

# Comment le quartier Grôlée

**Lyon 2<sup>e</sup>.** Désertés depuis plus de sept ans, les pieds d'immeubles du quartier Grôlée pourraient enfin revivre en 2015. C'est en tout cas ce qu'affirment, sans hésitation, les commercialisateurs du projet, et Fouziya Bouzerda, adjointe à la ville de Lyon chargée du Commerce, de l'Artisanat et du Développement économique.

Après la grande lessive des agences de voyages, des Fram, Asia, Forum, NF, Jet Tours, Plein Vent, Aliso Voyages, Michel Voyages, Donatello ou Bleu Voyages, puis l'aventure pionnière de l'enseigne d'habillement de luxe Zilli, qui s'est soldée par un départ, le quartier Grôlée, dont la commercialisation des pieds d'immeubles aura été très poussive durant le reste de son propriétaire les Docks Lyonnais, est resté figé. Un propriétaire qui avait peut-être vu ses pieds d'immeubles un peu trop beaux et qui imaginait un peu trop utopiste-pouvoir ne les dédier qu'au seul segment du luxe. Un doux songe qui a perduré de 2005 à 2013 et s'est évaporé au moment où les Docks Lyonnais ont revendu les pieds d'immeubles à Adia (lire par ailleurs), qui a mandaté Firce Capital pour gérer ses nouveaux actifs immobiliers, qui a lui-même confié la commercialisation co-exclusive à Thomas Broquet Conseils et Jones Lang LaSalle. « Un nouveau départ, selon Vladimir da Silva Dias de chez Thomas Broquet Conseils, qui a débuté par une étude marketing très

collaborative ». Et s'est prolongé par un programme de rénovation de 10 millions d'euros pour réadapter les surfaces, procéder à des regroupements de cellules, désamianter, remettre aux normes électriques d'accessibilité, etc. « Tout mettre en œuvre pour coller avec la demande des enseignes. »

## Plusieurs marques pourraient signer d'ici la fin d'année

Plusieurs marques pourraient signer d'ici la fin d'année, qui auraient manifesté, par des lettres d'intention, leurs velléités d'implantation sur le quartier Grôlée. Fouziya Bouzerda, adjointe à la ville de Lyon chargée du Commerce, va plus loin : « D'ici la fin d'année, un certain nombre de marques auront signé ». Avec optimisme, elle imagine d'ailleurs « qu'une vingtaine d'enseignes devraient avoir signé pour des ouvertures premières d'ici fin premier semestre 2015 ». Une offre

qui, selon son propre aveu, « sera en cohérence avec le tissu commercial de l'agglomération et permettra de satisfaire la demande non assouvie d'enseignes qui visent la rue de la République, mais ne trouvent pas de surfaces commerciales adéquates. » Des boutiques de 300 à 500 m<sup>2</sup> et plus, qui se font très rares sur la rue de la République. « L'atout majeur est de proposer des cellules très grandes, qui s'échelonnent de 50 m<sup>2</sup> à plus de 2 200 m<sup>2</sup>. Nous sommes en discussion avec des enseignes séduites par ces emplacements spacieux et à un prix de marché moins élevé que les rues Edouard-Herriot ou de la République », souligne Cédric Ducarrouge, directeur du pôle lyonnais commerces de Jones Lang LaSalle. Comme son confrère Vladimir da Silva Dias de chez Thomas Broquet, il intensifie, depuis le mois de septembre, sa chasse aux enseignes, prioritairement les locomotives tant attendues, « si possible non présentes à Lyon », avance-t-il.

Des locomotives qui devraient permettre, selon Vladimir da Silva Dias, de dessiner, d'ici fin décembre, « le squelette commercial du quartier ». D'ici là, 10 enseignes devraient avoir signé un bail ou contresigné un bon pour accord, selon Cédric Ducarrouge : « Aujourd'hui, 30 % des surfaces commerciales sont déjà occupées, 10 % de nouveaux baux sont en passe d'être finalisés et 32 % sont très avancés. Ne reste plus qu'à arbitrer les enseignes, nous sommes dans le moneytime », avance-t-il. Un scénario idéal, « qui laisse entrevoir une ouverture groupée pour créer le choc à la rentrée 2015. » En attendant, en coulisses, les commercialisateurs courtisent, essaient de convaincre les enseignes locomotives en leur proposant des loyers « très attractifs » et en n'hésitant pas à leur offrir quelques coups de pouce dans le financement de leurs travaux pour décrocher enfin les signatures, signe, peut-être, de la résurrection de tout un quartier. ■

Franck Bensaïd

## 10 M d'€

investis : c'est le montant du programme de rénovation initié par le propriétaire pour réadapter les surfaces, procéder à des regroupements de cellules, désamianter, remettre aux normes électriques d'accessibilité, etc.

## « Aucune ouverture d'une boutique Primark n'est prévue sur Lyon »

Malgré les bruissements qui annoncent l'arrivée imminente de la chaîne irlandaise Primark à Lyon, rien n'est encore signé. Selon la communication de la marque irlandaise : « Primark est en phase de développement en France et dans ce cadre, étudie toutes les possibilités d'implantations dans les villes françaises. À l'heure actuelle, aucune ouverture n'est prévue sur Lyon ou ses environs. »

## Le profil des enseignes pressenties sur Grôlée

Le slogan « up in Lyon », initié par Shaftsbury, affiché sur toutes les vitrines vides, qui se devait annoncer d'une place Vendôme à la lyonnaise dans l'îlot Grôlée, c'était avant. Aujourd'hui, plus personne ne se fait d'illusion sur la capacité du quartier Grôlée à attirer des boutiques de luxe, marque Zilli en tête. Cédric Ducarrouge, directeur du pôle lyonnais commerces de Jones Lang LaSalle, missionné avec Firce Capital<sup>(1)</sup>, évoque la complémentarité de l'îlot Grôlée avec la rue de la République « où la demande reste très forte malgré les prix des loyers ». Comme Vladimir da

Silva Dias, de chez Thomas Broquet conseils, il parle d'enseignes d'équipements de la personne, avec, au milieu, une importante cellule de restauration de 400 places, qui ne manque pas de candidats sérieux, parmi lesquels des opérateurs présents à l'international. Sans trop en dire et dévoiler les enseignes pressenties, Cédric Ducarrouge évoque, volontairement très évasif, aux deux extrémités de l'îlot Grôlée les locomotives de 2 000 m<sup>2</sup> et 1 600 m<sup>2</sup> : une enseigne de prêt à porter « qui ne serait pas déjà présente à Lyon<sup>(2)</sup> » sur une cellule proche de la place de la République et une enseigne de bricolage-dé-

coration, de sport généraliste côté quai Jules-Courmont. De quoi venir enfin gonfler les rangs des commerces de l'îlot (Sephora, Lepape sport, Naturalia, Bleu comme gris, le café-théâtre Odéon, etc.). « Des enseignes tout public », précise Cédric Ducarrouge. Des enseignes nationales et internationales, qui devront se fonder, selon Vladimir da Silva Dias, « dans un ensemble cohérent d'une galerie marchande en plein air. »

F. B.  
<sup>(1)</sup> Mandatée par Adia pour développer et gérer le projet commercial.  
<sup>(2)</sup> Le japonais Uniqlo est pressenti, mais n'a pas souhaité infirmer ou confirmer sa venue.

# draguer les enseignes



## Abu Dhabi, grand propriétaire lyonnais

L'un des principaux fonds souverain du monde, Adia (Abu Dhabi investment authority), qui détendrait plus de 800 milliards de dollars d'actifs sous gestion, a racheté, il y a un peu plus d'un an, les pieds d'immeubles de la rue Grôlée (15 000 m<sup>2</sup> de surface commerciale) pour environ 89 millions d'euros.

Un an auparavant, Adia s'était déjà illustré en devenant propriétaire, via le groupe britannique Grosvenor, propriétaire de la famille du Duc de Westminster, de plus d'une vingtaine d'immeubles situés rue de la République, rue des Archers, rue Confort et rue Neuve (88.000 m<sup>2</sup> de commerces, habitations, bureaux) pour 313,1 millions d'euros.

## Repères

À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, la municipalité de Lyon signe un contrat avec deux mandataires nommés Delamarre et Ferrand pour construire les immeubles du quartier Grôlée. La Ville s'engage alors à procéder aux expropriations nécessaires et à l'aménagement des voiries, mais le projet est complexe et les mandataires déclarent leur société en faillite, en 1907. Ce qui conduit la Ville à devenir propriétaire de cet ensemble immobilier.

En 2004, la Ville de Lyon cède la rue Grôlée à Cargill (la plus importante société non cotée des États-Unis, spécialisée dans la fourniture d'ingrédients alimentaires et dans le négoce de matiè-

res premières) pour un montant total de 87 millions d'euros. En 2006, Cargill revend les seuls rez-de-chaussée commerciaux de l'îlot Grôlée, 99 millions d'euros aux Docks Lyonnais, filiale d'UBS, la plus grande banque de gestion de fortune dans le monde. À l'époque, elle réalise une plus-value brute de 12 millions d'euros, et ce, sans compter les milliers de m<sup>2</sup> de logements vendus à des tiers à des prix qui oscillent entre 3 000 et 5 000 €/m<sup>2</sup>. Fin 2013, la société cotée les Docks Lyonnais, qui avait imaginé faire de l'îlot Grôlée une « avenue Montagne » de Lyon dédiée au luxe, cède à perte à Adia les RDC commerciaux de l'îlot Grôlée.

# Ne risque-t-on pas une sur-offre commerciale à Lyon ?

**Panorama.** Alors que la crise économique couve, que l'activité des commerçants lyonnais est en berne, l'offre commerciale lyonnaise n'a de cesse de gonfler le nombre de ses m<sup>2</sup>. Avec l'îlot Grôlée, l'Hôtel-Dieu, la Banque de France, etc. la sur-offre nous guette peut-être.

En coulisses, tout le monde est unanime, « attend » sa locomotive pour se fonder définitivement dans la Part Dieu<sup>(1)</sup>, Confluence « patiente »<sup>(2)</sup>, Carré de Soie « peine »<sup>(3)</sup> et la Presqu'île « résiste ». Une vision certes raccourcie, mais qui semble exprimer la situation actuelle d'un tissu commercial de l'agglomération lyonnaise appelé à s'étoffer dans un calendrier resserré avec le développement de l'îlot Grôlée, de l'Hôtel-Dieu<sup>(4)</sup>,

de la Banque de France<sup>(5)</sup>, voire l'extension des Gratte-Ciel<sup>(6)</sup>, des Galeries Lafayette de Bron<sup>(7)</sup>, ou les mouvements liés au stade des Lumières ou aux mutations de la Porte des Alpes liées au transfert d'Ikea et de Leroy-Merlin au Puisse (Vénissieux), qui porteraient sur 43 000 m<sup>2</sup> de surface commerciale. Rien que sur la Presqu'île, on peut légitimement s'interroger sur la capacité d'absorption de m<sup>2</sup> de commerces supplémentaires lorsque l'on sait que la

- F. B.
- <sup>(1)</sup> 130 000 m<sup>2</sup> de surface commerciale.
  - <sup>(2)</sup> 53 000 m<sup>2</sup> de surface de vente.
  - <sup>(3)</sup> 600 000 m<sup>2</sup> de surface commerciale.
  - <sup>(4)</sup> Le projet porté par Eiffage prévoit un hôtel, un centre de conférences, un musée pré-voit 9 000 m<sup>2</sup> de surface commerciale, dont 1 000 m<sup>2</sup> de surface alimentaire et des boutiques.
  - <sup>(5)</sup> Le projet porté par ANF prévoit une cellule de 2 000 m<sup>2</sup> et une cellule de 500 m<sup>2</sup>.
  - <sup>(6)</sup> Un projet de 22 000 m<sup>2</sup> de commerces et de services.
  - <sup>(7)</sup> Un projet d'extension de 11 000 m<sup>2</sup>, dont quatre moyennes surfaces, pour une ouverture prévue en 2018.

## 250

C'est en millions d'euros, selon nos confrères de Tribune d'assurances Predica, une filiale du groupe Crédit Agricole, consentirait à investir pour obtenir le bail à construire sur le projet de l'Hôtel-Dieu, qui prévoit un centre d'activités comprenant 45 boutiques haut de gamme, des bars et restaurants, des bureaux, des logements, et un hôtel de luxe de 143 chambres. La communication de Predica n'a souhaité faire « aucun commentaire » ; idem pour la communication du Groupe Eiffage.

