

LYON
SHOP &
DESIGN

une démarche
CCI de Lyon

LYON SHOP & DESIGN : 10 ANS D'OBSERVATOIRE

SOMMAIRE

A) LE CONTEXTE

- 1) RÉENCHANTER LE COMMERCE
- 2) DU DESIGN
POUR TOUS ET TOUS LES JOURS
- 3) LE DESIGN
AU SERVICE DE LA FONCTION
- 4) PLUS ATTRACTIF, PLUS VENDEUR !
- 5) VIVE LA DIFFÉRENCE !

B) LYON SHOP & DESIGN : LES POINTS CLÉS

- 1) ATTENTES ET APPORTS
D'UN PROFESSIONNEL DE
L'ARCHITECTURE ET DU DESIGN ?
- 2) LES ENJEUX
- 3) QUEL IMPACT ?
- 4) INTERVIEW CROISÉE

C) LYON SHOP & DESIGN : 10 DONNÉES CLÉS POUR 10 ANS D'ACTIVITÉ

LYON SHOP & DESIGN : QUAND LE COMMERCE ET L'ARCHITECTURE SE RENCONTRENT.

Quel impact le travail d'un professionnel de l'architecture et du design a-t-il sur un commerce ? Comment un spécialiste de l'aménagement commercial peut-il traduire les besoins d'un commerçant, et l'aider à développer son chiffre d'affaires et sa clientèle ? À travers sa démarche Lyon Shop & Design, la CCI de Lyon démontre depuis 10 ans l'importance de cette collaboration. Ou comment dans la cité lyonnaise, le design fait évoluer le commerce...

A) LE CONTEXTE

1) RÉENCHANTER LE COMMERCE

La montée en puissance de la vente sur Internet a rebattu les cartes du commerce. En 2013, les Français ont dépensé **51,1 milliards d'euros en ligne** (+17,5% de transactions par rapport à 2012)*. C'est encore peu face à un commerce de détail qui pesait **496 milliards d'euros** (source INSEE pour l'année 2012), mais dont l'évolution reste orientée à la baisse. Si le secteur subit les effets de la crise, la concurrence de la vente en ligne est indéniable, surtout pour les commerces non alimentaires spécialisés (produits culturels et de loisirs, habillement par exemple).

Pour continuer à attirer, le commerce traditionnel doit se repenser. Exit l'image des linéaires et du commerçant attendant le client. Place aux expériences offertes aux consommateurs. Même dans les secteurs les moins attendus, à l'image du Moulin de Léa, une boulangerie lyonnaise pas comme les autres.

« Je ne voulais pas d'une boulangerie classique, explique Hervé Connay-Stofft, le dirigeant, candidat du concours Lyon Shop & Design 2013. Je souhaitais créer une « boutique de pain » pour que les clients soient en contact direct avec nos produits. Ainsi est née l'idée de placer les pains sur un côté de la boutique, et non plus derrière des meubles classiques. L'architecte et le designer ont su traduire l'envie, et cela crée beaucoup de convivialité. Les serveuses déambulent dans la boutique, expliquent qui sont nos fournisseurs, discutent avec les clients. Ceux-ci peuvent goûter nos spécialités, ils ont vue sur le laboratoire et les fours, que les concepteurs ont ouverts à la vue du public. »

Pour réenchanter le lieu de vente, il est donc indispensable de proposer un concept fort, ou de renouveler régulièrement l'existant. En 2006, **46%** des commerçants participant à Lyon Shop & Design n'avaient pas renouvelé leur concept depuis plus de 10 ans. Mais plus aucun d'entre eux n'était dans cette situation en 2013. Pour **78%**, le concept avait entre 5 et 10 ans lors de la rénovation. C'est dire si la collaboration commerçant/professionnel de l'architecture et du design fait sens : le premier connaît son offre et ce que souhaite sa clientèle, quand le second sait comment le traduire dans le point de vente.

46%

des commerçants n'avaient pas renouvelé leur concept depuis plus de 10 ans en 2006.

En 2013, pour 78%

le concept avait entre 5 et 10 ans lors de la rénovation



Le Moulin de Léa
Glaces Artisanales

Le Moulin de Léa

Loin d'opposer commerce en ligne et physique, les professionnels savent également allier les deux, en proposant des solutions pour intégrer le virtuel dans le magasin : bornes interactives, vidéos... Le développement du « web to store » permet également au commerçant de faire vivre sa boutique en incitant les internautes à se déplacer pour vivre une expérience réelle, rencontrer des créateurs, des auteurs, participer à des ateliers... Ce qui impose aussi au concepteur d'espace de l'intégrer dans son projet d'aménagement.

* Source Fevad

Sauf mention contraire, les chiffres portent sur les résultats collectés auprès des candidats Lyon Shop & Design, obtenus à partir des chiffres cumulés de 2004 à 2013.



Halles 9

86%

des commerçants font appel à un architecte ou un designer pour créer une image forte et spécifique

56%

voient dans cette collaboration un apport de créativité, d'originalité et d'innovation

73%

des commerçants pensent que le soutien d'un professionnel de l'architecture est synonyme de cohérence du projet

2) DU DESIGN POUR TOUS ET TOUS LES JOURS

Le design est au cœur de notre vie et intéresse de plus en plus le grand public. Auparavant méconnus, designers, architectes et architectes d'intérieur passent sur le devant de la scène et occupent un rôle nouveau. Sans en faire des vedettes, on reconnaît aujourd'hui leur importance, et on recherche leur signature. La France n'est d'ailleurs pas en retard sur la question, et fait même figure de tête de pont, aux côtés de l'Italie et de l'Allemagne par exemple. Nos écoles sont internationalement reconnues, les maisons d'édition se multiplient et nos talents s'exportent.

Le design est partout: dans le mobilier, les accessoires, l'industrie, le textile, le son... Et dans les commerces bien sûr! En architecture commerciale ou en design d'espace, les commerçants font appel à des professionnels pour, tels des compositeurs, mettre en musique les idées et besoins. Car la mise en espace demande un regard, des connaissances et compétences à la fois esthétiques et techniques. Pour **86%** des commerçants participant à Lyon Shop & Design en 2013, la principale motivation pour recourir aux services d'un architecte ou d'un designer est d'ailleurs le souhait que celui-ci crée une image forte et spécifique. **56%** voient dans cette collaboration un apport de créativité, d'originalité et d'innovation. Mieux, à **73%**, le soutien d'un professionnel est synonyme de cohérence du projet.



← Boucherie Eric Rantet

Lucien & La Cocotte Cie →

3) LE DESIGN AU SERVICE DE LA FONCTION

« Le design fait appel à bien des notions. On ne peut le réduire ou le confondre avec la décoration ou l'agencement », estime Caroline Pireau, architecte d'intérieur, société ABES, finaliste 2013 de Lyon Shop & Design. De fait, l'un des fondements du design est la prise en compte des besoins de l'utilisateur, et la réponse qu'il peut apporter, d'un point de vue formel et fonctionnel. C'est donc aussi la question de l'ergonomie qui se pose, et les commerces sont pleinement concernés. Car il faut arriver à concilier à la fois les besoins du commerçant et de son équipe, mais aussi faciliter la circulation des clients.

« Non seulement l'architecte et le designer ont su traduire notre concept et notre vision, mais notre boulangerie est très agréable à travailler au quotidien. Nous avons de l'espace pour circuler côté boutique, et le laboratoire n'a pas été oublié : il offre lui aussi un lieu de travail appréciable », note Hervé Connay-Stofft, de la boulangerie Le Moulin de Léa.

C'est là tout l'intérêt d'un professionnel de l'architecture, qui sait décrypter ces éléments, et créer un environnement harmonieux, tout en tenant compte de contraintes réglementaires, comme l'accessibilité par exemple. Les commerces sont de plus en plus au fait et demandeurs de solutions ergonomiques. Ainsi, s'ils n'étaient que **23%** à rechercher l'optimisation du fonctionnement et de l'organisation de leur point de vente en 2006, **69%** des commerçants lyonnais font aujourd'hui cette demande à leur concepteur.

en
2006

23%

des
commerçants
participant
au concours
étaient à la
recherche d'une
optimisation du
fonctionnement
et de
l'organisation
de leur point de
vente

et aujourd'hui

69%

des commerçants
lyonnais font cette
demande à leur
concepteur

75%

des commerçants
ont vu leur
chiffre d'affaires
augmenter grâce
à la collaboration
avec un architecte/
designer

4) PLUS ATTRACTIF, PLUS VENDEUR !

L'attractivité d'une ville se mesure notamment à son offre commerciale. Plus celle-ci est dynamique et variée, plus la ville donne envie. Envie aux consommateurs locaux, de profiter d'une vie de quartier, mais aussi aux touristes de séjourner. Le commerce de centre-ville est au cœur de cette problématique. Après avoir été délaissé au profit de la périphérie, un retour en force s'est amorcé ces dernières années, porté par des initiatives diverses : programmes de développement, associations de commerçants, managers de centre-ville... On assiste même à l'implantation de centres commerciaux urbains, qui redynamisent le tissu commercial.

L'appui d'un professionnel de l'architecture s'avère précieux pour donner une nouvelle impulsion aux commerces et leur permettre d'accroître leur attractivité, et donc leur chiffre d'affaires. À Lyon, la collaboration entre commerçants et architectes/designers a permis à **75%** des commerçants d'augmenter leur chiffre d'affaires ! Excellent résultat au vu de la conjoncture plutôt morose ces dernières années.

Mieux, l'augmentation du chiffre d'affaires qui découle de ce travail de collaboration est importante : elle est de plus de **20%** pour **42%** des commerces interrogés en année 1, **de 10 à 20%** en années 2 et 3 (pour respectivement 38% et 44% des commerçants interrogés).

Ils peuvent trouver en leur architecte/designer un appui précieux. Celui-ci peut en effet intervenir très en amont, en guidant le commerçant dans ses choix d'emplacement. Parce qu'il est le mieux placé pour appréhender le potentiel d'un local par rapport au projet du commerçant, il saura également chiffrer les travaux...



← Fuxia

Le Petit Creux →

« Un commerçant qui engage des travaux de rénovation ou de création fait face à une perte d'exploitation pendant cette période, explique Jérémy Rochet, architecte du cabinet J. Rochet, participant 2013 à Lyon Shop & Design. En l'accompagnant en amont, en le conseillant et en validant son choix avec lui, nous lui permettons de limiter ces effets ».



La Chair de l'Orchidée

17%
des créations ou
rénovations ont
coûté moins de
50 000 €

5) VIVE LA DIFFÉRENCE !

Dans un secteur aussi concurrentiel que le commerce, pas facile de trouver sa place et l'offre qui fera la différence. Tandis qu'on juge souvent l'offre des chaînes uniformisée et standardisée d'un point de vente à l'autre, on attribue au commerçant indépendant cette capacité à dénicher les créateurs, les petites marques peu diffusées. Si chacun se partage les territoires, dans les deux situations, l'offre n'est pas le seul vecteur de différenciation. L'autre clé est le design. Là, c'est souvent la limite financière qui fait la différence et qui peut brider la créativité.

« Il est difficile pour un commerçant indépendant de prendre un risque financier en optant pour un concept fort ou décalé. Car il n'a pas la force d'une enseigne nationale ou internationale. Alors seul, il préfère souvent s'en remettre à un concept plus classique. Notre force est de créer un univers unique, qui fera la différence, sans forcément engager de lourds investissements. Cela, beaucoup de jeunes commerçants le comprennent et osent franchir le pas », indique
Jérémy Rochet, architecte du cabinet J. Rochet.

Proposer des espaces variés, sans dénaturer le concept de base, profiter de l'atout architectural d'un lieu pour le valoriser, et réussir à créer un espace hors du commun, c'est cela, la « magie » du professionnel de l'architecture. « 16 autres opticiens sont installés dans la rue où nous sommes implantés. Pour trouver notre place, il fallait à la fois une offre très marquée et un concept fort, différenciant. C'est ce que nous a apporté le travail avec notre architecte d'intérieur », raconte Adrien Janin, opticien de la boutique Visionnaires, finaliste 2013 de Lyon Shop & Design.

← Modulis Vendôme

Le 1838 →





← Boulangerie Dias
Fripes Ketchup →



Louis M

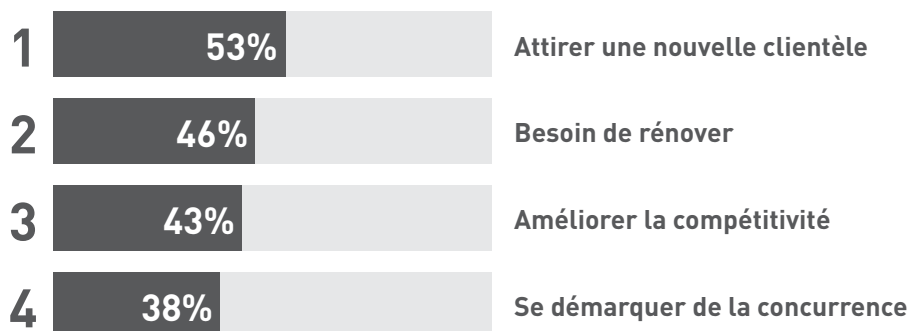
© Eva Hilaire - Le Studio des 2 Prairies

B) LYON SHOP & DESIGN : LES POINTS CLÉS

Démarche inspirée de celle de Montréal, Lyon Shop & Design met en relation commerçants et professionnels de l'architecture et du design. Tous les deux ans, le concours fait connaître des commerces innovants par leur concept, leur aménagement, et met en exergue le talent des architectes et designers qui les ont réalisés. Retour sur les enseignements majeurs depuis 2004.

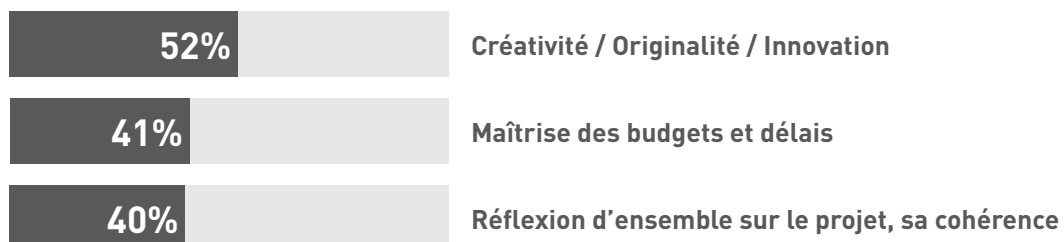
1) ATTENTES ET APPORTS D'UN PROFESSIONNEL DE L'ARCHITECTURE ET DU DESIGN ?

LE TOP 4 DES MOTIVATIONS POUR RÉNOVER



POURQUOI

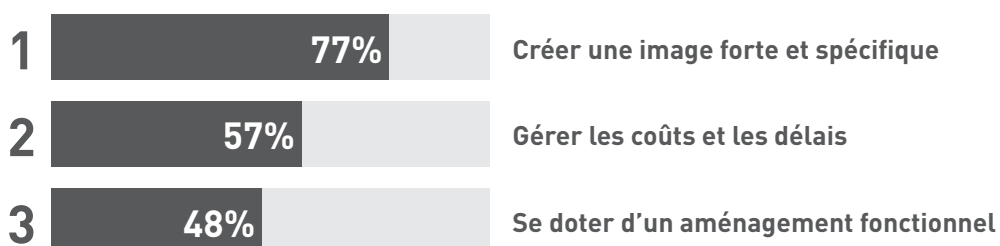
UN PROFESSIONNEL DE L'ARCHITECTURE ET DU DESIGN ?



2) LES ENJEUX

LE TOP 3 DES ENJEUX

POUR TRAVAILLER AVEC UN PROFESSIONNEL DE L'ARCHITECTURE ET DU DESIGN



ALLER VITE

62% des commerçants ont passé moins de 6 mois pour préparer le projet (résultats de l'année 2013)

pour 79% d'entre eux, les travaux ont duré moins de 4 mois (résultats de l'année 2013)

DES DÉLAIS & BUDGETS RESPECTÉS

date de livraison tenue à **70 %**

budget initial respecté à **71%**

... et s'il est dépassé, de seulement **10 à 20%** pour 38% des commerçants

3) QUEL IMPACT ?

SUR LE
PANIER MOYEN

54%

des commerçants ont vu leur panier moyen augmenter dès l'année 1

SUR LE
CHIFFRE D'AFFAIRES

année 1
75%

année 2
72%

année 3
60%

des commerçants ont vu une augmentation de leur chiffre d'affaires

Cette augmentation est de...

plus de 20%

pour 42%
des commerçants
en année 1

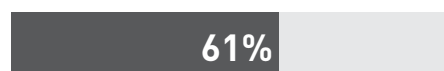
10 à 20%

pour 38%
des commerçants
en année 2

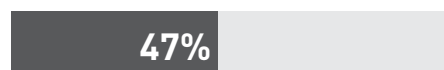
10 à 20%

pour 44%
des commerçants
en année 3

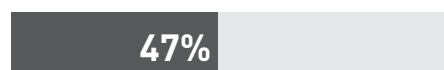
MAIS
AUSSI...



sur le profil de clientèle



sur le nombre de clients



sur la communication

Sauf mention contraire, les chiffres portent sur les résultats collectés auprès des candidats Lyon Shop & Design, obtenus à partir des chiffres cumulés de 2004 à 2013.



← Romain B
Le Gourguillon →

© Véronique Vedrenne



Nicolas Fafiotte

©Antonin B

4) INTERVIEW CROISÉE

L'architecte d'intérieur Caroline Pireau (société ABES) a fait naître le concept d'Adrien Janin, opticien, et d'Hugo Martin, créateur des marques Parasite et Noego. Ils font partie des finalistes 2013 du concours Lyon Shop & Design.

L'IDÉE ?

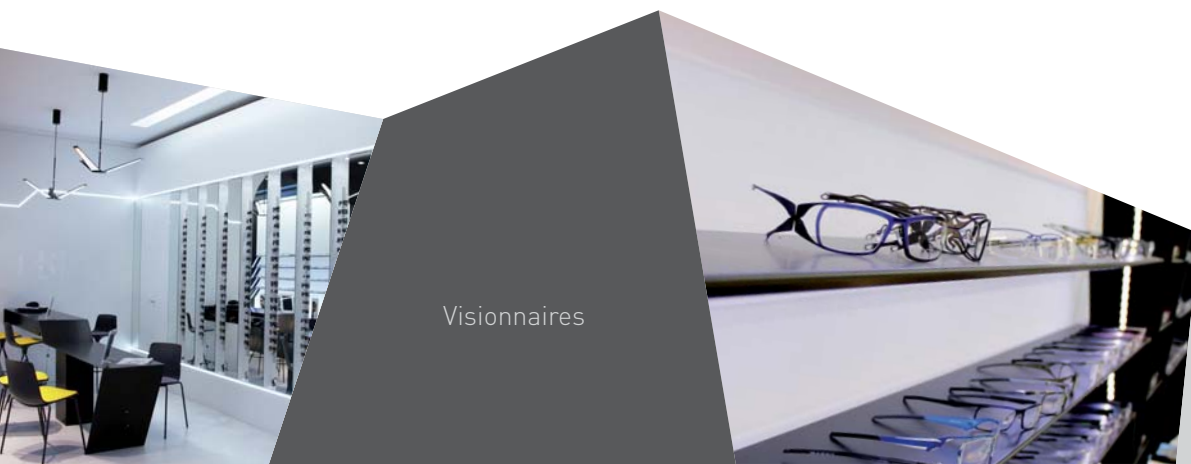
Adrien Janin : « Hugo Martin souhaitait ouvrir un show-room pour ses marques Parasite et Noego, et nous voulions présenter une sélection de marques de designers français ou européens, avec une démarche proche de l'artisanat. Nous avons trouvé cette boutique d'optique qui n'avait pas été refaite depuis 1981. De plus, rien que sur le cours Franklin Roosevelt, 16 autres opticiens sont présents. Il nous fallait donc un concept fort pour nous démarquer ».

Caroline Pireau : « Le projet était intéressant. Il s'agissait d'accompagner à la fois un créateur avec de bons produits, et un opticien ayant une idée précise de son métier. »

LE PROJET ET LA COLLABORATION ?

CP : « Le magasin devait refléter le positionnement des produits au design particulier pour une clientèle en quête d'autre chose qu'une offre classique. Nous avons conçu un point de vente à cette image : futuriste, en noir et blanc avec des miroirs, un peu confidentiel ».

AJ : « L'architecte a fait passer le lieu, du bidonville à l'hôtel de luxe ! Il a fallu tout casser et tout créer sur-mesure, et la surface a été doublée ! Nous avons dû, tout de même, revenir sur des idées de départ, comme le fait de ne pas mettre de produits en vitrine, le concept est bon, il traduit bien notre état d'esprit et les consommateurs comprennent qu'on ne trouve pas une offre traditionnelle ici ».



Visionnaires

LE CONCOURS LYON SHOP & DESIGN ?

CP: « Le concours permet de mettre en avant de belles réalisations. Il valorise aussi le travail des professionnels de l'architecture et du design, ce que personnellement je n'ai pas pour habitude de faire ».

AJ: « J'ai été très surpris de l'impact du concours, et notamment de la signalétique mise en place. Elle a vraiment fait augmenter la fréquentation du magasin pendant l'opération. Même si nous n'avons pas gagné, cela nous a offert une belle visibilité ».



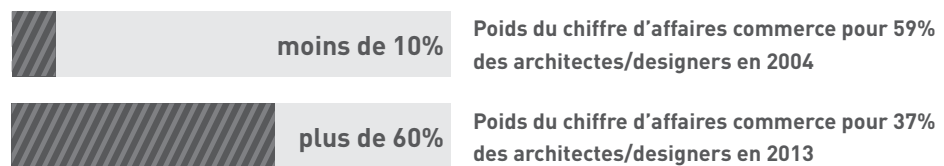
Adrien Janin

Caroline Pireau

C) LYON SHOP & DESIGN : 10 DONNÉES CLÉS POUR 10 ANS D'ACTIVITÉ

2004-2014 :

En 10 ans, le concours Lyon Shop & Design a mis en lumière l'évolution des commerces lyonnais, grâce à l'appui des architectes, architectes d'intérieur et designers locaux.



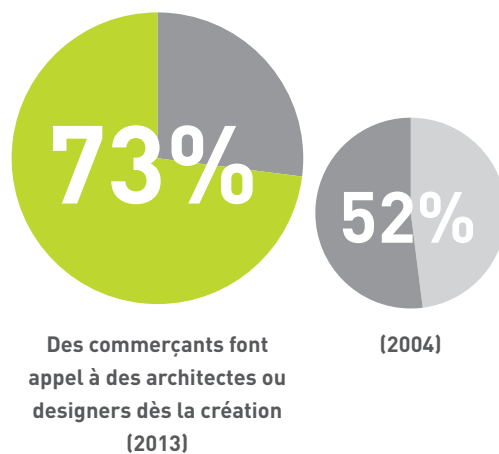
Le concours a permis au design de s'exporter au-delà des centres-villes. La part des candidats hors Lyon/Villeurbanne représente 20% en 2013.



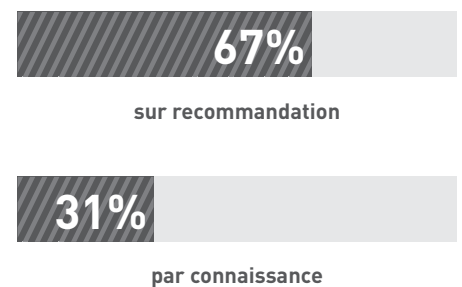
20%
en 2013

SECTEURS

LES PLUS REPRÉSENTÉS

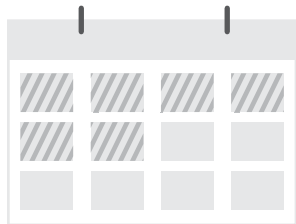


CHOIX DU CONCEPTEUR



TEMPS CONSACRÉ AU PROJET

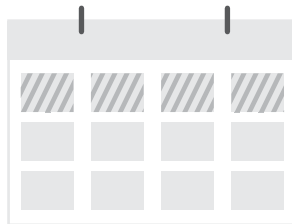
moins de 6 mois



pour 44% des
commerçants

DURÉE DES TRAVAUX

moins de 4 mois



pour 77% des
commerçants

COÛT MOYEN

2013

1 945 €
LE M²

2004

2 109 €
LE M²

INVESTISSEMENT FINANCIER

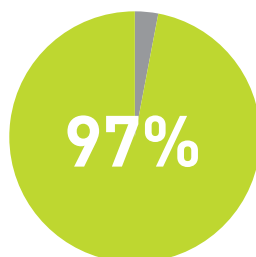


36%



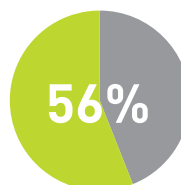
17%

IMPACT DES TRAVAUX



positif

DONT



très positif

92%

des commerçants déclarent être
prêts à faire à nouveau appel
à un architecte / designer

LYON SHOP & DESIGN

C'EST :

- Un concours mettant en lumière les commerces les plus innovants de l'agglomération lyonnaise
- Du conseil auprès des commerçants pour l'aménagement de leurs établissements
- Des ateliers thématiques sur l'aménagement commercial
- www.lyon-shop-design.com :**
 - Un annuaire des commerces les plus design de Lyon
 - Un annuaire des professionnels de l'architecture et du design
 - Des actualités sur le design des commerces
- Une page Facebook
- Une version mobile du site qui géolocalise l'ensemble des commerces labellisés Lyon Shop & Design

CONTACT

CCI DE LYON
PLACE DE LA BOURSE
69289 LYON CEDEX 02
04 72 40 58 19

Sophie Billa
billa@lyon.cci.fr
Céline Brunel
cbrunel@lyon.cci.fr

CONTACT PRESSE

**AGENCE 14 SEPTEMBRE
GRAND SUD**
04 78 69 30 95

Isabelle Crémoux-Mirgalet
isabellecremoux@14septembre.fr
Héloïse Jost
heloisejost@14septembre.fr