

# capital ÉNERGIES

« Le développement économique, levier essentiel de redynamisation des centre-bourgs »



Dijon Métropole

# Comment en sommes-nous arrivés là ?

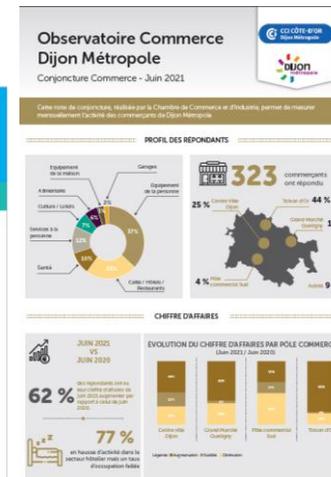
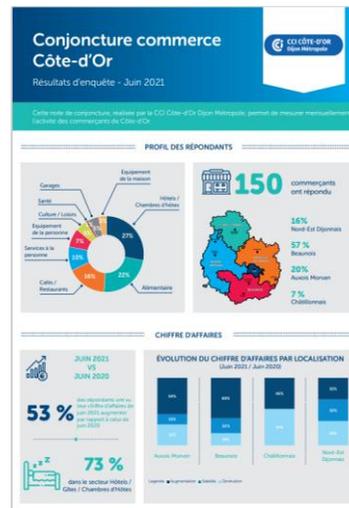
- Taux de vacance commerciale moyen des 14 PVD : 16,8%
- Certaines communes avec un taux de vacance supérieur à 30%
- Médiane de l'emprise commerciale moyenne sur la zone de chalandise des 14 PVD : 44%



# Observer pour mieux comprendre

Des données qu'il a fallu produire d'année en année sur :

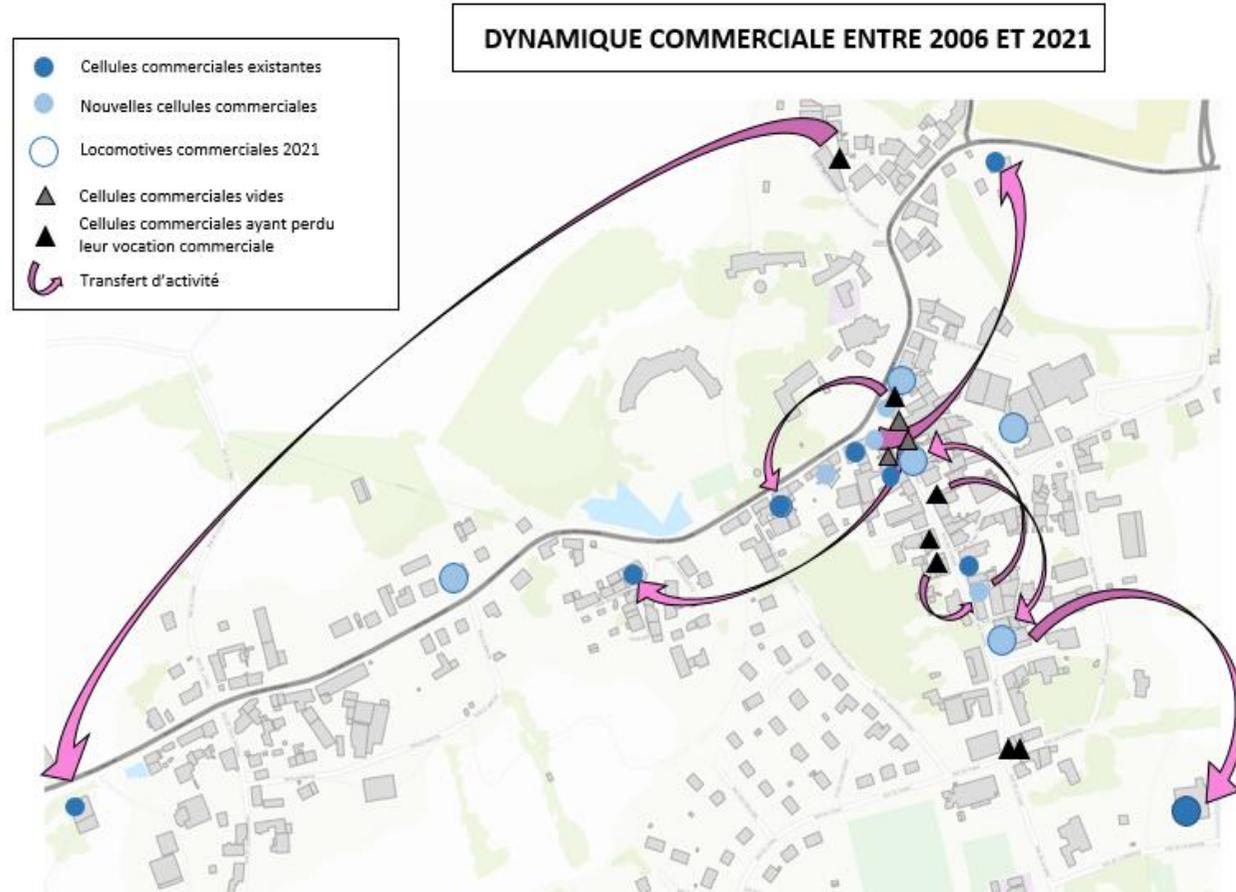
- L'offre, (dont vacance commerciale)
- Les comportements d'achat,
- Enquête de conjoncture



# Comment la transformation de l'offre commerciale a contribué, au fil des années, à la perte de dynamisme des Centre-Villes

## Etude de l'offre :

- Répartition des cellules commerciales par activité
- Evolution dans le temps et les dynamiques
- Taux de vacance commerciale
- Géolocalisation des commerces (UBIBOX)

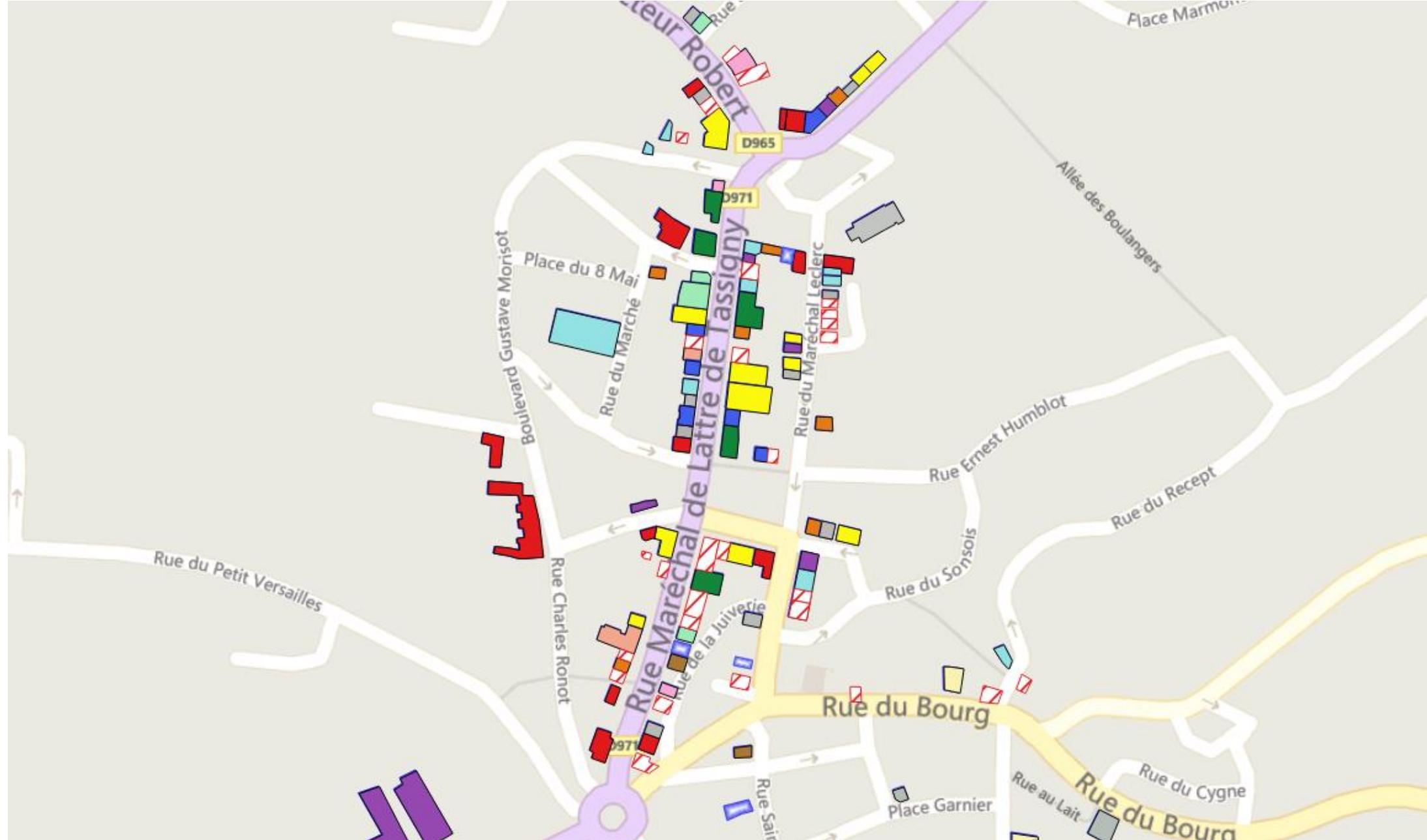


# La dimension géographique au service de l'observation économique des territoires

**Ubibox est un outil géo-décisionnel** qui permet de :

- Générer une représentation cartographique du fichier consulaire
- Situer des établissements commerciaux et de services en temps réel (mise à jour quotidienne)
- Cartographier et suivre les évolutions du tissu commercial dans son environnement économique





# Comprendre l'évolution des habitudes de consommation pour pouvoir s'adapter

**L'Observatoire des flux de consommation** existe depuis 2001 en Bourgogne

Enquête réalisée auprès de 10 900 ménages de Bourgogne Franche Comté afin d'identifier les actes d'achats sur 38 produits de consommation courante.

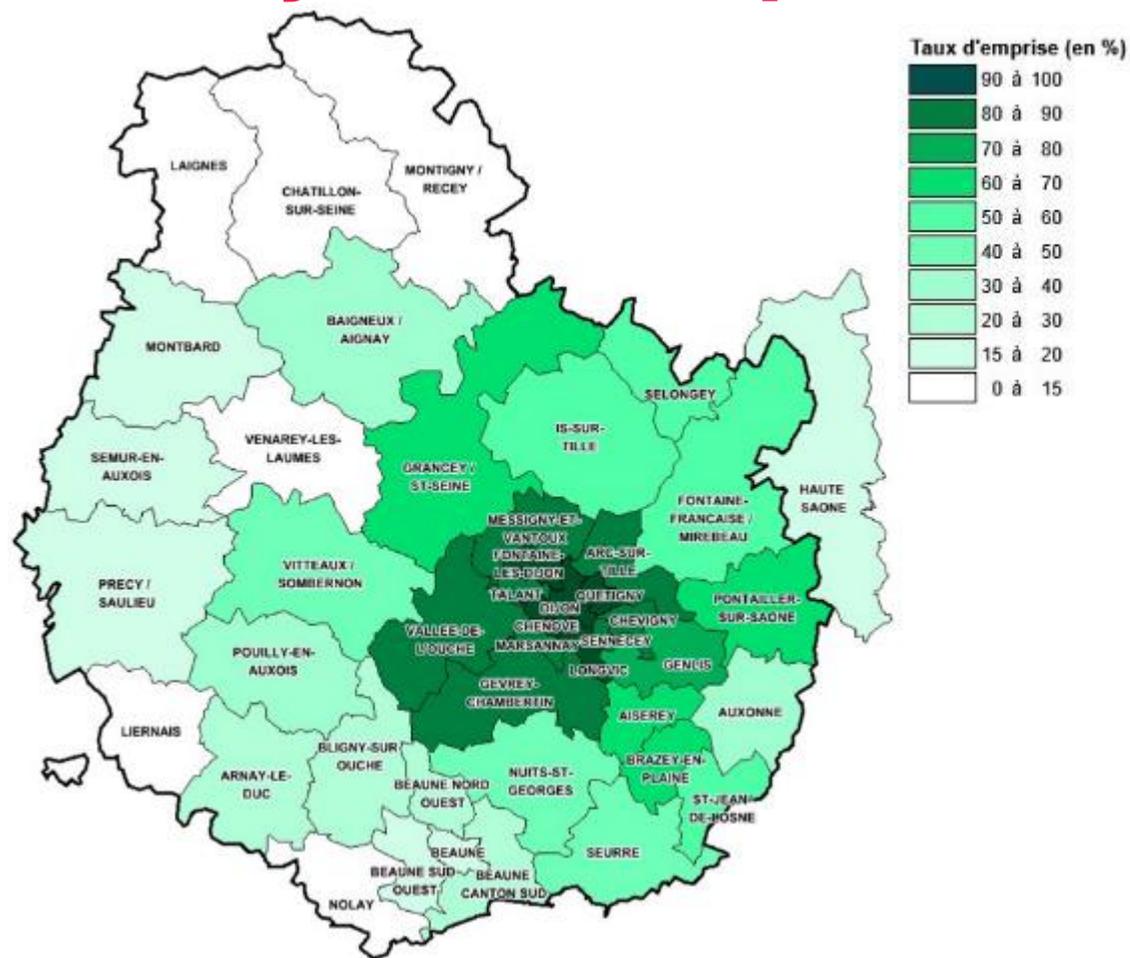
Cette étude permet de construire :

- Le chiffre d'affaires des commerces de la commune étudiée
- Le potentiel de consommation appelé dépenses commercialisables des habitants de la zone de chalandise
- De flécher les actes d'achat (origine et destination)

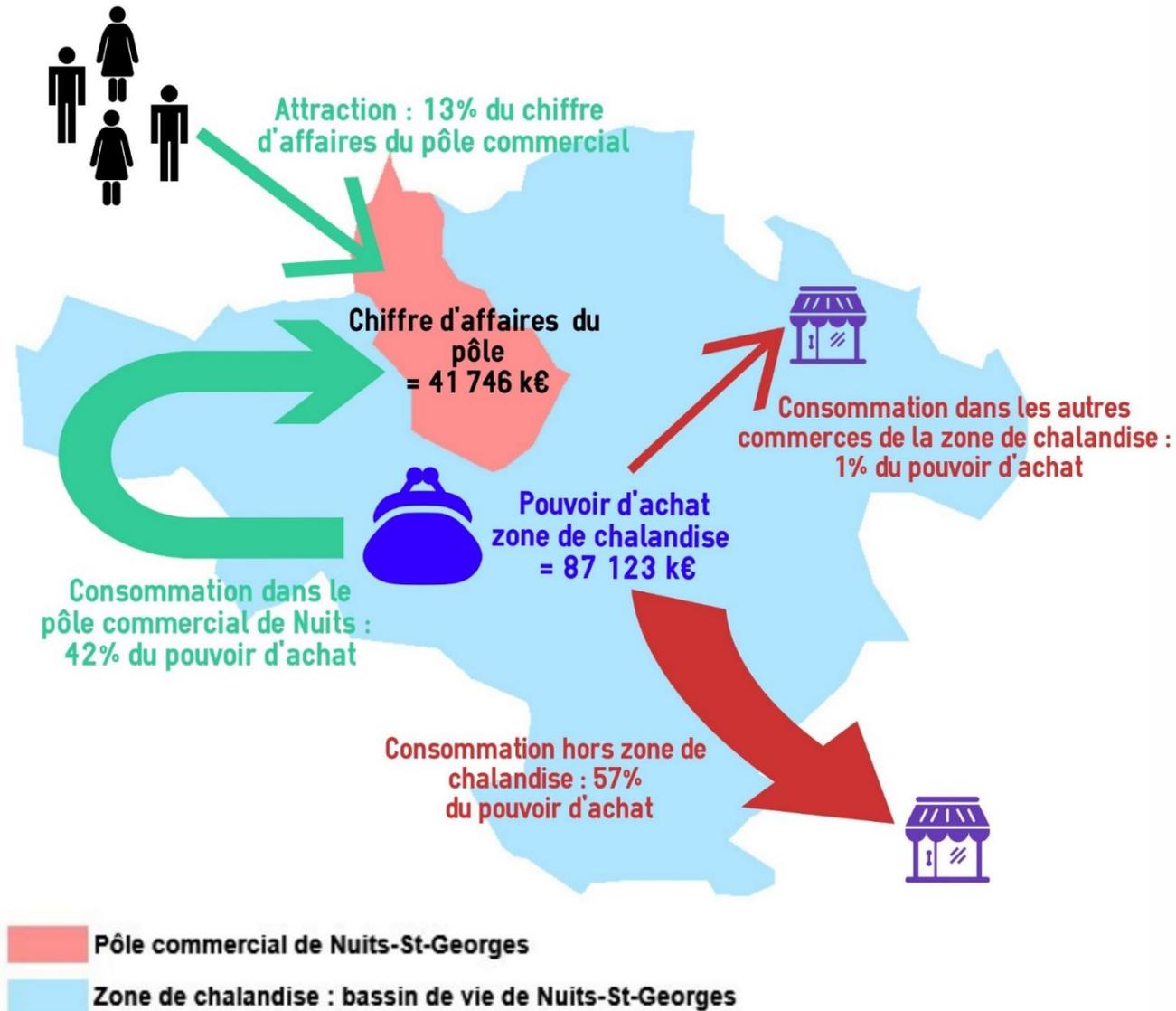
# Zone de chalandise de Dijon Métropole

## Équipement de la maison

- Population de la zone : 506 374 habitants
- 92 % du chiffre d'affaires en équipement de la maison de Dijon Métropole provient des habitants de la zone de chalandise.
- Taux d'emprise moyen de la zone: 67,7 %.



# Flux de consommation Nuits-St-Georges



# Le diagnostic : préalable à toute action

- Etat des lieux et évolutions de **l'offre commerciale** d'un pôle commercial (zone, quartier, commune, EPCI)
- Analyse des **flux de consommation** des ménages, définition de la zone de chalandise, évason, attraction commerciale, poids du e-commerce...
- **Enquêtes** auprès de la **population** locale et des **commerçants**
- **Tables rondes** consommateurs et commerçants
- **Préconisations** par rapport au maintien et au développement de l'offre commerciale
- **Accompagnement** des collectivités et des professionnels.

# Quels sont les leviers d'action publique pour enrayer ce phénomène ?

- A l'échelle **communale** :
  - **Diagnostic commerce**
  - **Etude de potentiel** pour le maintien du commerce de proximité
  - Elaboration d'un **plan de merchandising**
  - **AMO** dans le cadre de restructuration centre-bourg avec une équipe pluridisciplinaires
  - Définition d'une **stratégie de maîtrise foncière et immobilière**
  - Lancement d'**appel à projet**
  - Identification d'**opérateurs** capable de mettre en œuvre les projets (EPFL, SEDIA, Investisseurs privés...)
  - Intégration des **préconisations dans les règlements d'urbanisme**
  - ...
- A l'échelle **intercommunale** :
  - Contribution aux **projets de territoire**
  - Appui à la co-construction d'un **schéma de cohérence commercial** (EPCI)
  - Diagnostic et définition d'une **stratégie d'accueil d'entreprises** (ZA)
  - Structuration de **filières locales** (fluvial, bois)
  - ...

# Pourquoi est-il important d'avoir une stratégie globale intégrant l'ensemble des dimensions qui composent une centralité ?

 CCI CÔTE-D'OR  
Dijon Métropole

 sedia

 SOLIHA  
SOLIDAIRES POUR L'HABITAT

 géostudio  
URBANISME & CARTOGRAPHIE

 A/M  
AGENCE JDM PAYSAGISTES

 Midi  
Pyrénées  
Sud  
msa  
SERVICES

 géohabitat  
stratégies urbaines

 CAPITAL ÉNERGIES

 CCI CÔTE-D'OR  
Dijon Métropole

# En quoi la crise sanitaire et écologique modifie-t-elle en profondeur les habitudes de consommation de nos concitoyens ?

**44% des consommateurs** estiment que la crise sanitaire a modifié leur façon de consommer

- ✓ 61% d'entre eux achètent davantage localement
- ✓ 51% sont plus attentifs à l'origine des produits
- ✓ 38% achètent plus qu'avant sur internet

89% pensent que ces nouvelles habitudes vont perdurer dans le temps

(Source : Enquête auprès des habitants de la CC Gevrey / Nuits - Septembre 2021)

# Quelle opportunités pour revoir notre façon de penser le commerce ?

- L'organisation de la production et de la distribution des produits locaux
- De nouveaux services pour de nouveaux usages (click'n collect, livraison, points relais, horaires d'ouverture...)

**Accompagner les entreprises dans :**

**=> La sortie de crise**

**=> Leur transformation numérique et écologique**

# Quelle opportunités pour revoir notre façon de penser le commerce ?

- Le télétravail : une chance pour les territoires ruraux (nouveaux habitants, tiers lieux, espaces de co-working) ?
- Dynamiser les centres-villes en attirant de nouveaux habitants, usagers, grâce à de nouveaux services

**Accompagner les collectivités dans :**

**=> La réalisation d'études d'opportunité et de faisabilité**

**=> La création de réseaux territoriaux complémentaires permettant de proposer une gamme de services étendue et des animations, tout en faisant des économies d'échelle**

# Quelques actions concrètes...

- Mise en place de **place de marché locale**
- Appui à la **numérisation des commerçants**
- Mise en place de **boutiques éphémères, boutique mutualisées, boutiques test**
- Création d'un **restaurant** en centre-ville
- Mise en place **d'animation commerciale**
- Accompagnement des **Unions Commerciales**
- Accompagnement à la **transmission** d'entreprise
- ...



**CCI CÔTE-D'OR**  
**Dijon Métropole**

capital  
**ÉNERGIES**