

Lyon, le mercredi 27 février 2019

Madame, Monsieur,

Je fais suite à la réunion qui s'est tenue ce mardi 26 février rue Victor Hugo dans le 2^{ème} arrondissement. Nous avons eu l'occasion de faire un point sur la situation des commerces en Presqu'île, en présence de Marc Degrange, Vice-Président Commerce de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon Métropole, les représentants du bureau de MyPresqu'île et les présidentes des associations ACOR Victor Hugo et Petit Bellecour.

Nous avons évoqué l'impact économique pour nos commerces de la tenue de manifestations tous les samedis depuis maintenant 15 semaines. La situation est, depuis son origine, accompagnée par la Ville de Lyon, les services de l'Etat et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon qui a mis en place un numéro dédié (04 72 40 59 30 ou giletsjaunes@lyon-metropole.cci.fr).

Une forte mobilisation du maire de Lyon, Gérard Collomb, a permis de maintenir la Fête des Lumières et le marché de Noël malgré un contexte sécuritaire défavorable.

Les premières priorités de la Ville de Lyon lors des manifestations restent la sécurité des personnes et des biens, la liberté de circulation et la liberté de commerce. Le lien entre les services de l'Etat (préfet délégué à la sécurité, forces de l'ordre), les services municipaux (police municipale) et les commerçants a été considérablement renforcé ces dernières semaines afin de permettre à chacun d'être informé de toute évolution de la situation en temps réel. Une vigilance particulière est accordée à la surveillance des flux piétons, véhicules et transports en commun, impactés également lourdement à l'occasion des manifestations (stations de métro évacuées, lignes de bus déviées...).



La Communication positive autour des événements commerciaux est un levier d'action de premier ordre. Ainsi, des actions de communication de grande envergure ont été réalisées pour soutenir le commerce de proximité :

- Ainsi, une communication a été mise en œuvre lors des ouvertures dominicales de décembre et janvier pour encourager les achats à l'occasion des fêtes de fin d'année et des soldes. Cette communication a été relayée sur les écrans i-TCL (800'000 voyageurs quotidiens sur 6 jours) et dans deux éditions du quotidien 20 minutes (365'000 lecteurs/jour), pour un potentiel total de plus de **5 millions de visionnages**.
- la Ville de Lyon dispose, de son côté, de plusieurs leviers d'action de communication (site internet, réseaux sociaux, application, magazine Lyon Citoyen, affichage publicitaire). Elle a par exemple soutenu le projet « Soupe en Scène » sur ses différents supports, comme elle le fait de la plupart des animations organisées sur la Ville. Par ailleurs, nous travaillons d'ores et déjà avec certaines associations de commerçants pour les soutenir notamment financièrement sur leurs opérations. Nous avons, par ailleurs, mobilisé notre directeur de la Communication de la Ville de Lyon pour qu'il puisse vous accompagner sur de nouveaux événements à l'image des nocturnes que vous avez évoquées, comme nous l'avons antérieurement sollicité pour accompagner les créateurs des pentes sur le projet de label « Made In Lyon ».

En outre, la ville entend poursuivre et amplifier l'accompagnement financier des événements, s'élevant déjà à **250.000 euros de subventions annuelles**, à l'image des animations qui sont portées conjointement avec les associations de commerçants :

- illuminations et animations de fin d'année (forte présence dans la quasi-totalité des rues autour de la Place Bellecour)
- braderies (rue Victor Hugo)
- événements (Tapis rouge, Course des garçons de café, Soupe en Scène)
- piétonisation (Bas des Pentes)

L'exécutif municipal et les Services de la Ville sont prêts à accompagner l'émergence de tout nouveau projet permettant d'encourager la fréquentation et la consommation dans nos commerces, en le relayant auprès du grand public et en le soutenant techniquement et financièrement.

La question de l'impact des travaux d'aménagement en cœur de ville a également été abordée. En premier lieu, il a été rappelé que la stratégie de la ville est d'embellir le centre-ville et d'y maintenir la dynamique économique et commerciale régulièrement saluée. **Lyon et notamment sa Presqu'île vient d'ailleurs d'être distinguée meilleur centre-ville marchand à l'occasion de la 3^{ème} édition du palmarès de la Fédération pour la promotion du commerce spécialisé** avec la redynamisation opérée avec succès de son centre-ville (Grôlée Carnot, hôtel Dieu), avec la mise en œuvre de politiques de soutien au commerce de proximité, qu'il soit ou non sédentaire, un taux de vacance très inférieur à la moyenne nationale...

Concernant les travaux, dont la maîtrise d'ouvrage a été confiée à la Métropole, la Ville réalise un investissement considérable qui s'élève à 3 millions d'euros, qui s'ajoute à l'investissement de la Métropole dans le cadre du projet Cœur Presqu'île.

En outre, le Service Commerce Sédentaire de la Direction de l'Economie, du Commerce et de l'Artisanat (joignable au 04 72 10 30 30) accorde, dès l'origine des travaux, une attention toute particulière à la situation de chaque commerçant et étudie avec bienveillance les questions d'exonération ponctuelle ou de dégrèvement. Les commerçants individuels n'ont d'ailleurs pas hésité à prendre attache avec nos services à ce sujet.

Enfin, il a été rappelé le soutien de la Ville aux associations structurantes et managers de centre-ville pour un montant total de 113.000 euros, à l'image de MyPresqu'île, qui perçoit de la ville de Lyon une subvention de 30.000 euros, outre la mise à disposition gracieuse de locaux pour environ 10.000 euros. Néanmoins, son rayonnement métropolitain et sa mobilisation à l'occasion des travaux nous conduisent à solliciter une hausse de financement de la Métropole afin de dégager les marges de manœuvre utiles au financement de nouveaux projets par la Ville de Lyon.

Dans les jours à venir, une réunion technique sera organisée à la CCI avec l'ensemble des acteurs impliqués dans les mesures de soutien au commerce de proximité (Ville de Lyon, chambres consulaires, management de centre-ville, Métropole et Région Auvergne Rhône Alpes), afin de faire émerger dans le délai le plus court possible des solutions concrètes et concertées au bénéfice des commerces les plus impactés par la situation. Nous proposerons

également à l'office du tourisme d'être associé, à la demande pertinente de Mathieu Cochard, pour travailler sur une communication plus positive à l'attention des touristes.

Cela permettra à nos commerçants de bénéficier d'une plus grande lisibilité des dispositifs que chacun peut mettre en place et qui sont souvent méconnus.

Je vous remercie de bien vouloir relayer ces éléments auprès des commerçants de votre structure pour les mesures d'ores et déjà en place en vous confirmant la mobilisation de tous les services de la Ville pour le soutien de nos commerçants et de nos artisans.

Restant à votre disposition, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes meilleures salutations.

Fouziya BOUZERDA

