

## EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS

Conseil Municipal de la Ville de Dijon

Séance du 16 décembre 2019



### MAIRIE DE DIJON

---

**Président** : M. REBSAMEN

**Secrétaire** : M. BORDAT

**Membres présents** : Mme KOENDERS - M. MAGLICA - Mme POPARD - M. PRIBETICH - Mme MODDE - M. DESEILLE - Mme TENENBAUM - Mme DILLENSEGER - Mme AKPINAR-ISTIQAM - M. CHÂTEAU - Mme MARTIN - M. EL HASSOUNI - Mme AVENA - M. MASSON - Mme JUBAN - M. MEKHANTAR - Mme REVEL - Mme MARTIN-GENDRE - M. BERTHIER - Mme TOMASELLI - M. PIAN - M. DECOMBARD - Mme PFANDER-MENY - Mme ROY - Mme HERVIEU - Mme DURNERIN - M. BEKHTAOUI - M. HAMEAU - Mme MASLOUHI - M. LOVICHY - M. FAVERJON - M. BARD - Mme CHARRET-GODARD - M. ROZOY - M. DIOUF - Mme BLAYA - M. N'DIAYE - Mme OUTHIER - Mme MILLE - Mme VANDRIESSE - M. BICHOT - M. CHEVALIER - M. BOURGUIGNAT - M. AYACHE - M. BONORON - Mme DESAUBLIAUX

**Membres excusés** : Mme ZIVKOVIC (pouvoir Mme KOENDERS) - Mme TROUWBORST (pouvoir M. DESEILLE) - Mme HILY (pouvoir Mme MODDE) - Mme FERRIERE (pouvoir M. BORDAT) - M. CONTESSE (pouvoir Mme BLAYA) - Mme FAVIER (pouvoir M. MEKHANTAR) - M. HELIE (pouvoir Mme REVEL) - Mme VOISIN-VAIRELLES (pouvoir M. AYACHE)

**Membres absents** : M. MARTIN - M. HOUPERT - M. CAVIN

### OBJET DE LA DELIBERATION

#### Bilan de l'Observatoire du commerce 2017-2019

Madame Juban expose :

Mesdames, Messieurs,

La direction du Commerce a réalisé un bilan de l'activité commerciale sur les trois dernières années avec la mise en place de l'Observatoire du Commerce en 2017.

Cet observatoire s'appuie sur les conventions engagées avec la Chambre de Commerce et d'Industrie, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat et la Chambre d'Agriculture. Un travail de consolidation est en cours pour une opérationnalité en 2020.

Toutefois en attendant de consolider l'Observatoire ce dernier a élaboré certains indicateurs dont les chiffres et résultats vont vous être présentés.

L'attractivité des commerces ne se considère pas uniquement à travers la seule fonction commerciale.

Elle est dépendante de facteurs externes tels que le tourisme et le tourisme d'affaires, les équipements et événements culturels et sportifs, la politique de mobilité et d'accessibilité et bien évidemment tous les formes de développement du territoire en matière économique et d'urbanisme.

Il convient également d'indiquer que la mise en place d'un marketing territorial a quant à lui permis de fédérer les acteurs et de faire connaître Dijon et le territoire métropolitain avec ses actions et ses projets ainsi que notre capacité d'ouverture au national et à l'international.

Nous nous appuyons sur ce marketing territorial sous une marque générique Just Dijon connue et reconnue, parfois en participant à des salons professionnels afin de communiquer auprès des développeurs d'enseignes avec pour résultat l'implantation de boutiques nouvelles et complémentaires.

Les indicateurs et résultats présentés sont uniquement issus du centre-ville.

### **Taux de vacances**

Parmi les indicateurs, le chiffre souvent mis en avant est le taux de vacances. Notre taux de 9% en 2015 (moyenne nationale 7,2% en 2012) a fléchi à 8,8% en 2016 pour atteindre 6,5% en 2019 (moyenne nationale 11,9%). Ce chiffre peut paraître encore élevé mais certaines galeries commerciale privées telles que le Centre Dauphine, la galerie du Miroir et la Galerie Bossuet augmentent le nombre de cellules vacantes qui dans le reste du plateau piétons sont rares et correspondent au turn over normal des professionnels.

### **Fréquentations**

La fréquentation constatée explique en partie la vocation commerciale affirmée du centre-ville avec des rues à forte croissances issues du plateau piéton et des rues légèrement en baisse à proximité du plateau piéton.

Les rues sont à classer par catégorie :

- Catégorie 1 la rue de Liberté avec plus de 140 000 passages hebdomadaires,
- Catégorie 2 la rue du Bourg avec plus de 60 000 passages par semaine
- Catégorie 3 les rues entre 10 000 et 60 000 passages avec les rues en croissance et les rues en baisse.

Le dernier exemple de la piétonisation de la rue des forges conforte ce qui a été observé sur les rues Charrues et Piron, chacune ayant changé de statut dans des proportions importantes avec des taux de croissance de fréquentation atteignant + 15%.

Enfin, il convient de souligner des pics de fréquentations dans l'année lors d'évènements commerciaux ou culturels ainsi qu'un nombre conséquent de visiteurs lors des Fêtes de fin d'année. Il peut être dénombré jusqu'à plus de 150 000 visiteurs différents par jour sur ces moments exceptionnels. (Etude Flux Vision) A titre d'exemple, l'été 2018 a connu une affluence exceptionnelle de 192 000 visiteurs uniques sur une journée lors des soldes d'été, pour les fêtes de la Vignes 132 000 visiteurs le Samedi 25 Août, la Braderie d'automne 147 000 le samedi et les fêtes de fin d'année entre 139 000 et 152 000 visiteurs.

### **Accessibilité**

Les comptages issus des mobilités sont des indicateurs importants pour mesurer l'attractivité commerciale. Ainsi le maillage des transports en commun permet une accessibilité en volume très importante confirmée par un taux de progression annuel de fréquentation des Tramway de +5% avec 23,8 millions de voyageurs transportés en 2018. Ce dernier est complété par une offre en stationnement dont l'utilisation est croissante et dont la mise en stationnement payant de certaines zones a permis de libérer des places ventousées qui ne participaient pas à l'attractivité commerciale, parfois au détriment du confort de certains salariés. Les premières analyses montrent que les rotations sur le stationnement aérien ont permis d'accueillir entre 1000 et 1400 nouveaux véhicules jours.

Ces rotations consécutives à la mise en place du stationnement payant ne détériorent pas l'utilisation des parkings en ouvrage qui après chaque rénovation voit leur fréquentation augmenter entre 1 et 5% dans le mois qui suit. Au global les parkings ont enregistré une augmentation des visiteurs horaires de 6% dans les 6 derniers mois. La pratique des déplacements en vélo s'accroît également avec la mesure sur les vélodis montrant une augmentation de + 25% ainsi que les vélos des particuliers dont on sent une présence croissante.

## Niveau d'activité

Les niveaux d'activité sont sur une tendance favorable avec 69% des commerçants du Centre-ville qui ont enregistré une hausse ou une stabilité de leur chiffre d'affaires entre le 1er semestre 2018 et 2019 (Etudes CCI).

Le secteur Café/Hôtel/Restaurant (CHR) enregistre des taux de progression constants chaque année avec une moyenne de +9% (données UMIH). Les établissements ouverts le dimanche enregistrent les taux les plus forts, et ce, même si en trois ans les établissements ouverts sont de plus en plus nombreux 20% en 2016 et 60% en 2019. La concurrence ne divise pas les niveaux d'activité mais accroît l'attractivité des visiteurs. Certains établissements déclarent même avoir leur plus grand chiffre d'affaires le dimanche, notamment dans le secteur de la gastronomie, niche pas encore exploitée.

Le taux d'occupation des hôtels est en progression de 2% à 3 % selon les périodes par rapport à 2017 et atteint presque les 82% au mois de septembre 2019 (données Office de Tourisme)

La composition commerciale a certes évolué avec plus d'établissement de restauration comme le montre le tableau présentant la répartition par famille professionnelle mais dans des proportions raisonnables passant de 23,8% à 25,4%. Néanmoins, leur présence majoritaire donne le sentiment que leur secteur est plus important et dominant.

Toutefois, le solde entre fermeture et ouverture de boutique tous secteurs confondus est devenu positif en 2018 avec plus de création que de cessation et ce alors que le nombre de cellules commerciales augmente. Cette dynamique est assez remarquable et exceptionnelle au moment où le dispositif Cœur de ville se déploie pour atteindre cet objectif à travers 222 villes en France.

Malgré cette dynamique, il convient de rappeler que la période Gilets Jaunes a eu des conséquences sur l'activité commerciale avec des baisses d'activité et certains commerces parmi les plus fragiles qui ont dû fermer ou qui ont du mal à s'en remettre. Néanmoins, l'arrêt des manifestations en juin a permis une reprise qui a majoritairement compensé les pertes et même les a dépassé.

Mais restons prudent et vigilant afin de comprendre les mutations en jeux sur la consommation ainsi que sur les organisations professionnelles afin d'anticiper leurs conséquences sur la composition commerciale du centre-ville et de son attractivité.

Ces chiffres sont encourageants et confirment que Dijon est une ville où non seulement il fait bon vivre mais également participer à son développement. Il convient d'indiquer que l'accélération du rythme du centre-ville les jeudis, vendredis, samedis et dimanches, avec une hausse de l'attractivité mesurée par la fréquentation, a des conséquences sur les services publics et notamment ceux de la ville de Dijon et de Dijon Métropole ce qui exige une adaptation et une refonte de leurs organisations.