



# UN GUIDE SHOPPING POUR LA PRESQU'ÎLE

**Tendance Presqu'île édite son dernier guide shopping, My Presqu'île. Il vise à promouvoir les richesses du commerce du centre-ville de Lyon.**

Premier pôle commercial lyonnais avec la Part-Dieu, la Presqu'île, qui a réalisé un chiffre d'affaires équivalent à 630 M€ en 2013, reste un pôle commercial attractif, soutenu par Tendance Presqu'île, la structure de management du centre-ville de Lyon. Une structure publique/privée (budget : 300 000 €, trois salariés) qui regroupe 215 partenaires-adhérents sur un territoire qui court du bas des pentes jusqu'à la place Carnot.

Elle édite chaque année un guide shopping, My Presqu'île, « qui se veut pratique et simple tout en montrant la diversité et la richesse, souvent unique, du commerce en Presqu'île », explique Bruno Besançon, directeur de Tendance Presqu'île. Un guide organisé cette année autour

d'une carte, référençant 185 boutiques du centre-ville, « entraînant le Lyonnais et le touriste dans un parcours thématique et de découverte », poursuit-il.

Édité à 50 000 exemplaires, ce guide gratuit est disponible dans 230 points de distribution, dont les boutiques adhérentes, les lieux culturels ou le Rhôneexpress. Un guide qui possède son pendant numérique, [www.mypresquile.com](http://www.mypresquile.com), très complémentaire.

Si l'impact de ce type de publication sur le chiffre d'affaires reste difficile à évaluer, les premiers retours du site internet sont encourageants. « L'une de nos adhérentes, qui possède cinq boutiques, m'a indiqué avoir gagné 10 à 15 places dans son référencement Google », conclut le directeur.

■ **Stéphanie Borg**

