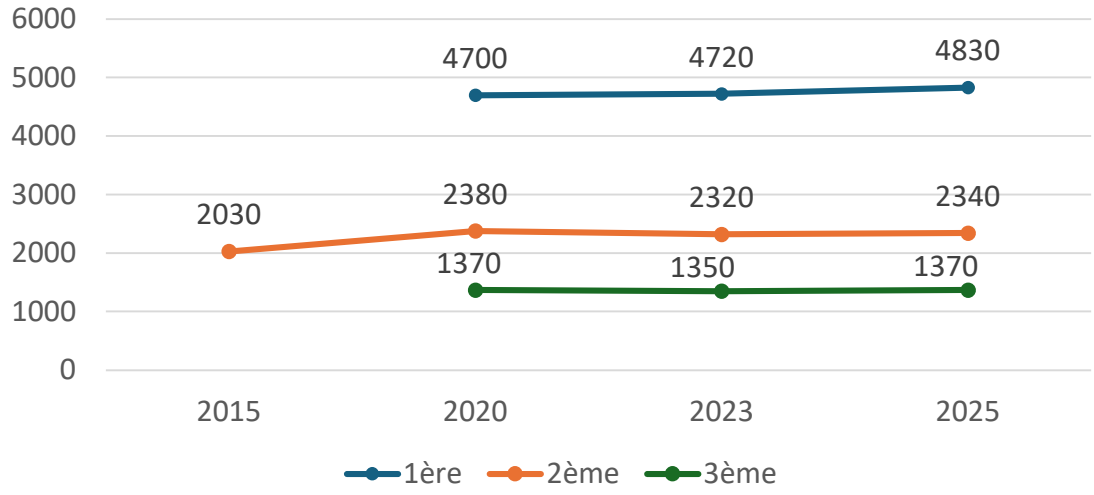
Carte de l'accessibilité



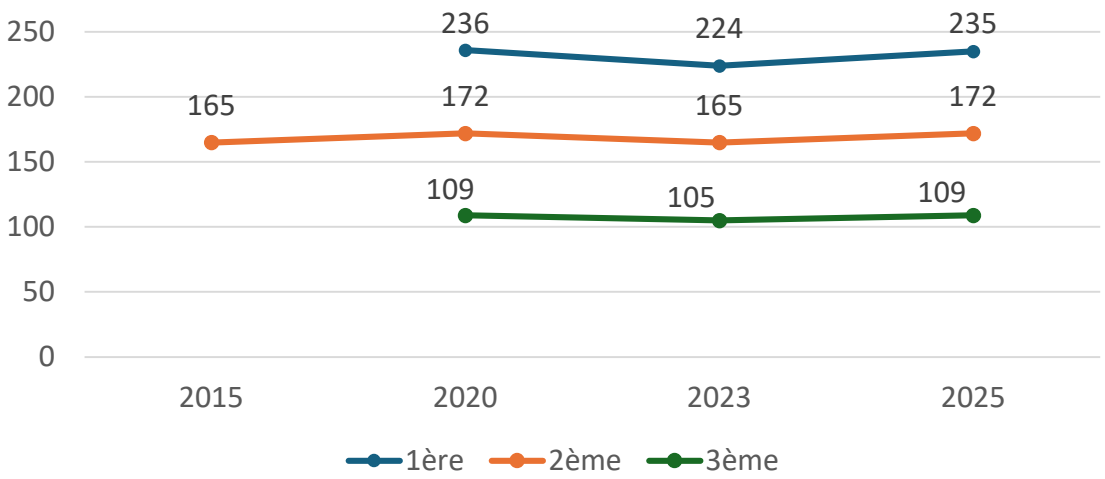
➢ Des valeurs locatives qui n'évoluent pas de manière significative

Les valeurs moyennes des murs (2ème) ont connu une hausse significative de valeurs entre 2015 et 2020, mais depuis 2020 on constate une stabilité relative des prix de vente des murs commerciaux et des loyers commerciaux. Par ailleurs, s'il est possible d'observer l'impact de la crise sanitaire sur les valeurs locatives entre 2020 et 2023, elles retrouvent en 2024 au moins leurs niveaux de 2020.

Évolution des valeurs moyennes des murs par m² selon l'emplacement

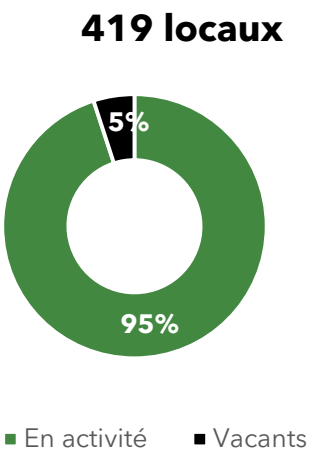


Évolution des valeurs locatives moyennes par m² selon l'emplacement

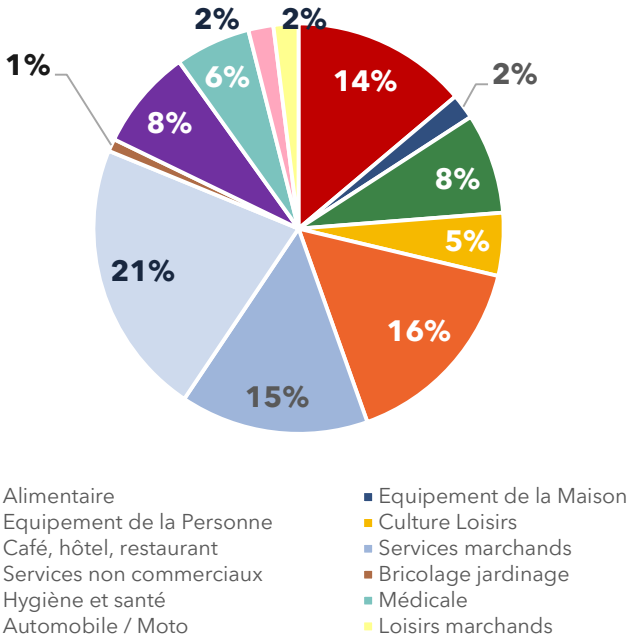


Source : cote annuelle des valeurs vénales immobilières et foncières 2015 – 2025, traitement AID

D. L'offre commerciale, artisanale et de service



Source : repérage Socle Urbain décembre 2024



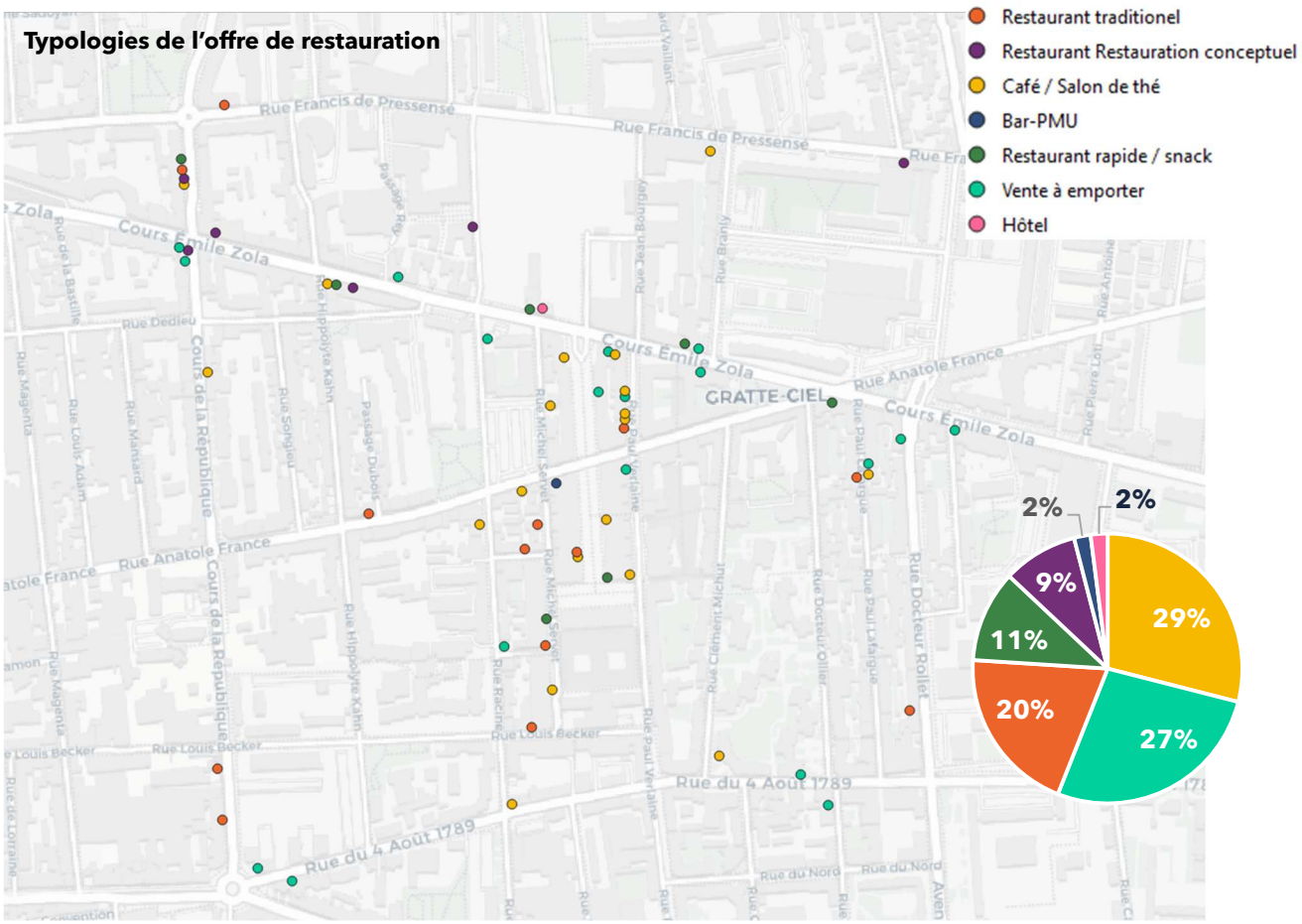
Avec plus de 400 rez de chaussée actifs, le centre-ville de Villeurbanne constitue une polarité majeure à l'échelle de la Métropole de Lyon.

En 2024, on constate une faible diversité des activités commerciales à l'échelle du centre-ville de Villeurbanne. Par ailleurs ces activités commerciales sont positionnées en entrée de gamme ou gamme moyenne.

On observe par ailleurs une très forte représentation des services, tandis que la part de commerces du quotidien et de restauration est inférieure à moyenne nationale (25% pour les cafés et restaurants). L'offre de convivialité est par ailleurs marquée par un manque des concepts originaux et qualitatifs.

Enfin, avec 5% des rez de chaussée actifs vacants, la déprise est faible, signe d'un dynamisme et de l'attractivité du centre-ville.

Zoom sur la restauration



La restauration et plus largement la convivialité constituent aujourd'hui un secteur stratégique pour les centres-villes. Ce secteur permet en effet de renouveler la clientèle, apporter d'autres usages du centre-ville et prolonger le temps de présence.

En centre-ville de Villeurbanne, ce secteur reste sous représenté qualitativement Par ailleurs, 38 % de l'offre de restauration appartient au secteur de la vente à emporter et de la restauration rapide. Quelques enseignes attractives sont présentes sur le cœur commercial et convivial – avenue Henri Barbusse. L'offre se répartit sur le reste du secteur avec une concentration plus marquée sur le cours Emile Zola sans enseigne et/ou concept différenciant.

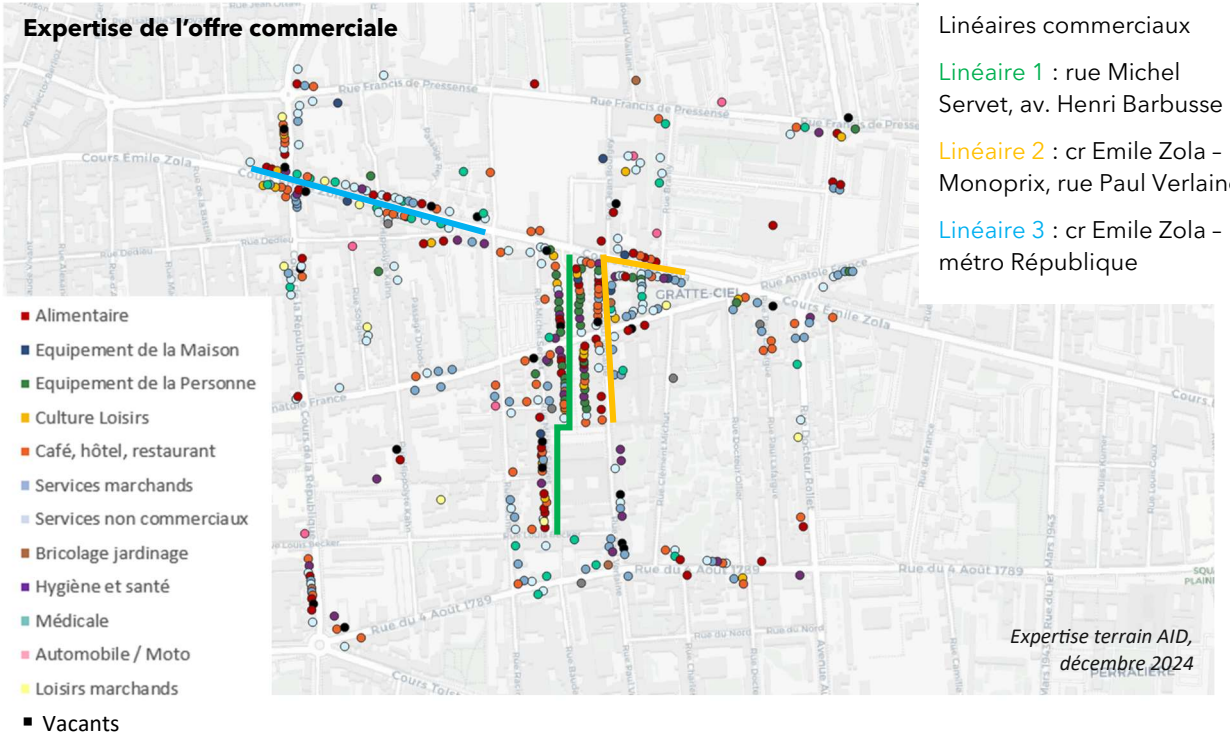
➢ **Des secteurs à enjeux**

D'un point de vue spatialisé, on constate que l'offre marchande est concentrée sur les linéaires les plus denses (numéros 1 et 2) : rue du Michel Servet, avenue Henri Barbusse, cours Emile Zola (autour de Monoprix), rue Paul Verlaine. Cette offre permet répondre aux besoins courants de la population et semble fonctionner de façon satisfaisante. On constate cependant que l'offre manque de diversité et de qualité et montre quelques signes de fragilité comme des locaux vacants sur les emplacements stratégiques.

21% des cellules commerciales en centre-ville sont occupés par des services non-commerciaux. On observe une concentration des agences immobilières, des banques et mutuelles, ainsi que des agences d'intérim sur l'axe de flux - cours Emile Zola. Un autre pôle

des services marchands (institut de beauté, salon de tatouage) et non-marchands (auto-école, agence immobilier, banque, assurance) se trouve dans la galerie allée Léon Meiss et bénéficie à la fois de passage sur le cours Zola et de proximité avec l'artère piétonne – avenue Barbusse. L'occupation des emplacements stratégiques par des services prive les linéaires commerciaux de dynamisme et d'animation des rez-de-chaussée compte tenu de la présence de vitrines opacifiées

Expertise de l'offre commerciale



Linéaires commerciaux

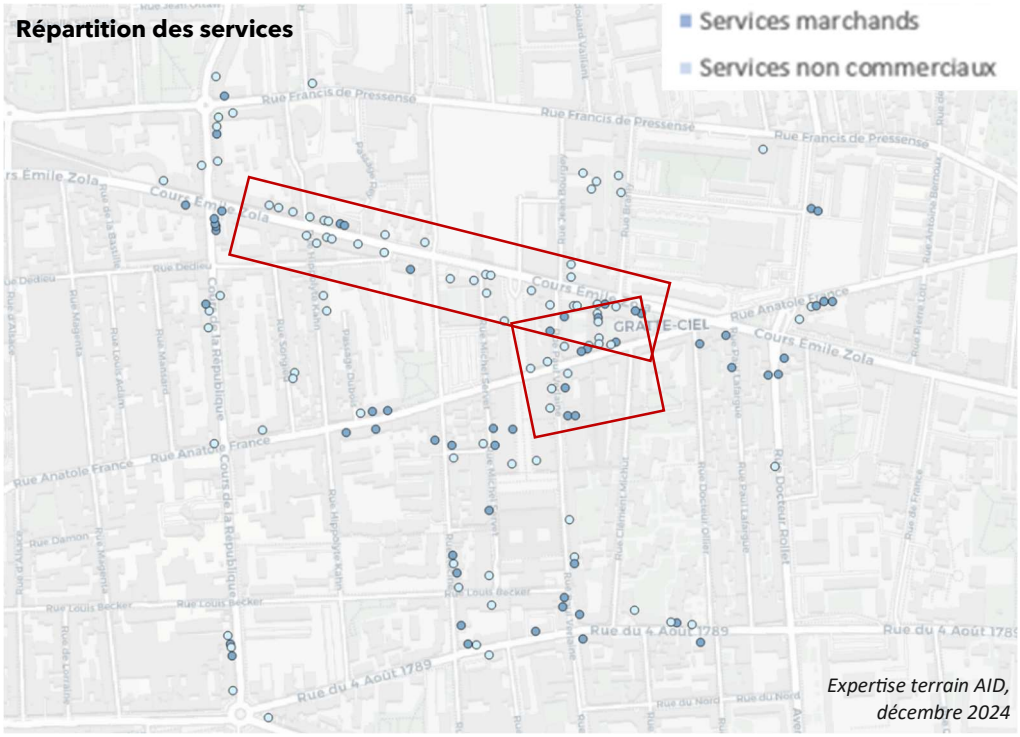
Linéaire 1 : rue Michel Servet, av. Henri Barbusse

Linéaire 2 : cr Emile Zola – Monoprix, rue Paul Verlaine

Linéaire 3 : cr Emile Zola – métro République

Expertise terrain AID, décembre 2024

Répartition des services



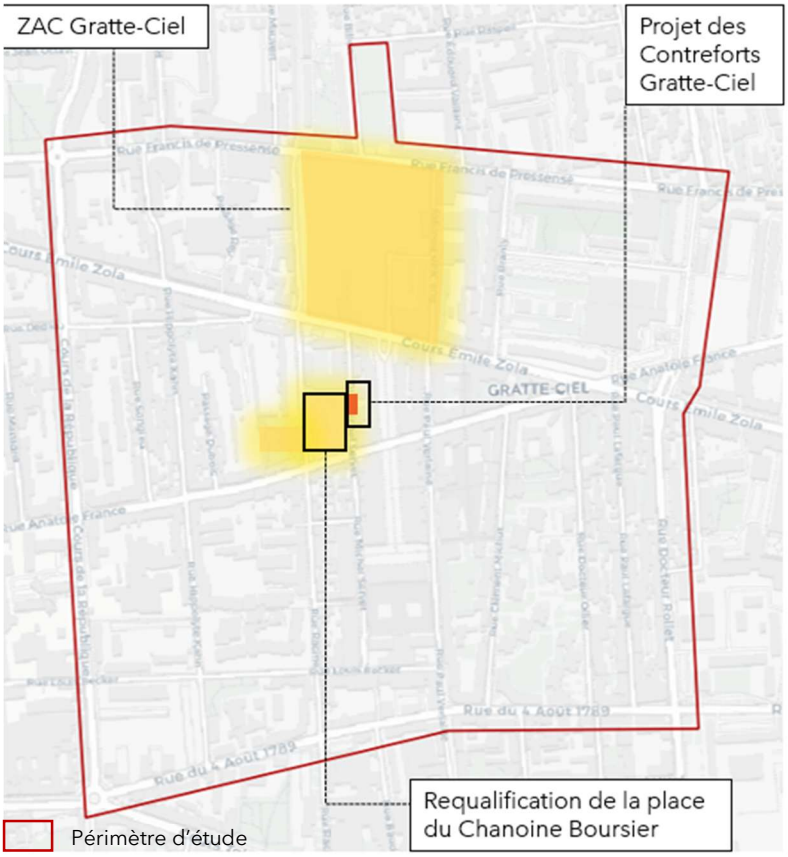
Expertise terrain AID, décembre 2024

Enfin, l'ensemble du centre-ville de Villeurbanne fait actuellement l'objet de plusieurs projets d'aménagement.

En plus des travaux de prolongement de la ligne de tramway T6, la ZAC Gratte-Ciel est en cours de construction, accompagnée du projet des Contreforts et de la requalification de la place du Chanoine Boursier. Ces nouveaux projets visent à renforcer l'attractivité du centre-ville en intégrant des rez-de-chaussée dynamiques, occupés par des commerces et services complémentaires à l'offre existante. La ZAC Gratte-Ciel prévoit ainsi 16 000 m² de surfaces commerciales, tandis que le projet des Contreforts comprend un programme mixte associant commerces, bureaux et un lieu de vie et de restauration de 700 m².

La livraison de ces projets aura un impact significatif sur l'immobilier commercial et le tissu marchand du centre-ville, nécessitant une programmation adaptée ainsi qu'un accompagnement des services de la Ville.

Des projets de la commune



III. Justification du périmètre de sauvegarde proposé

Avec plus de 400 rez de chaussée actifs, le centre-ville de Villeurbanne fait partie des centralités majeures à l'échelle de la Métropole de Lyon. Par ailleurs, le commerce de ce centre-ville s'appuie sur une zone de chalandise de plus de 155 000 habitants et dont le profil est en forte dynamique. Enfin, la présence de nombreux générateurs de flux, l'arrivée du T6 et le programme Gratte-Ciel Nord vont potentiellement renforcer les flux clientèle dans ce secteur.

Toutefois, certains constats réalisés dans le cadre de cette intervention justifient la mise en place d'un périmètre de sauvegarde et notamment :

- La diversité limitée des activités marchandes et le poids important des services non commerciaux pour un centre-ville de cette taille,
- Le développement de la restauration rapide sur les emplacements de restauration traditionnelle, voire sur des emplacements occupés par du commerce de détail,
- L'impact des pôles commerciaux de Lyon 3 et Lyon 6, dont l'offre plus développée et diversifiée, contribue à capter une part importante de la clientèle potentielle,
- Les évolutions des modes de consommation des ménages et des comportements d'achat. Ces évolutions produisent de fait des effets visibles et durables sur l'ensemble du secteur de la distribution, et impactent la physionomie du cœur de ville marchand,
- Le fort développement de la vente en ligne, notamment dans le secteur du textile qui impacte l'armature traditionnelle des centres-villes,
- La nécessité de suivre finement les mutations commerciales compte tenu de l'impact des travaux du T6 et de la programmation commerciale de Gratte-Ciel Nord qui prévoit plus de 16 000 m² de surfaces de vente additionnelles

Ainsi, il semble que sans intervention publique, les futures mutations du tissu marchand en centre-ville de Villeurbanne pourraient être de nature à affaiblir durablement son attractivité.

Enfin, cet outil permettra de suivre et d'anticiper certaines mutations et de disposer de valeurs de référence en matière de fonds de commerce

De ce fait, pour maintenir les équilibres et réguler les implantations et le marchandisage du centre-ville de Villeurbanne, il apparait opportun aujourd'hui d'instaurer les outils de veille et d'intervention que le législateur offre aux collectivités.

Le contexte national, l'état du commerce et les évolutions observées sur le centre-ville de Villeurbanne confirment donc de manière claire l'opportunité d'instaurer un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat, pour maintenir la diversité, la singularité et l'attractivité du cœur marchand.

IV. Le périmètre de sauvegarde

1. Le cadre réglementaire

Au titre du maintien de la diversité commerciale et d'une offre équilibrée, toute cession de fonds artisanaux, de fonds de commerce ou de baux commerciaux, intervenant dans un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat peut faire l'objet d'un droit de préemption de la commune, c'est-à-dire du droit de l'acheter en priorité pour le rétrocéder à un commerçant ou un artisan.

Loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises, dites loi Dutreil.

Les biens concernés

- Les cessions de fonds artisanaux,
- Les cessions de fonds de commerce,
- Les cessions de baux commerciaux,
- Les cessions de terrains portants, ou destinés à accueillir, des commerces d'une surface de vente comprise entre 300 et 1 000 m².

La délimitation du périmètre de sauvegarde

- Projet de délibération du périmètre de sauvegarde argumenté soumis à l'avis de la CCI et de la CMA
- Réponse sous 2 mois des consulaires et modifications éventuelles
- Délibération
- Éventuelle délégation à un EPCI, SEM, concessionnaire d'une opération d'aménagement…
- À titre informatif, et à l'instar des autres droits de préemption, le périmètre de sauvegarde doit être annexé au PLU / PSMV.

La déclaration de cession

Le cédant doit, sous peine de nullité de la vente, informer la commune dans laquelle se situe le bien cédé, du prix et des conditions de la mutation. Cette information prend la forme d'une déclaration de cession selon le formulaire Cerfa n° 13644*02.

Cette déclaration doit préciser le prix, l'activité de l'acquéreur pressenti, le nombre de salariés du cédant, la nature de leur contrat de travail et les conditions de la cession. Elle intègre également le bail commercial, le cas échéant, et précise le chiffre d'affaires lorsque la cession porte sur un bail commercial ou un fonds artisanal ou commercial.

À noter que lorsque la cession intervient par voie d'adjudication, c'est, selon la nature de l'adjudication, le commissaire-priseur judiciaire, le greffier de la juridiction ou le notaire chargé de procéder à la vente, qui procède à la déclaration de cession 30 jours au moins avant la vente. De même, en cas de cession de gré à gré autorisée par le juge-commissaire dans le cadre d'une liquidation judiciaire, le liquidateur procède, 30 jours au moins avant la signature de cet acte, à la déclaration de cession.

La commune constitue le guichet unique pour le dépôt des déclarations de cession. Ainsi, lorsque la commune a délégué son droit de préemption, le maire transmet la déclaration au délégataire.

L'exercice du droit de préemption

La déclaration de cession vaut offre de vente au titulaire du droit de préemption. Ce dernier dispose de 2 mois à compter de la réception de la déclaration pour se prononcer et notifier sa décision au cédant. Trois possibilités lui sont offertes :

Renoncer à préempter (expressément ou tacitement en laissant passer le délai de 2 mois). Dans ce cas, le cédant est libre de réaliser la vente aux prix et conditions fixés dans la déclaration de cession avec l'acquéreur pressenti.

Préempter aux prix et conditions fixés dans la déclaration de cession. Dans ce cas, la vente est parfaite et l'acte de vente peut être passé.

Proposer d'acquérir aux prix et conditions fixées par le juge de l'expropriation. Dans ce cas, le titulaire du droit de préemption saisit le juge compétent en matière d'expropriation en fixation judicaire du prix dans les 2 mois suivant la réception de la déclaration de cession. A la différence des autres droits de préemption, le titulaire du droit de préemption ne peut, en réponse à la déclaration de cession, faire de lui-même une proposition de prix ou de conditions différentes, mais seulement saisir le juge de l'expropriation aux fins de fixer le prix mais aussi les conditions de la cession.

Après fixation amiable ou judiciaire du prix et des conditions de cession, l'acte de vente doit être conclu dans les 3 mois, avec paiement simultané au cédant. À noter qu'en cas de cession par voie d'adjudication, le titulaire du droit de préemption dispose de 30 jours à compter de l'adjudication pour notifier au greffier ou au notaire sa décision de se substituer à l'adjudicataire. S'il décide de préempter, il doit le faire au prix de la dernière enchère ou surenchère. Le même délai s'applique en cas de cession de gré à gré autorisée par le juge commissaire pour prévenir le liquidateur, lequel en informe l'acquéreur évincé.

Les modalités de la rétrocession

Le titulaire du droit de préemption n'a pas vocation à conserver le bien préempté. Il doit, dans un délai de 2 ans à compter de la prise d'effet de la cession (3 ans en cas de mise en location-gérance du fonds de commerce ou du fonds artisanal), rétrocéder le fonds, le bail ou le terrain à une entreprise immatriculée au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, en vue d'une exploitation destinée à préserver la diversité et à promouvoir le développement de l'activité commerciale et artisanale dans le périmètre concerné.

Pour trouver un repreneur, le maire (que le droit de préemption ait ou non été délégué) procède à un appel à candidatures en affichant en mairie pendant 15 jours un avis de rétrocession. Cet avis comporte un appel à candidatures, la description du fonds, du bail ou du terrain, le prix proposé et mentionne que le cahier des charges peut être consulté en mairie. Il indique le délai dans lequel les candidatures doivent être présentées.

La rétrocession s'effectue selon un cahier des charges de rétrocession approuvées par délibération du conseil municipal ou, le cas échéant, de l'organe délibérant de l'EPCI ayant reçu délégation, précisant les conditions dans lesquelles elle peut être résiliée en cas d'inexécution du présent cahier des charges.

Celui-ci a pour objet de garantir une exploitation conforme aux objectifs de préservation de la diversité de l'activité commerciale et artisanale.

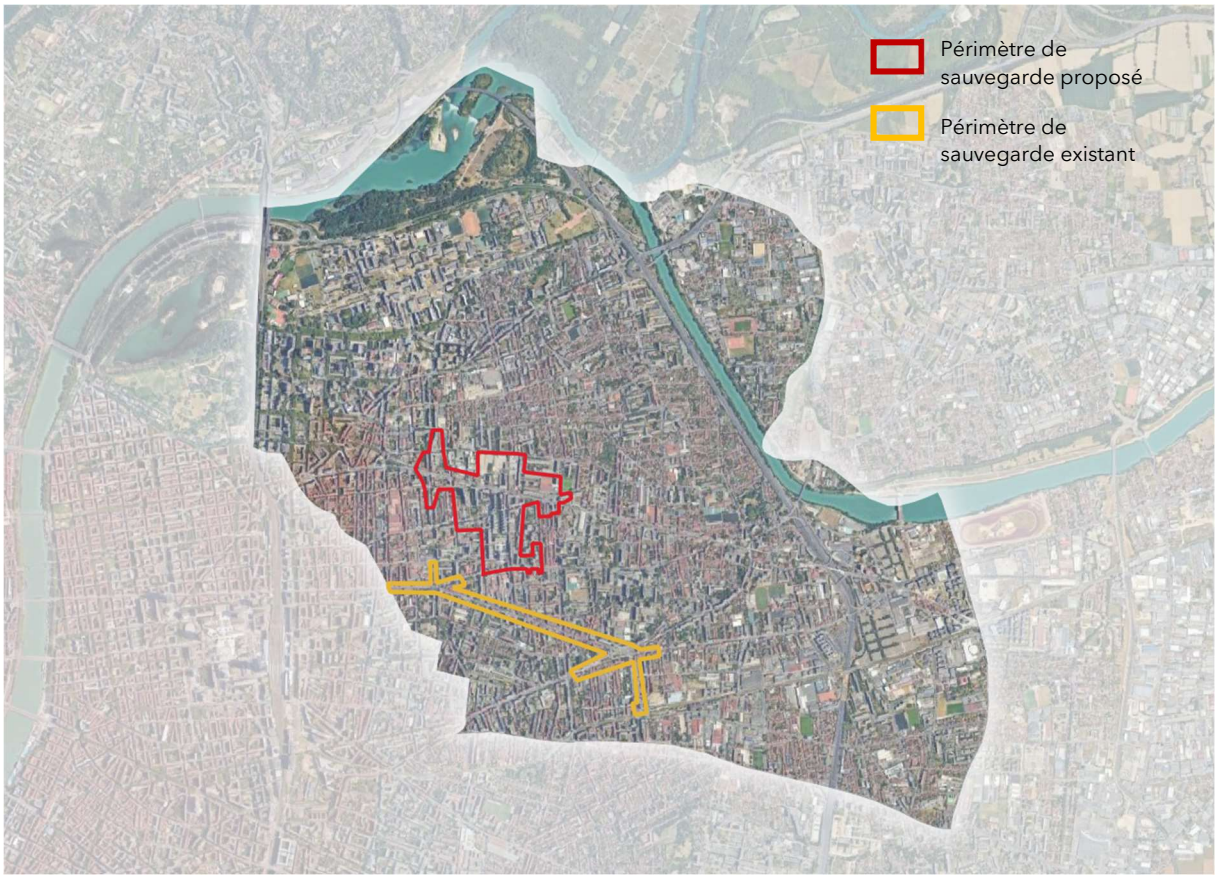
La rétrocession est autorisée par délibération du conseil municipal qui en fixe les conditions et justifie le choix du cessionnaire.

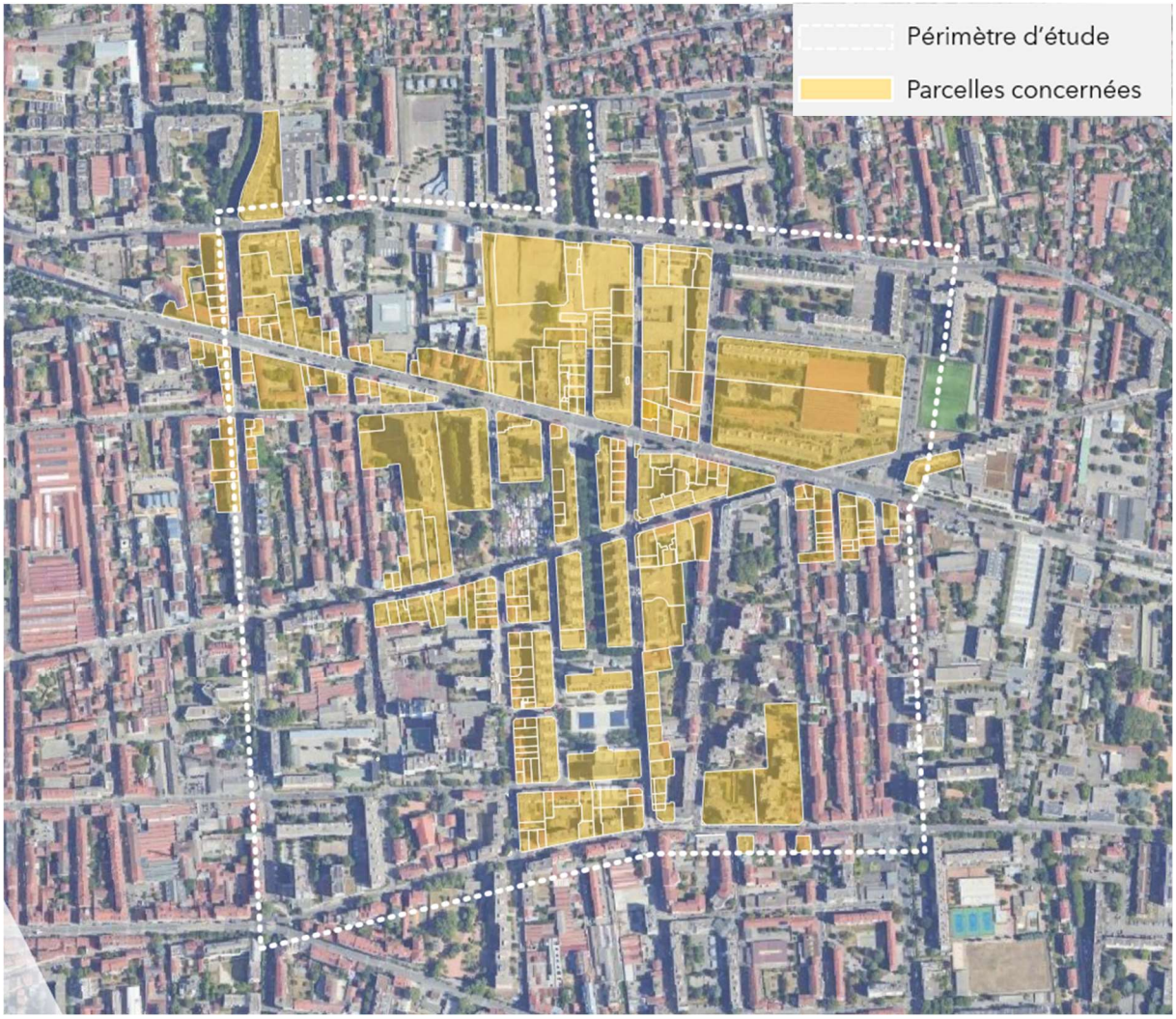
Si la rétrocession n'a pas été faite au bout des 2 années (ou 3 années dans le cas d'une mise en location / gérance), l'acquéreur évincé dispose d'un droit de priorité pour l'acquisition du fonds, du bail ou du terrain.

Le périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat proposé

Au regard des enjeux identifiés de maintien de la diversité et de la régulation, le périmètre de sauvegarde concerne le périmètre élargi du centre-ville de Villeurbanne (cohérent avec des enjeux de revitalisation et de maintien de la diversité commerciale en centre-ville).

Ce périmètre comprend l'ensemble des activités commerciales de la centralité de Villeurbanne, et en anticipe les évolutions.




Périmètre d'étude
Parcelles concernées