



DOSSIER DE PRESSE
PERSPECTIVES ET PROJETS D'AVENIR



OBJET DE CURIOSITÉ

LES PUCES DU GRAND LYON
OU PLUS FAMILIÈREMENT APPELÉES LES PUCES DU CANAL
SE PRÊTENT À TOUTES LES DÉCOUVERTES POUR QUI SAIT OUVRIR LES YEUX.

De nombreux objets arrachent ainsi un air de surprise aux flâneurs,
qui n'ont sans doute jamais rien vu de tel.
D'autres encore agissent comme une madeleine de Proust
en faisant ressurgir les souvenirs bien enfouis de l'enfance ou de l'adolescence.

Le visiteur découvre ainsi un formidable terrain d'exploration fait de tableaux, objets de tous les jours,
fonds de grenier, instruments rares ou vieux disques, livres, bijoux, gadgets du XXe siècle,
objets d'art du monde entier, sans oublier une quantité d'objets vintage
dont on serait bien en peine de dire à quoi ils servent.

LES PUCES DU CANAL

**2^{ÈME} PLUS GRAND MARCHÉ EN FRANCE
APRÈS CELUI DE SAINT-OUEN À PARIS.**

Bien plus qu'une simple brocante, ou qu'un gigantesque vide-grenier, les Puces du Canal est un immense marché en plein air, un vrai lieu de vie au charme indémodable, inépuisable, point de rencontre des tendances passées ou actuelles qui rassemble des marchands professionnels venus de toute la France (400 sont présents chaque semaine) et qui attire autour de 10 000 visiteurs, sur une dizaine d'hectares.

LE MYSTÈRE DES MARCHÉS AUX PUCES



PARIS, LONDRES,
BARCELONE, MONTRÉAL,
BROOKLYN, GENÈVE, LYON...

Plus que des marchés, ces lieux sont des points de rencontre de civilisations et de tendances.

LES PUCES DEVIENNENT TRENDY avec l'arrivée dans les marchés aux Puces des grandes capitales, de prestigieuses marques telles que Dior (Puces de Londres), Habitat-Vintage à Paris, le restaurant Philippe Stark aux Puces de Saint-Ouen...

Les puces des grandes villes savent désormais plus que jamais, mixer les subtiles fragrances de l'ancien et du moderne, de la simplicité et du prestige, pour offrir un savoureux parfum unique, au charme d'antan qui en séduira plus d'un, qu'il soit amoureux des objets d'hier, «addict» de la mode ou véritable «fashionista» de la décoration.

LYON, UN ATOUT DE CHOIX POUR L'ÉCONOMIE DES PUCES DU CANAL

Ville de référence du tourisme, Lyon est résolument une destination phare du tourisme urbain en Europe : avec 8 millions de visiteurs en 2011 dont environ 20% de visiteurs étrangers, elle talonne aujourd'hui des villes de référence comme Amsterdam, Berlin ou Prague.

Les Puces du Canal, un marché particulièrement actif, est bien loin de n'être fréquenté que par des Lyonnais, mais, à faible distance aussi par une clientèle allemande, suisse et italienne. Il constitue une sorte de plaque tournante internationale assurant le rayonnement de Lyon dans un domaine inattendu.

**Les puces du Canal attirent chaque année
500 000 visiteurs !**

UNE TENDANCE DE FOND

Dans une société de plus en plus anonyme et standardisée, créer ou faire créer son *décor* est un moyen de personnaliser son cadre de vie en même temps que d'affirmer son identité. La hausse de temps libre a permis aux français d'avoir plus de temps pour se détendre et se réaliser personnellement.

**« PRODUIRE DE LA DIFFÉRENCE
EST UN MOYEN DE PROUVER
QUE L'ON EXISTE »**

Les idées déco envahissent la TV, le web et les publications. Les grandes enseignes augmentent leurs surfaces dédiées à la décoration.

(Ikea, Leroy Merlin, Castorama, Foire de Paris : + 620 000 visiteurs en 2012...)

RIEN NE SE PERD, TOUT SE TRANSFORME, SE RÉUTILISE ET TOUT SE VEND !

Le pouvoir économique sans cesse déclinant invite de nombreuses personnes à trouver des solutions malignes et originales pour meubler, aménager ou tout simplement équiper leur maison.

Le handmade, la customisation (*Relooking de meuble*), le homestaging, les détournements d'objets, l'art du détournement (*Green attitude, recycled art...*), la personnalisation de vêtements...

**SONT DEVENUES DE VÉRITABLES ACTIVITÉS
ÉCONOMIQUES ET ÉPANOUISSANTES.**

UNE NOUVELLE DIRECTION, DE NOUVEAUX OBJECTIFS ET PROJETS

Jacques CHALVIN, Président du DOUBLE MIXTE*, rachète les PUCES DU CANAL.

Il constitue un pool d'actionnaires en s'associant à des professionnels reconnus ;

Jean-Charles Mathey, spécialiste des médias (Paris) et l'investisseur Stephan Blanchet.

Jacques CHALVIN a pour objectifs de renforcer et de développer la notoriété des Pucés, d'étendre sa fréquentation à une clientèle plus large - notamment aux trentenaires et quadragénaires - et d'étoffer l'offre proposée chaque dimanche matin, par de nouvelles animations pour devenir, à terme un véritable lieu de vie et d'échange. Jacques CHALVIN et ses associés souhaitent faire de ce grand marché en plein air, un lieu public dynamique et incontournable pour les lyonnais, les touristes et les passionnés d'objets de décoration, d'antiquités et de design.

* Le Double Mixte est un lieu d'exposition et de meeting à Lyon pour les événements d'entreprises, salons, congrès, concerts, festivals, concours. Ce lieu de plus de 10 000 m² s'est imposé en moins de deux ans, comme le troisième site événementiel du Grand Lyon et est aujourd'hui unanimement reconnu pour sa forte dynamique.

UNE STRATÉGIE RYTHMÉE EN DEUX TEMPS :



2013/2014

- DÉVELOPPER UN SECTEUR «MODE VINTAGE ET DÉCORATION» pour répondre aux attentes et aux tendances du marché actuel porté par les plus jeunes
- RECHERCHER DES PARTENAIRES ET SPONSORS afin d'attirer des marchands en plus grand nombre le jeudi matin et samedi pour élargir d'avantage l'offre des Pucés et en accroître sa fréquentation
- DÉVELOPPER UNE OFFRE MICE (Meetings, Incentive, Congrès et Exhibition) en aménageant un pôle dédié au réceptif et à l'événementiel avec des espaces modulables et adaptés aux privatisations.

Cette stratégie proposée ne remet en aucun cas l'exploitation commerciale des brocanteurs et antiquaires actuellement présents sur le site. Ils ne seront pas impactés par cette stratégie. Cette nouvelle dynamique commerciale n'a d'autre ambition que de renforcer une offre déjà existante, de permettre à ceux qui le souhaitent, d'élargir et de développer leurs activités commerciales, tout en favorisant l'émergence et l'implantation de nouvelles activités complémentaires liées à l'objet, l'art, la décoration, la création, le bricolage...

Christian DYBICH

Organisateur du Salon Lyon Vieux Papiers- assurera la direction opérationnelle des Pucés du Canal.

A NOTER : Jacques CHALVIN assure que l'acquisition des Pucés du Canal n'est pas une opération de croissance externe de la part du «Double Mixte». En revanche, il est certain que des synergies pourront être mises en place avec ses équipes, notamment sur le plan de la maintenance et de la communication.

AMBITION
2015

LES PUCES DU CANAL

LA CITÉ DE L'OBJET - LYON VILLEURBANNE

REPOSITIONNER LES PUCES DU CANAL en permettant de fédérer *in situ* différents métiers et passionnés : au-delà des antiquaires, des collectionneurs, des brocanteurs, ouvrir l'accès aux professionnels des loisirs créatifs, aux consultants en décoration d'intérieur, aux stylistes et artistes exerçant le «Recycled Art», designers d'objet...

CHIFFRES CLÉS

8 millions
DE VISITEURS
À LYON EN 2011
DONT 20% D'ÉTRANGERS

2^{ème}
PLUS GRAND
MARCHÉ AUX PUCES
EN FRANCE

1995
OUVERTURE DES PUCES DU CANAL
PRÈS DU CANAL JONAGE

400
MARCHANDS-EXPOSANTS PRÉSENTS

50000m²
DONT **10000m²**
SERONT COUVERTS
EN 2014 !

à 10 minutes
DE LA PLACE BELLECOUR

10 hectares
DE SURFACE
EXPLOITABLE

500 000
VISITEURS - ACHETEURS / ANNUELS

1 000 000 €

CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ PAR LA SOCIÉTÉ D'EXPLOITATION.



CONTACTS PRESSE

AGENCE «BONNE RÉPONSE»

Nathalie Pradines

n.pradines@bonne-reponse.fr - 04 72 40 54 10

LES PUCES DU CANAL

Jacques Chalvin

jchalvin@doublmixte.com - 06 13 31 16 46