



**EXTRAIT DU REGISTRE DES DECISIONS**  
**DE LA COMMISSION PERMANENTE**

Commission permanente du **5 octobre 2020**

Décision n° **CP-2020-0136**

commission principale : développement économique, numérique, insertion et emploi

commission (s) consultée (s) pour avis :

commune (s) :

objet : Schéma d'urbanisme commercial (SDUC) - Soutien au management de centre-ville - Attribution de subventions aux associations Centre Neuville, My Presqu'île, Oullins centre-ville, Lyon 7 rive gauche et à la Société Villeurbanaise d'urbanisme (SVU) pour leurs programmes d'actions 2020

service : Direction générale déléguée au développement économique, à l'emploi et aux savoirs - Direction de l'innovation et de l'action économique

**Rapporteur** : Madame la Vice-Présidente Baume

**Président** : Monsieur Bruno Bernard

Date de convocation de la Commission permanente : Vendredi 18 septembre 2020

Secrétaire élu : Madame Lucie Vacher

Affiché le : Mardi 6 octobre 2020

Présents : M. Bernard, Mmes Baume, Vessiller, M. Payre, Mme Picard, M. Kohlhaas, Mme Geoffroy, M. Van Styvendael, Mme Vacher, M. Artigny, Mme Khelifi, M. Athanaze, Mme Moreira, M. Bagnon, Mme Groperrin, M. Camus, Mme Hemain, M. Longueval, Mme Boffet, M. Blanchard, Mme Petiot, M. Guelpa-Bonaro, Mme Dromain, MM. Ben Itah, Badouard, Mme Brunel Vieira, M. Marion, Mme Runel, M. Debû, Mme Fréty, M. Ray, Mme Benahmed, M. Benzeghiba, Mme Brossaud, M. Boumertit, Mme Collin, M. Cochet, Mme Sarselli, M. Gascon, Mme Fautra, MM. Vincendet, Charmot, Mme Croizier, M. Bréaud, Mmes Nachury, Crespy, M. Seguin, Mme Corsale, MM. Lassagne, Kimelfeld, Mme Picot, M. Da Passano, Mme Panassier, M. Grivel, Mme Asti-Lapperrière, M. Vincent, Mme Fournillon, MM. Pelaez, Geourjon, Mme Frier.

Absents excusés : Mmes Dehan (pouvoir à M. Badouard), Pouzergue (pouvoir à Mme Sarselli), M. Buffet (pouvoir à M. Gascon), Mme Sibeud (pouvoir à M. Pelaez).

Absents non excusés : MM. Bub, Kabalo.

**Commission permanente du 5 octobre 2020****Décision n° CP-2020-0136**

commission principale : développement économique, numérique, insertion et emploi

objet : **Schéma d'urbanisme commercial (SDUC) - Soutien au management de centre-ville - Attribution de subventions aux associations Centre Neuville, My Presqu'île, Oullins centre-ville, Lyon 7 rive gauche et à la Société Villeurbanaise d'urbanisme (SVU) pour leurs programmes d'actions 2020**

service : Direction générale déléguée au développement économique, à l'emploi et aux savoirs - Direction de l'innovation et de l'action économique

**La Commission permanente,**

Vu le projet de décision du 16 septembre 2020, par lequel monsieur le Président expose ce qui suit :

Le Conseil, par délibération n° 2020-0125 du 27 juillet 2020, a délégué une partie de ses attributions à la Commission permanente, à l'exception de celles visées aux articles L 3631-6, L 3312-1 à L 3312-3 et L 1612-12 à L 1612-15 et L 3633-2 du code général des collectivités territoriales.

**I - Objectifs et mise en œuvre du management de centre-ville sur l'agglomération lyonnaise**

Le SDUC constitue le volet "commerce" du schéma d'accueil des entreprises (SAE).

Document de référence, volontariste et établi en lien avec les chambres consulaires, le Département, l'État et le Syndicat mixte d'études et de programmation de l'agglomération lyonnaise (SEPAL), le SDUC fixe les grandes orientations de la politique d'urbanisme commercial sur le territoire de la Métropole de Lyon depuis 1994.

Le SDUC a, notamment, vocation à aider les collectivités dans la localisation et la programmation des projets liés au commerce et sert de support à l'élaboration du plan local d'urbanisme habitat (PLU-H). Il permet également aux partenaires de prioriser leurs actions tout en guidant les investissements privés (enseignes, groupes de distribution, promoteurs, investisseurs, etc.) en matière d'immobilier commercial.

L'appui au rayonnement commercial de l'agglomération ainsi que le renforcement des pôles de proximité comptent parmi les axes forts du SDUC actuel. Ainsi, une des orientations majeures consiste à veiller au maintien et au renforcement des pôles commerciaux de centre-ville, qui permettent, selon leur fonction, d'assurer une desserte de proximité pour les ménages ou de contribuer à l'attractivité globale de la Métropole. Pour assurer cet objectif, le management de centre-ville constitue un outil d'intervention essentiel à disposition des collectivités du territoire.

Les collectivités et les partenaires du SDUC se sont engagés, depuis 2004, dans la mise en œuvre de ce nouveau mode de gouvernance commerciale et urbaine. Plusieurs expérimentations ont été lancées sur l'agglomération : Neuville sur Saône (en 2004), Saint Priest (en 2005, dispositif abandonné en 2009), la Presqu'île de Lyon (en 2006), Oullins (en 2007), Villeurbanne Gratte-ciel et Lyon 7 Rive gauche (en 2011).

En 2019, considérant les enjeux vis-à-vis du commerce de proximité et l'intérêt reconnu du dispositif sur la dynamique commerciale des sites, la Métropole a renouvelé son soutien au management de centre-ville, qui s'est traduit par un montant total de 63 000 € sur l'ensemble des sites.

L'objet de la présente décision est de proposer l'attribution de subventions de fonctionnement en soutien des programmes d'actions pour l'année 2020 des 5 structures de management de centre-ville présentes sur l'agglomération lyonnaise : My Presqu'île, Centre Neuville, Oullins centre-ville, Lyon 7° rive gauche et la SVU.

## II - Compte-rendu des programmes d'actions 2019

Par délibération du Conseil n° 2019-3554 du 24 juin 2019, la Métropole a attribué, pour l'année 2019, des subventions pour un montant total de 63 000 € aux 5 structures porteuses du management de centre-ville, selon le détail suivant :

- 10 000 € au profit de l'association Oullins centre-ville,
- 10 000 € au profit de l'association Centre Neuville,
- 13 000 € au profit de l'association Lyon 7° rive gauche,
- 15 000 € au profit de la SVU pour destination Gratte-ciel,
- 15 000 € au profit de l'association Tendence Presqu'île.

Les programmes d'actions menés par les 5 structures ont répondu aux 5 objectifs suivants, déclinés ensuite de manière spécifique, territoire par territoire :

- structurer le partenariat, coordonner les acteurs et pérenniser la structure : organisation mensuelle de groupe technique de suivi, comité d'orientation, recrutement actif de nouveaux adhérents et partenaires, etc,
- mettre en place des outils d'observation : réalisation de comptages piétons à partir des données mobiles, enquêtes auprès des commerçants, enquêtes de satisfaction clientèle, mise en place-actualisation de logiciels de cartographie interactive, réalisation d'étude de positionnement de l'offre commerciale, etc.,
- améliorer le cadre de vie et le cadre d'achat : mise en place de plans de déplacement interentreprises (PDIE), travail sur les procédures de concertation et d'information et mise en place d'actions d'accompagnement durant des phases de travaux sur l'espace public (Cœur Presqu'île, métro à Oullins), mise en place de services de livraison modes doux, participation à la définition d'actions en matière de développement durable (Agenda 21 locaux, économies d'énergies, etc.),
- définir et mettre en place une stratégie de marketing territorial : développement de stratégie internet de valorisation des territoires (sites internet, réseaux sociaux, etc.), réalisation d'actions de communication (production et diffusion de plaquettes, guides et lettres d'information, actions médias presse, radios et affichage, etc.), etc.,
- contribuer au développement et à la diversification de l'offre commerciale : accueil des porteurs de projets, prospection de nouvelles enseignes, organisation de rencontres avec les enseignes, franchises et professionnels de l'immobilier commercial, participation à des salons et événements spécialisés (Lyon Visiocommerce en juin et Forum Franchise en octobre 2019).

## III - Bilan qualitatif et évaluation du dispositif

Les actions menées par les structures de management de centre-ville font apparaître le bilan suivant :

### 1° - Le maintien et la diversification de l'offre commerciale, contribuant à renforcer l'attractivité des centralités urbaines

- exemple de Lyon 7° rive gauche : en 2019, l'association a travaillé à l'élaboration ou à l'actualisation des plans de merchandising des 5 principales artères commerciales du 7<sup>ème</sup> arrondissement de Lyon : le cours Gambetta, l'avenue Jean Jaurès et les rues Chevreul, de Marseille et de la Thibaudière.
- exemple d'Oullins : 16 projets accompagnés ont abouti à une ouverture en 2019 : boucherie "Maison Pétrequin", café "Lika Gourmand", boutique de décoration, vêtements "Monsieur Basil" dédiée aux produits fabriqués en France, bar brasserie "le Malting Pot 2", boutique de vêtements et accessoires pour enfants et femmes "Les petites tricolores" ; "OL boutique" ; etc.

### 2° - Le soutien à la gestion urbaine du quotidien et un meilleur traitement des dysfonctionnements dans l'espace public

- exemple d'Oullins : plus de 100 sollicitations ont été enregistrées en 2019, émanant en majorité de commerçants en activité, mais aussi de clients et de porteurs de projet en recherche d'implantation. Les principales sollicitations des commerçants relevaient du stationnement, de la vente ou de la transmission des fonds de commerce, du besoin de visibilité à travers la communication et les réseaux sociaux, de la mise en conformité par rapport à l'accessibilité, de la sécurité dans les commerces et sur l'espace public, des projets urbains à venir, etc.

### **3° - Le renforcement de l'évènementiel et de la communication visant à améliorer la visibilité des commerces et le flux de clientèle**

- exemple de My Presqu'île : parallèlement à la reconduction d'évènements grand public (notamment la 4<sup>ème</sup> édition de l'évènement Retrouvailles réunissant plus de 3000 participants aux ateliers, 600 personnes aux visites guidées, et générant plus de 100 retombées presse), l'association a fortement augmenté sa visibilité sur les réseaux sociaux : hausse significative de l'audience Facebook (11 500 abonnés soit +39% depuis 2018), vecteur important de communication "bons plans" et "actualités du territoire", et poursuite du développement sur Instagram (2 500 abonnés, soit +39% depuis 2018), réseau social montant s'adressant à une cible plus jeune,

- exemple de destination Gratte-ciel : la structure organise chaque année 4 évènements, 2 animations et soutient les fêtes de fin d'année orchestrées par la Ville. En 2019, une animation supplémentaire a été testée à l'occasion de la Saint Patrick autour d'un spectacle participatif.

### **4° - Une plus forte mobilisation des partenaires privés dans la gestion unifiée de centre-ville**

- exemple de centre Neuville : en 2019, 3 rencontres avec les partenaires (Coatex, Thomas Broquet Conseil, les Bateaux Lyonnais, Cerise et Potiron, etc.) ont eu lieu afin d'entretenir le réseau, l'enrichir et échanger des informations liées à la conjoncture, au territoire, aux projets, etc. La participation financière des partenaires privés de centre Neuville a été augmentée de 30% en 2019,

- exemple de destination Gratte-ciel : 11 nouveaux commerçants et artisans ont rejoint la structure en 2019, portant leur nombre à 107 au total. 7 commerçants sont situés dans le patrimoine de la SVU (l'Empereur de la Mer, Tui Nouvelles Frontières, Mydy, Electro Market, Gérentes, Biocoop, Folks Café) et 4 autres entreprises se sont installées dans des locaux n'appartenant pas à la SVU (Brasserie du TNP, Bijouterie Croze, l'Eau Vive, Burger King).

### **5° - Une meilleure animation du réseau des acteurs commerciaux et économiques**

- exemple de My Presqu'île : en 2019, l'association a soutenu et accompagné les associations de commerçants de la Presqu'île dans leurs problématiques opérationnelles, leur réflexion de communication et/ou d'évènementiel. Un partenariat renforcé avec les associations de commerçants de la Presqu'île a été proposé, et sera effectif en 2020, permettant de renforcer le poids institutionnel du collectif des associations de commerçants en Presqu'île, d'augmenter la notoriété du pôle commercial Presqu'île et de ses différentes communautés, d'augmenter la visibilité des associations et de leurs membres et l'impact de leurs animations commerciales, et de développer des ressources respectives ou mutualiser des coûts.

### **6° - La mise en place d'actions digitales pour les commerçants et artisans**

- exemple de Lyon 7 rive gauche : la structure a signé en 2019 une convention de partenariat avec Commerçant + pour venir aider les commerçants de proximité qui cherchent à améliorer le fonctionnement digital de leur point de vente. Commerçant + est une plateforme expérimentale de services numériques ; les solutions proposées concernent par exemple la communication et la gestion du point de vente, le développement de la relation client. 160 diagnostics de performance individuelle de commerçants ont ainsi été réalisés.

## **IV - Programme d'actions pour 2020 et plan de financement prévisionnel**

Le confortement du commerce de proximité constitue un axe fort de l'action de la Métropole, décliné en tant qu'orientation stratégique majeure du SDUC 2017-2020. Il s'agit de maintenir, dynamiser, mailler, voire densifier les activités de proximité, armature commerciale de base et facteur essentiel d'animation urbaine. Pour assurer cet objectif, le management de centre-ville constitue un outil d'intervention essentiel à disposition des collectivités.

Les plans d'actions 2020 initialement proposés par les structures ont été ajustés en raison du contexte de crise sanitaire, qui a fortement impacté le tissu commerçant.

Par conséquent, des actions récurrentes réalisées les années précédentes ont été suspendues ou allégées, au profit d'interventions destinées à accompagner et soutenir les professionnels (information sur les aides disponibles, interface avec les bailleurs, mise à disposition d'outils pratiques) et à valoriser le tissu commercial local (communication, animations).

L'engagement de la Métropole vis-à-vis du management de centre-ville pourrait se traduire en 2020 par le versement de subventions d'un montant total de 63 000 € pour les 5 structures existantes.

Associations	Subvention 2019 (en €)	Proposition de subvention 2020 (en €)
Oullins centre-ville	10 000	10 000
Centre Neuville	10 000	10 000
Lyon 7° rive gauche	13 000	13 000
SVU - destination Gratte-Ciel	15 000	15 000
Tendance Presqu'île	15 000	15 000
<b>Total/Management de centre-ville</b>	<b>63 000</b>	<b>63 000</b>

#### 1° - Les pôles de proximité et/ou de bassin de vie

Ces 3 sites répondent à des enjeux de proximité vis-à-vis d'une clientèle locale et/ou de bassin de vie.

##### a) - Oullins centre-ville

Le plan d'actions de l'association pour l'année 2020 s'organise autour de 5 axes d'intervention :

- développement et accompagnement de l'offre commerciale : développement des outils d'observation et gestion de centre-ville (suivi des cellules et transactions, comptage de flux, mise à jour de l'observatoire, etc.), partenariat actif avec les acteurs de l'immobilier, les chambres consulaires, syndicats professionnels et collectivités, prospection commerciale (opération tapis Rouge, participation au Forum Franchise, Franchise Expo, etc.),

- développement économique et amélioration de l'environnement commercial : accompagnement et professionnalisation des acteurs économiques installés, accompagnement des porteurs de projet et reprise des fonds de commerce, en lien avec la Ville, participation à la stratégie de développement économique du centre-ville portée par la collectivité (travail avec le Syndicat mixte des transports pour le Rhône et l'agglomération lyonnaise (SYTRAL) dans le cadre des travaux de prolongement de la ligne B, participation au projet de développement du secteur de la Saulaie, etc.),

- gestion urbaine et facilitation : soutien à la gestion urbaine du quotidien (échanges réguliers avec les services municipaux, avis sur les déclarations d'intention d'aliéner (DIA), facilitation et coordination entre les services publics et les commerçants,

- marketing territorial et communication : développement de la marque Oullins of Courses (édition d'un magazine semestriel des commerçants, carte privilège pour les entreprises, etc.), animation des outils de communication et de promotion du centre-ville (page Facebook, Instagram, site internet, fil twitter, etc.), développement de nouveaux partenariats,

- animation commerciale (gérée par le collège des commerçants et artisans).

Au regard de ce programme et des enjeux de pérennisation de l'association, il est proposé que la Métropole renouvelle son soutien à Oullins centre-ville à hauteur de 10 000 € en 2020 (montant identique à 2019).

Le budget prévisionnel d'Oullins centre-ville pour l'année 2020, d'un montant de 61 370 €, est présenté ci-dessous :

Dépenses	Montant (en €)	Recettes	Montant (en €)
achats	3 880	ressources publiques	45 000
services extérieurs	7 630	Ville d'Oullins	32 900
autres services extérieurs	5 700	Métropole	10 000
impôts et taxes	660	Chambre de commerce et d'industrie de Lyon Métropole Saint-Etienne Roanne (CCIL)	1 500
charges de personnel	43 500	Chambre de métiers et de l'artisanat de région (CMAR)	600

Dépenses	Montant (en €)	Recettes	Montant (en €)
Dotations		ressources privées	13 700
		autres produits	2 670
<b>Total</b>	<b>61 370</b>		<b>61 370</b>

**b) - Centre Neuville**

Le plan d'actions 2020 de l'association est structuré autour de 4 orientations et 18 actions :

- développer l'offre du centre-ville : réalisation d'un diagnostic de la situation liée à la crise du Covid-19 auprès des commerçants, évolution de la carte de fidélité « Mes courses à Neuville J'adore », travail de communication auprès de la zone de chalandise pour mettre en avant le commerce neuvillois, suivi des implantations commerciales dans le Val de Saône, création d'un guide pratique pour les commerçants, observatoire (enquête de flux piétons), accompagnement de l'association Neuville commerces, etc.,
- renforcer les actions en faveur du tourisme : poursuite de l'accueil touristique au sein du Pavillon du Parc, participation au projet de mise en œuvre d'un itinéraire fluvial autour de la Saône, guide touristique en lien avec l'office de tourisme de Trévoux,
- améliorer le cadre de vie : réflexion autour d'un nouvel évènement éphémère sur la commune, appui conseil auprès de la commune sur les projets d'aménagement de l'espace public (utilisation des terrasses, travail sur la signalétique, illuminations, marché forain, etc.),
- animer et développer les partenaires pour trouver de nouvelles ressources financières : pérenniser et renforcer les liens avec les partenaires actuels (Coatex, les Bateaux Lyonnais...) et développer d'autres partenariats, développer des outils de communication communs avec les autres structures de management de la Métropole, rencontrer les principaux propriétaires de locaux commerciaux afin d'échanger sur la stratégie et les enjeux du territoire.

Dans ce cadre, il est proposé que la Métropole poursuive son soutien à l'association CentreNeuville par le versement d'une subvention de 10 000 € en 2020 (montant identique à 2019).

Le budget prévisionnel de centre Neuville pour l'année 2020, d'un montant de 127 630 €, est présenté ci-dessous :

Dépenses	Montant (en €)	Recettes	Montant (en €)
achats	8 980	ressources publiques	107 100
services extérieurs	6 980	<i>Commune de Neuville</i>	95 000
autres services extérieurs	11 800	<i>Métropole</i>	10 000
impôts et taxes	1 200	<i>CCIL</i>	1 500
charges de personnel	98 000	<i>CMAR</i>	600
dotations	670	ressources privées	19 800
		autres produits cotisations	700
		produits financiers	30
<b>Total</b>	<b>127 630</b>		<b>127 630</b>

**c) - Lyon 7° rive gauche**

L'association propose pour 2020 un plan d'actions structuré autour de 3 ambitions :

- recherche de partenariats et mise en place d'actions de reporting : partenariat et mutualisation de missions avec les autres sites de management, gestion d'outils de suivi (activités, porteurs de projet, problématiques au quotidien, etc.), points hebdomadaires d'informations sur l'actualité du territoire, etc.,
- renforcer le commerce du 7<sup>ème</sup> arrondissement de Lyon par des actions en lien avec l'immobilier commercial : recensement de l'offre, observation des flux, suivi de la vacance commerciale, actualisation de plan de merchandising sectoriels, communication, accueil des porteurs de projets, présence sur les salons, prospection d'enseignes, etc.,

- faire du commerce et de l'artisanat des leviers de l'animation du territoire : accompagnement des commerçants et artisans et des associations commerçantes au quotidien (professionnalisation, digitalisation, information), développement d'actions événementielles, valoriser le territoire à travers les acteurs de la restauration, déploiement de la stratégie digitale de valorisation du 7<sup>ème</sup> arrondissement, sensibilisation des commerçants aux événements commerciaux métropolitains (Lyon Shop Design, Trophées du Commerce etc.).

Aussi, il est proposé que la Métropole accompagne la structure par le versement d'une subvention de 13 000 € en 2020 (montant identique à 2019).

Le budget prévisionnel de Lyon 7° rive gauche pour l'année 2020, d'un montant de 178 450 €, est présenté ci-dessous :

Dépenses	Montant (en €)	Recettes	Montant (en €)
fonctionnement	87 300	ressources publiques	65 100
frais généraux	8 650	Ville de Lyon	30 000
communication	53 000	Ville de Lyon - Plan Guillotière	20 000
guide du commerce	14 000	Métropole	13 000
évènementiels / communication	10 000	CCIL	1 500
salons professionnels	2 500	CMAR	600
plan de redynamisation Guillotière	25 000	ressources privées	113 105
divers	1 500	guide du commerce	15 220
plan de déplacement Inter-Entreprises (PDIE)	29 500	partenariats, cotisations évènementiels	67 885
		PDIE	30 000
		intérêts bancaires	245
<b>Total</b>	<b>178 450</b>		<b>178 450</b>

## 2° - Les pôles d'envergure métropolitaine : Villeurbanne Gratte-ciel et Presqu'île

Ces 2 sites cumulent des enjeux d'échelle variable : enjeux de proximité vis-à-vis des habitants et des actifs, enjeux métropolitains vis-à-vis de la clientèle de l'aire urbaine, enjeux régionaux vis-à-vis d'une clientèle touristique nationale et internationale.

### a) - SVU

Le plan d'actions 2020 de l'association est articulé autour de 4 axes :

- représentation : ce volet recouvre les actions visant à augmenter le nombre d'adhérents, de partenaires privés et valoriser les adhérents lors des animations. Elles concernent aussi bien la création de partenariats, le recrutement des adhérents, la mise en place d'actions spécifiques pour les adhérents (tels que les petits-déjeuners commerçants) ainsi que le rapprochement avec les autres structures de management pour offrir une vision globale métropolitaine à des potentiels partenaires,

- performance : ce volet regroupe les actions visant à améliorer la qualité de l'offre commerciale et de l'espace marchand des Gratte-Ciel. Pour ce faire, la structure continuera à exploiter le dispositif de comptage et de mesure de flux piétons dans l'espace public mis en place en 2016. De plus, elle poursuivra sa participation dans la mise en œuvre du projet urbain "Gratte-Ciel nord" pour garantir sa bonne complémentarité avec le centre-ville existant et assurer un merchandising cohérent et attractif,

- marketing : chargé de redonner aux Gratte-ciel une notoriété dans le paysage commercial, le management de centre-ville mène depuis son lancement une stratégie de marketing territorial. Pour ce faire, en 2020, la structure mobilisera différents outils : animation des réseaux sociaux, utilisation du fichier client, stratégie de promotion des chèques cadeaux, communication sur site lors des événements, diffusion du Mag' des Gratte-Ciel, etc.,

- évènementiel : les évènements lancés par destination Gratte-Ciel ont permis de générer une nouvelle fréquentation et un chiffre d'affaires supplémentaire. Aussi, la structure reconduira cette année les 4 évènements existants (Festival bien dans mes baskets, Pucés du canal "hors les murs", braderie et festival sur place ou à emporter), proposera des animations lors des évènements commerciaux traditionnels (Pâques, Saint Patrick, Saint Valentin, etc.) et aura une implication plus forte pour les fêtes de fin d'année.

Aussi, il est proposé que la Métropole soutienne la SVU à hauteur de 15 000 € en 2020 (montant identique à 2019) pour la mise en œuvre du plan d'actions de destination Gratte-Ciel.

Le budget prévisionnel de destination Gratte-Ciel pour l'année 2020, d'un montant de 229 300 €, est présenté ci-dessous :

Dépenses	Montant (en €)	Recettes	Montant (en €)
frais fixes (salaire, fonctionnement, etc.)	66 750	ressources publiques	82 500
matériel : investissements	1 831	<i>Ville de Villeurbanne</i>	15 000
déplacements / cérémonie	1 151	<i>Métropole</i>	15 000
communication	19 050	<i>CCIL</i>	1 500
chèques cadeaux	11 982	<i>CMAR</i>	1 000
tourisme	2 000	<i>Dotation exceptionnelle Ville</i>	20 000
		<i>SVU</i>	30 000
événements	97 136	fonds privé	87 000
		subvention partenariat privé	24 800
dotations	29 400	subvention union commerciale	4 000
		recettes événements	31 000
<b>Total</b>	<b>229 300</b>		<b>229 300</b>

#### **b) - Tendance Presqu'île (My Presqu'île)**

L'association développera des actions de management de centre-ville dans la continuité de ses missions historiques, avec néanmoins des ajustements et compléments liés au contexte de crise sanitaire qui a conduit à ajourner certaines actions récurrentes, d'une part, et à introduire des interventions d'urgence et d'accompagnement accru des professionnels, d'autre part :

- bénéficier d'un réseau dynamique : en 2020, My Presqu'île proposera différents formats et moments de rencontres avec les professionnels. Sont programmés une soirée Business in Presqu'île, 5 ateliers de formations sur la digitalisation, 2 speed-dating Commerce - Hôtels, 2 "machôns". En outre, un partenariat renforcé entre My Presqu'île et 8 associations de commerçants sera signé,

- accéder à l'information qualifiée sur le territoire : en 2020, poursuite des outils de communication avec les professionnels (newsletter / blog hebdomadaires à destination de 2 500 cibles), de suivi des activités (baromètre des activités), d'échanges directs avec les commerçants (renforcement du groupe WhatsApp commerçants, porté à 150 membres). Dans un contexte de crise sanitaire, ces outils permettent de relayer aux professionnels les informations nationales et locales sur les aides économiques mobilisables et sur mesures sanitaires,

- valoriser le commerce, les entreprises et le territoire : communication digitale renforcée durant la crise sanitaire (portraits de commerçants, carnets thématiques, valorisation des nouveaux services à la clientèle (click & collect, drive, vente à emporter, etc.), et lancement d'un nouveau média numérique en substitution du site Internet. Par ailleurs, My Presqu'île finalisera également la vidéo promotionnelle du territoire, financée dans le cadre du Plan de relance "Gilets Jaunes" de 2019 mais reportée en 2020 en raison des travaux effectués en Presqu'île (une de la République, une Victor Hugo) jusqu'à fin 2019,

- impliquer les acteurs économiques dans les grands évènements lyonnais : comme les années précédentes, My Presqu'île développera des partenariats de résonance et des animations complémentaires (Tour de France, Festival Lumière, Fête des Lumières, etc.),

- faire la promotion de la Presqu'île par l'évènementiel sur mesure : la structure fera évoluer en 2020 son programme évènementiel, structurant celui-ci autour des 4 saisons de l'année sous le forme de mini-festivals d'une semaine, dans l'esprit de l'évènement retrouvailles My Presqu'île qui existait jusqu'en 2019. En parallèle, les animations seront renforcées, diversifiées et homogénéisées (grâce au partenariat avec les associations de commerçants) pendant la période de Noël,

- structuration du territoire et interface avec les politiques publiques : en 2020, My Presqu'île continuera d'intervenir, à une intensité moindre, en coordination sur les chantiers urbains (secteurs Victor Hugo, Terrasses de la Saône, Opéra). Elle poursuivra également son accueil des porteurs de projets, et se mobilisera afin de nourrir les réflexions et accompagner les politiques des acteurs publics (mobilité, logistique urbaine, piétonisation, accessibilité personne à mobilité réduite (PMR), etc.)

Au regard de ce plan d'actions, il est proposé que la Métropole renouvelle son soutien à My Presqu'île à hauteur de 15 000 € pour l'année 2020 (montant identique à 2019).

Le budget prévisionnel de Tendance Presqu'île pour l'année 2020, d'un montant de 269 500 €, est présenté ci-dessous :

Dépenses	Montant (en €)	Recettes	Montant (en €)
fonctionnement	180 000	ressources publiques	67 100
<i>charges de personnel</i>	<i>160 000</i>	<i>Ville de Lyon</i>	<i>30 000</i>
<i>frais de fonctionnement</i>	<i>20 000</i>	<i>subvention illuminations</i>	<i>20 000</i>
		<i>Métropole</i>	<i>15 000</i>
programme d'actions	89 500	CCIL	1 500
<i>animation de réseau</i>	<i>5 000</i>	CMAR	600
<i>plan illuminations</i>	<i>49 500</i>		
<i>nouveau projet digital</i>	<i>20 000</i>	ressources privées	202 400
<i>vidéo promotionnelle</i>	<i>15 000</i>	<i>cotisations adhérents</i>	<i>152 400</i>
		<i>sponsoring</i>	<i>30 000</i>
		<i>report plan gilets jaunes</i>	<i>20 000</i>
<b>Total</b>	<b>269 500</b>		<b>269 500</b>

Chaque programme d'actions est détaillé en annexe des projets de conventions de subvention annuelle passée entre la Métropole et chacune des structures de management de centre-ville ;

Vu ledit dossier ;

Où l'avis de sa commission développement économique, numérique, insertion et emploi ;

## DECIDE

### 1° - Approuve :

a) - l'attribution de subventions de fonctionnement d'un montant total de 63 000 € au profit des bénéficiaires suivants, pour leurs programmes d'actions 2020 dans le cadre de la politique de management de centre-ville :

- 15 000 € au profit de l'association Tendance Presqu'île (My Presqu'île),
- 15 000 € au profit de la SVU,
- 10 000 € au profit de l'association Oullins centre-ville,

- 10 000 € au profit de l'association centre Neuville,
- 13 000 € au profit de l'association Lyon 7° rive gauche ;

b) - les conventions à passer entre la Métropole et chacun des bénéficiaires précités définissant, notamment, les conditions d'utilisation de ces subventions.

**2° - Autorise** monsieur le Président à signer lesdites conventions.

**3° - La dépense** de fonctionnement en résultant, soit 63 000 €, sera imputée sur les crédits inscrits au budget principal - exercice 2020 - chapitre 65 - opération n° 0P01O0868.

Et ont signé les membres présents,  
pour extrait conforme.

**Reçu au contrôle de légalité le : 6 octobre 2020.**