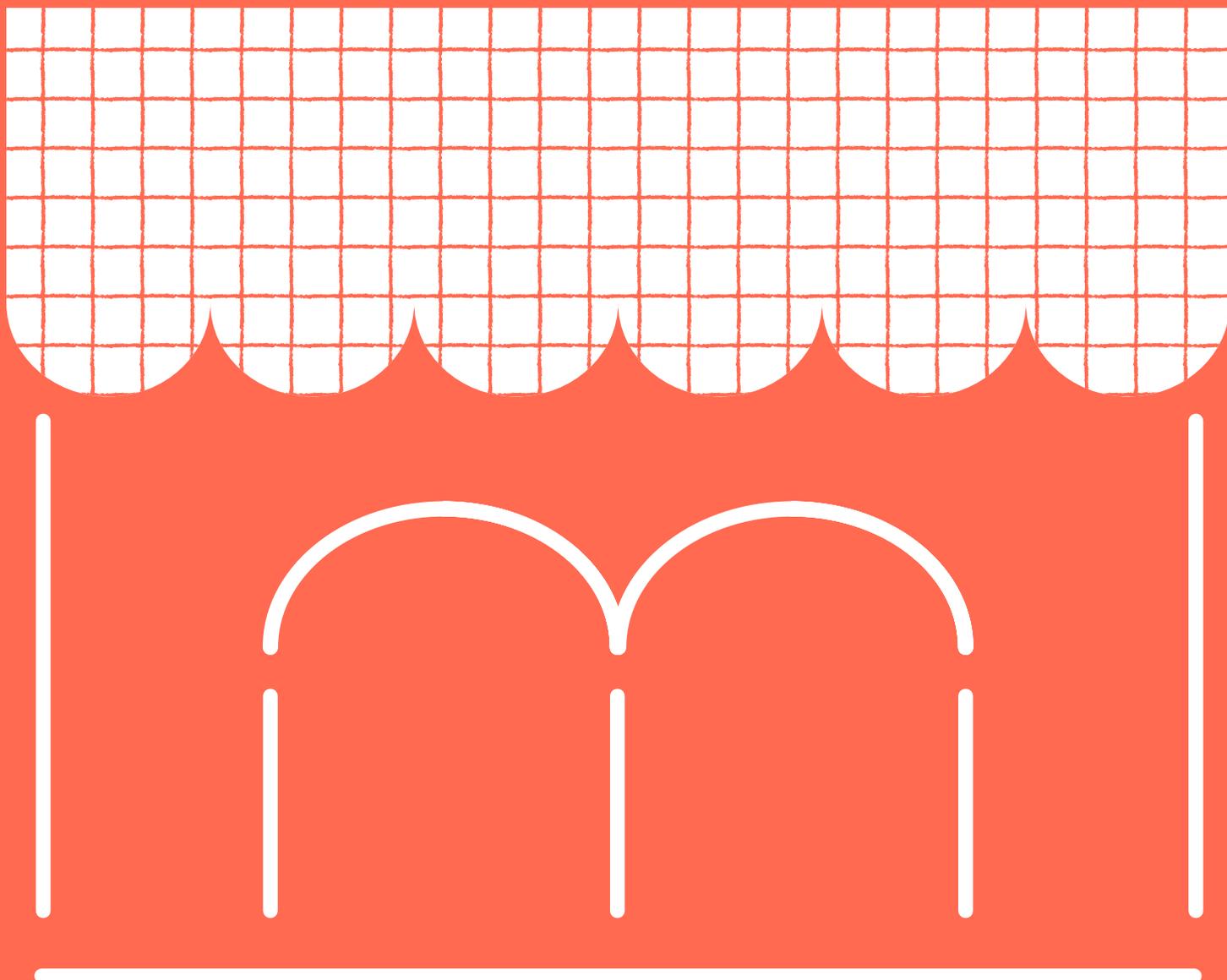




Observatoire du Commerce Local



Sommaire

Vitalité commerciale de Die	3
Les rez-de-chaussée occupés en centre-ville	5
Évolution des modes de consommation et nouveaux commerces	6
Lutte contre les locaux vacants et taxe sur les friches commerciales	8
Locaux en cours de travaux	12
Fonds de commerce repris en 2023/2024	13
Mouvements de 2023/2024	15
« Oui mais... ce ne sont pas des vrais commerces comme avant »	20
Articles de presse	21
Quels outils la Mairie de Die mobilise	23
Le mot de l'équipe municipale : un centre-ville dynamique et attractif, un projet collectif	26

Vitalité commerciale de Die

Évolutions / adaptation

Il se dit souvent que Die ne ressemble à aucune autre ville de la même taille. Cette singularité, qui nous permet de mettre en avant ses atouts uniques, nous est précieuse pour souligner ce qui fonctionne et ce qui nous distingue des communes de taille similaire.

Die bénéficie d'un bassin de vie conséquent, d'un éloignement relatif aux grandes agglomérations, d'une mentalité résistante, militante ; des caractéristiques qui nous poussent à faire preuve d'une autonomie et d'une créativité particulièrement marquées dans notre développement local. Pour exemple, Die est très majoritairement composée de commerces indépendants. Cependant, cette exception ne nous protège pas des défis communs auxquels sont confrontés de nombreuses petites villes, notamment ceux liés à l'évolution des modes de consommation.

Au cours des dernières années, les habitudes des consommateurs ont considérablement évolué. D'une part, l'étalement urbain a favorisé la multiplication des zones commerciales périphériques, soutenues par l'ingéniosité des enseignes, des grandes surfaces et la publicité qui parviennent à instaurer des situations quasi monopolistiques ; d'autre part, l'essor du commerce en ligne a modifié en profondeur les dynamiques de consommation. Ajoutons à cela la crise mondiale du COVID, qui a fortement impacté les commerces indépendants. L'ensemble de ces facteurs nous aide à mieux comprendre pourquoi nous avons perdu ou pris des habitudes de consommation très différentes des générations qui nous précèdent.

Face à ces défis, Die, comme d'autres petites villes, doit veiller à innover pour préserver son attractivité et sa vitalité dans un contexte économique et social en constante mutation.

Bilan des commerces

Ouvertures et fermetures

La ville de Die compte 162 commerces dont 94 commerces de détail (12% de plus qu'en 2018) pour 5014 habitants. On dénombre 132 rez-de-chaussée avec vitrine en activité dans le centre-ville (voir détails page 5). Die est plus attractive que d'autres communes de cette taille en Drôme et en France car elle a un taux d'équipement en commerces équivalent à celui d'une commune de 10 000 habitants en zone urbaine (28 commerces pour 10 000 habitants en moyenne en zone rurale en France). Le nombre de ménages (+8%) et le potentiel de consommation alimentaire (+14%) ont augmenté significativement depuis 2018. 87% des achats alimentaires du territoire du Diois se font à Die. 55% de ces achats sont effectués dans les commerces de la Zone d'Activité, 30% en centre-ville, la part des achats réalisés dans les commerces de proximité est stable (source : enquête sur le fonctionnement commercial de Die, CCI de la Drôme, 2023).

En 2024, 6 commerces seulement ont fermé alors qu'on comptabilise 15 reprises de fonds de commerces et 26 créations (depuis 2023), reprises ou agrandissements de locaux commerciaux dans le centre-ville. 4 locaux sont actuellement en cours de travaux et 1 en cours de reprise. Le taux de vacance commerciale de Die est actuellement de 7%, ce qui reste inférieur à la moyenne nationale de 10% (calcul basé sur la vacance structurelle, voir détails page 8). Cependant, malgré ce chiffre relativement faible, le sentiment de vacance persiste en raison de la transformation passée de certains commerces en habitations ou parce que certains propriétaires bloquent la location ou revente de locaux.

87 %

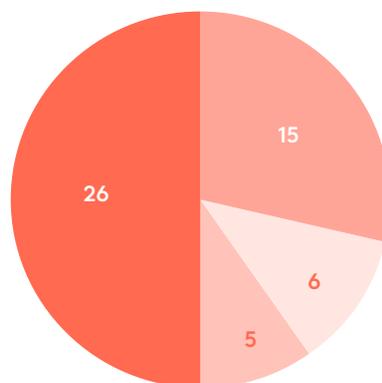
DES ACHATS ALIMENTAIRES DU TERRITOIRE DU DIOIS SE FONT À DIE

55 %

DE CES ACHATS SONT EFFECTUÉS DANS LES COMMERCES DE LA ZONE D'ACTIVITÉ

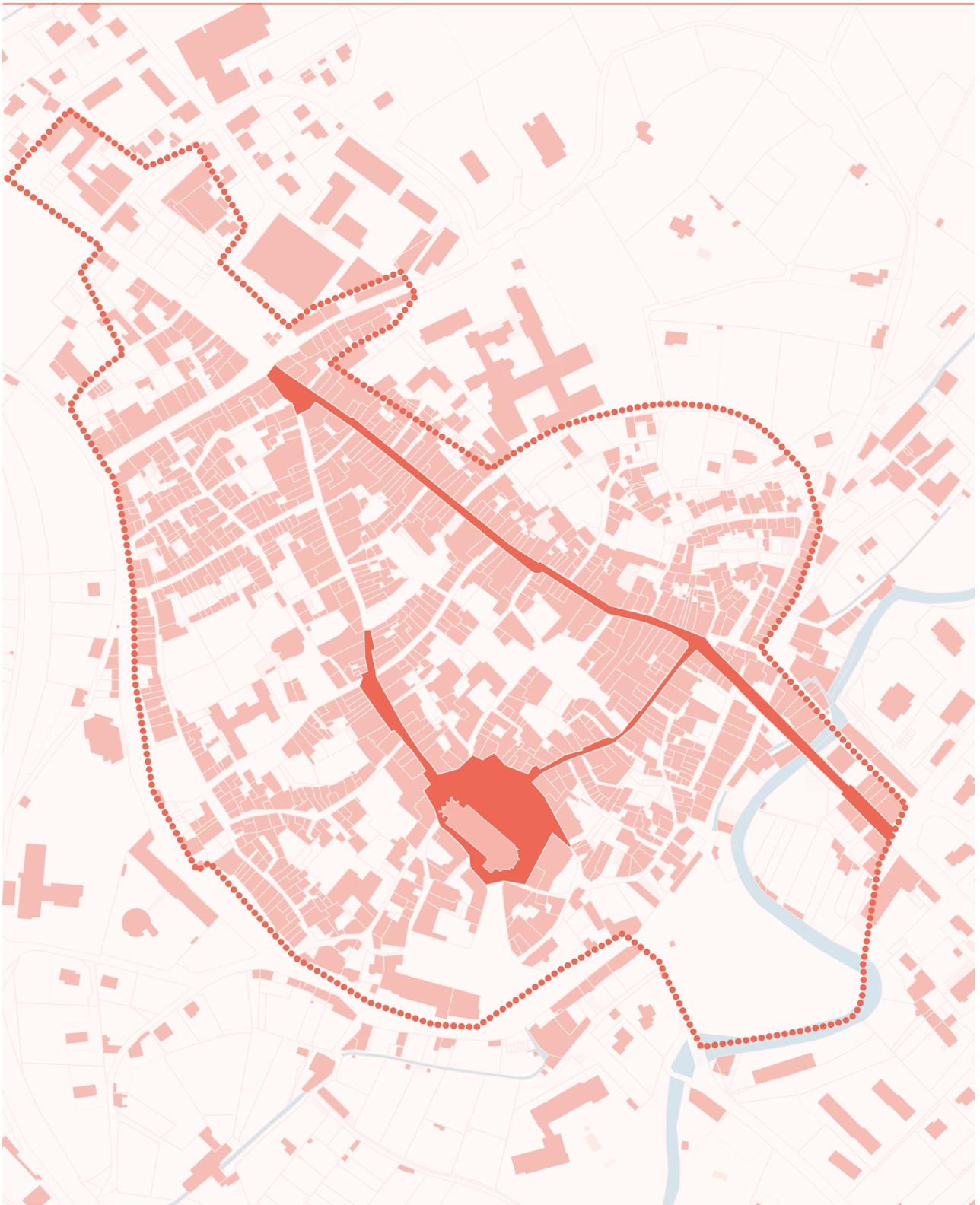
30 %

DE CES ACHATS SONT EFFECTUÉS EN CENTRE-VILLE



État des lieux du centre-ville fin 2024 :

- 26 boutiques créées, réouvertes ou agrandies
- 15 fonds de commerces repris
- 6 commerces fermés
- 5 locaux en cours de reprise et/ou en travaux



.....
*Perimètre
intervention
commerce*

■
*Linéaires
commerciaux
stratégiques*

Pour être cohérent avec le projet global porté par Die petite ville de demain, nous avons défini un périmètre commun pour qualifier le centre-ville.

Les rez-de-chaussée occupés au centre-ville

	TOTAL	Rue Camille Buffardel	Viaduc	Rue de l'Armellerie	Place de la République	Rue Notre-Dame	Rue Joseph Reynaud	Place du Mazel	Rue/place du Marché	Rue Emile Laurens	Place Saint Pierre	Bd/place Adolphe Ferrier
Services avec vitrine (cabinet, banque, assurances, agence immobilière, journal, association, etc.)	19	6		2	2				2	3	3	1
Hôtel, bar, restaurant, petite restauration	36	11	2	6	4	1	1	1	2	4	2	2
Hygiène, santé, bien-être (pharmacie, opticien, coiffure, savonnerie, massage, etc.)	16	11	1		1					1	1	1
Culture, loisirs (librairie, mercerie, fleuriste, papeterie, jeux, artisanat d'art, etc.)	18	11		4						2	1	
Equipement de la maison (meubles, objets décoratifs, electroménager, etc.)	6	3		1	1				1			
Equipement de la personne (vêtements, chaussures, bijoux, vélos, etc.)	17	11	2	1	1				2			
Tabac/presse	3		1						1		1	
Commerces alimentaires	17	8	1		3				3		1	1
Vacance conjoncturelle	9	3	1	1	1					1	1	1
Vacance structurelle	6	5							1			
Total rez-de-chaussée occupés	132	61	7	14	12	1	1	1	11	10	9	5
Total rez-de-chaussée occupés sans les services	113	55	7	12	10	1	1	1	9	7	6	4

Évolution des modes de consommation et nouveaux commerces

Actualité économique de 2024

En 2024, l'économie française affiche une croissance modérée, avec une augmentation du PIB de 1,1 %. Cette progression est principalement soutenue par le commerce extérieur, qui contribue à hauteur de 1,3 % au PIB, malgré une consommation intérieure atone.

La consommation des ménages connaît une baisse notable, même si l'inflation a diminué, atteignant 1,2 % en septembre 2024. Les consommateurs se concentrent davantage sur les produits essentiels, réduisant leurs dépenses en produits non alimentaires, qui sont passées de 10 % des ventes en magasin avant la crise COVID à environ 6-6,5 %.

Malgré une augmentation des salaires de 11 % entre mi-2021 et mi-2024, les prix ont grimpé de 13 % sur la même période, entraînant une baisse de 2 % des salaires réels et une diminution du revenu disponible. Les ménages consacrent désormais 22 % de leur budget au logement, contre 19,5 % en 2000, réduisant ainsi les dépenses pour l'alimentation, les vêtements et les loisirs.

Les tendances de consommation en 2024 montrent une attention accrue des Français à la durabilité et à l'éthique des produits (78 % des ménages déclarent prendre ces critères dans leurs choix alimentaires, source : 16^e baromètre GreenFlex - ADEME, 2023).

Exemple d'une fermeture locale et mise en perspective

La ville de Die n'est pas déconnectée des problématiques nationales et le cas de la pharmacie du Mazel qui a fermé en décembre 2024 peut être mis en perspective d'une structuration nationale.

Depuis plusieurs années, les pharmacies en France connaissent un déclin progressif. Fin 2023, le nombre d'officines en métropole est passé sous le seuil symbolique des 20 000, enregistrant ainsi une baisse de près de 11 % en dix ans.

Ce recul s'explique par divers facteurs ; la concentration d'officines dans certaines zones urbaines, la tendance aux regroupements pour améliorer la rentabilité et l'autorisation de vendre des produits de parapharmacie pour les grandes surfaces. Cette diminution inquiète particulièrement les professionnels de santé, car elle favorise l'émergence de véritables "déserts pharmaceutiques", notamment en milieu rural. D'après l'Union des Syndicats de Pharmaciens d'Officine (USPO), 2 028 pharmacies ont mis la clé sous la porte entre 2013 et 2023, soit une perte de 10 % du réseau. Plus alarmant encore, le rythme des fermetures s'est accéléré ces dernières années, avec une hausse de 17,5 % en un an.

Les raisons de cette crise sont multiples. D'un côté, les pharmacies doivent faire face à des difficultés économiques croissantes et à une concurrence accrue. De l'autre, le secteur peine à recruter de nouveaux professionnels. La réforme de 2020, avec l'introduction du PASS (Parcours d'Accès Spécifique Santé) et du LAS (Licence avec option Accès Santé), n'a pas suffi à attirer suffisamment d'étudiants vers les études pharmaceutiques, accentuant ainsi le manque de main-d'œuvre. Ceci explique en partie pourquoi il y a très peu de candidat à la reprise d'une pharmacie.

Impact de la consommation en ligne : un changement de paradigme

L'un des principaux défis pour les commerces de proximité à Die est la montée en puissance du commerce en ligne. En 2024, la consommation en ligne a continué d'augmenter, captant désormais 25 % des achats non alimentaires, un chiffre qui a triplé depuis 2018 (source : enquête sur le fonctionnement commercial de Die, CCI de la Drôme, 2023). Des secteurs comme le prêt-à-porter, l'informatique et les biens culturels sont particulièrement affectés par cette évolution.

Face à cette concurrence, les commerçants de Die doivent se réinventer et sont contraints d'offrir des services et des expériences uniques que l'on ne trouve pas en ligne : accueil personnalisé, produits locaux, conseils sur mesure, événements en boutique, etc. De plus, la ville s'efforce de rendre le centre-ville plus agréable et accessible, notamment par la mise en place d'une politique d'aide à la rénovation des façades et de devantures commerciales, de rénovation des espaces publics et d'aménagements dédiés à une circulation apaisée.

25 %

DES ACHATS
NON ALIMENTAIRES
SE FONT EN LIGNE

× 3

UN CHIFFRE
QUI A TRIPLÉ
DEPUIS 2018

Développement du marché de seconde main : Une tendance durable

La vente en ligne ne concerne pas seulement les produits neufs ; 12% des achats réalisés en ligne par les ménages du Diois portent sur des achats de seconde main.

En France, 3 personnes sur 4 ont acheté au moins un produit d'occasion au cours de l'année passée.

Le secteur connaît une forte croissance (+22%) depuis 2020. Le secteur de l'habillement draine 48% du marché au niveau national et 66% à Die.

12 % DES ACHATS RÉALISÉS EN LIGNE PAR LES MÉNAGES DU DIOIS PORTENT SUR DU SECONDE MAIN*

66 % À DIE, 66% DES ACHATS DE SECONDE MAIN PORTENT SUR DES VÊTEMENTS*

* Source : enquête sur le fonctionnement commercial de Die, CCI de la Drôme 2023.

*L'épicerie La Carline,
prise en exemple dans un média national*

Des alternatives au commerce traditionnel

Les commerces de proximité ne sont pas épargnés par un manque de vocation pour des métiers qui autrefois suscitaient le prestige. Depuis les années 1980, ce secteur connaît une diminution notable du nombre de commerce de proximité, notamment en milieu rural, où 25 à 30 % de commerces alimentaires de proximité ont disparu sans trouver de repreneur entre les années 1980 et 1990 et depuis 2010, 60 % des communes rurales ne disposent plus de commerces de proximité (source : Rapport d'information n°4968 de l'Assemblée Nationale).

Bien que toujours inconsciemment perçu comme un service public, de première nécessité, le commerçant, son rythme de vie et les contraintes liées à sa profession attirent peu les nouvelles générations.

D'autres façons de faire commerce apparaissent via la mutualisation d'une boutique, le développement d'ateliers-boutiques ou des rez-de-chaussée commerciaux qui vont accueillir des associations. Ces alternatives coopératives ou associatives sont une richesse propre à Die que beaucoup de communes rurales au taux de vacance excédant les 20 % nous envient. Die compte 1 association pour 10 habitants contre 1 association pour 50 habitants à l'échelle nationale (source : Atelier Flash - Ville Ouverte, mars 2024).

60 % DES COMMUNES RURALES NE DISPOSENT PLUS DE COMMERCES DE PROXIMITÉ

Reportage – Alternatives

Dans la Drôme, une épicerie sans patron révolutionne le commerce



Par Gaspard d'Allens et Charlie Delboy (photographies)

22 décembre 2023 à 14h38

Mis à jour le 16 janvier 2024 à 18h13

Durée de lecture : 8 minutes

Dans la Drôme, l'épicerie la Carline est devenue une institution qui transforme le territoire. Elle rachète des fermes, installe des maraîchers et investit tous azimuts pour promouvoir un autre modèle économique.

Die (Drôme), reportage

À Die, au creux du Vercors, une épicerie sans patron propose une alternative en acte à la grande distribution capitaliste. Son nom, la Carline, n'a pas été choisi au hasard. C'est celui d'une plante endémique qui d'année en année se resème d'elle-même. Un chardon coriace, prêt à affronter les milieux arides.

« Au départ, nous n'étions qu'un groupement d'achat autogéré », se souvient, Étienne, un apiculteur à l'origine du projet. Au fil des années, la structure a grandi et s'est métamorphosée, jusqu'à devenir incontournable dans la vallée. En cette fin d'après-midi, ses quinze salariés s'activent entre les rayons. On charge les dernières données venues des terres alentour, des légumes d'automne, des produits artisanaux, et bien évidemment la fameuse clairette de Die – le vin pétillant local. Les étals sont généreux. Comme si dans cette pièce se dessinait toute la richesse d'un territoire, son autonomie et son abondance.



Confitures, miel, farines, oléagineux, légumes d'automne, pain au levain naturel... Les étals sont bien achalandés. © Charlie Delboy / Reporterre

La devanture du magasin donne sur l'entrée du centre-ville dans la rue principale. Derrière la belle bâtisse dominent les falaises du Glandasse, perdues dans la brume. Le bâtiment a été entièrement rénové par des équipes de bénévoles, des soutiens, des paysans et paysannes. Depuis plus de trente ans, ensemble, ils et elles s'attèlent à inventer le commerce du futur : à la fois coopératif, bio et engagé. Leur maître mot ? L'entraide et l'essaimage plutôt que la croissance à tous crins.

« Développer une économie vertueuse à l'échelle du territoire »

La coopérative travaille avec plus de 180 producteurs et artisans en direct, tous en bio. Fait rare, quatre-vingt-trois se situent à moins de 70 kilomètres. En pleine ruralité, l'approvisionnement en circuit court est une nécessité. Elle rend la structure moins dépendante des fluctuations du marché, assure des coûts mieux maîtrisés, baisse les émissions de gaz à effet de serre lié au transport et fait vivre le pays.

« On essaie de développer une économie vertueuse à l'échelle du territoire », dit son coprésident Damien, cultivateur de champignons. Ici pas d'actionnaire, ni de dividendes, pas de quête du profit. Le modèle coopératif et ses 350 sociétaires promeuvent d'autres valeurs, comme « la recherche du prix juste ». « On n'est pas là pour rémunérer le capital, dit Étienne, on ne finance pas une économie extractiviste qui vient prendre le pognon et le placer ailleurs. On le laisse sur le territoire. »

Lutte contre les locaux vacants et taxe sur les friches commerciales

Pour lutter contre la vacance commerciale, la municipalité a pris des mesures concrètes. Les discussions avec les propriétaires de locaux vacants ont permis de présenter des porteurs de projets, de proposer des solutions temporaires d'embellissement ou des aides aux travaux.

Néanmoins, face au manque de coopération de certains, la mairie a décidé de transmettre la liste des locaux qui demeurent vacants aux services fiscaux. Ils sont désormais éligibles à la taxe sur les friches commerciales.



Deux types de vacances

La vacance conjoncturelle

La vacance conjoncturelle correspond à un local inexploité pour une période assez courte, en général moins de trois ans. Cette vacance est nécessaire à la vie économique et le renouvellement de l'occupation des locaux. Elle permet à un local de changer de propriétaire et/ou d'être réaménagé avant sa réouverture.

Le niveau de vacance commerciale devient inquiétant lorsqu'il devient systématique, qu'il n'y a pas de perspective de renouvellement ou de reconversion des espaces et que cela entraîne une dégradation de la dynamique économique locale. Ce n'est pas le cas à Die comme nous avons pu le relever précédemment grâce aux résultats de l'enquête menée par la CCI de la Drôme (la part des achats effectués à Die est en croissance et stable pour les achats réalisés en centre-ville).

Nombre de locaux concernés fin 2024 : 9

La vacance structurelle

La vacance structurelle correspond à un local inexploité pendant une longue période (plus de trois ans). Il s'agit de locaux présents sur le marché mais inadaptés à la demande (immobilier délabré, activités en inadéquation avec les nouveaux modes de consommation, surévaluation du loyer, blocage au niveau du propriétaire, spéculation, etc.)

Nombre de locaux concernés fin 2024 : 6

Pour accompagner les propriétaires de locaux en vacance structurelle, la mairie de Die mobilise son programme OPAH (Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat) appelée "Habitions mieux le centre-ville". Dans le cadre de ce programme, les différents locaux concernés ont été visités et des devis de travaux ont été établis. En moyenne, les coûts de rénovation de ces locaux s'élèvent entre 2500 et 3000€ du mètre carré en fonction de l'état de dégradation du local. Cela représente des sommes conséquentes que les propriétaires peinent à mobiliser rapidement, malgré des aides financières proposées par la commune.

Les exemples ci-dessous illustrent les moyens mis en œuvre par la Mairie de Die pour lutter contre ce type de vacance.

Focus sur un commerce vide, remobilisé en 2024

Vacance structurelle



Avant

L'immeuble du 34 rue Camille Buffardel était en vente depuis plusieurs années avant d'être racheté en 2021 par un couple qui s'installe dans le Diois. Nous les rencontrons à plusieurs reprises pour les sensibiliser au besoin d'embellir ce rez-de-chaussée et ne pas contribuer au sentiment de « commerces fantômes » dans le centre-ville. Ils acceptent une occupation temporaire des lieux dans le cadre du programme DIE FETE NOEL 2023 avec des animations les mercredis et samedis de décembre.



Après

Suite à cette expérience qui a permis d'ouvrir le local, nous les mettons en lien avec divers porteurs de projet. Finalement, l'expérience de boutique éphémère durant la saison estivale est positive et les porteurs de projet ainsi que les propriétaires décident de maintenir la collaboration. Ce local est désormais ouvert à l'année par des producteurs locaux de plantes aromatiques et de chanvre pendant que les propriétaires continuent de rénover les étages!

Un commerce vide, accompagné depuis 2023

Vacance structurelle

Le 85 rue Camille Buffardel est vide depuis plusieurs années et nécessite de gros travaux tant au niveau du local commercial que de l'immeuble, pour pouvoir être reloué. Nous avons rencontré 4 fois le propriétaire. Il a accepté un embellissement temporaire de sa vitrine pour contribuer à l'atmosphère de la ville. Nous l'accompagnons dans ses démarches d'aides aux travaux et l'avons inclus dans l'Opération "Habitons mieux", afin que l'ensemble de l'immeuble puisse être réhabilité.

Die Hawaï a présenté des travaux d'artistes pendant son festival dessiné HAAAAAH! et a répondu à des commandes spécifiques de la Mairie. Ainsi, deux ateliers participatifs d'illustration ont rencontré un franc succès dans le cadre des programmes *Die Fête Noël* des éditions 2023 et 2024.

Vitrine avant embellissement



Ateliers participatifs d'embellissement avec Die Hawaï



Exemple d'un commerce vide taxé depuis 2024

Vacance structurelle

Le 29 rue Camille Buffardel est vide depuis 12 ans. Nous avons rencontré le propriétaire au minimum 5 fois. Nous avons trouvé une porteuse de projet sérieuse prête à s'installer et prendre les travaux à sa charge, mais le propriétaire a refusé de lui louer. Ce local ne permet pas d'imaginer un dispositif d'embellissement autre que celui déjà mis en place par Villages Vivants. Il est désormais éligible à la taxe sur les locaux vacants/friches commerciales.



Un commerce vide embelli en 2022 puis remobilisé en 2023

Vacance structurelle

Le 15 rue Camille Buffardel était vide depuis 1 an. La ville a proposé à une artiste locale de l'embellir pour participer à l'ambiance de la rue. Ce type d'exposition est aussi un moyen de mettre en avant les créateurs et créatrices locaux, nombreux sur le territoire. Le local a fini par trouver preneur pour une location.

(Œuvres de l'artiste Lynn Pook (occupation temporaire))



Exemple d'un local vide transformé en boutique éphémère

Vacance structurelle

Soutenu par la mairie en 2022, le projet a donné lieu à l'ouverture d'un local pérenne

En 2002, la mairie de Die s'intéresse aux différents moyens de lutter contre les locaux vacants et inciter les porteurs de projet à s'installer dans le centre-ville. Les « boutiques éphémères » ou « boutiques test » sont des dispositifs employés dans d'autres communes avec de bons résultats. En proposant des alternatives concrètes à la vente en ligne, en misant sur l'effet de nouveauté. La boutique éphémère a permis à des créateurs de dynamiser la période des fêtes, d'inciter les Dioises et Diois à faire leurs achats en centre-ville et d'expérimenter de nouveaux modèles de commerce, comme les ateliers-boutiques ou les initiatives de primocommerçants.

La Mairie de Die facilite la sous-location d'un local (94 rue Camille Buffardel) qui n'est ouvert que pendant la période estivale afin qu'il soit occupé durant les mois de novembre et décembre.

Le collectif éphémère s'est finalement pérennisé en une boutique ouverte toute l'année au 43 rue Camille Buffardel et le 94 de cette même rue accueille désormais un glacier sur la période estivale et une boutique éphémère d'artisans et artisans pour les fêtes de fin d'année (opération renouvelée en autonomie en 2023 et 2024 - photo ci-dessous).



Bouquinerie Heyoka (boutique reprise)



Locaux en cours de travaux

Des aides financières et structurelles
pour rénover en centre-ville

Dans le cadre de l'opération
« Habitons mieux le centre-ville », l'équipe de SOLIHA
missionnée par la Ville de Die et la Communauté des
Communes du Diois, a visité plus de 100 logements dans
le centre-ville de Die. À ce jour, 13 dossiers ont été déposés
pour 6 logements vacants remis sur le marché. En 2025,
c'est une perspective de 31 logements rénovés. En parallèle,
la commune a soutenu le rénovation de 14 façades et
9 nouveaux dossiers seront validés
dès le premier trimestre 2025.

*4 exemples de rez-de-chaussée identifiés comme des cas de vacance structurelle
particulièrement suivis afin de permettre une remobilisation rapide*



Fonds de commerce repris en 2023/2024

- 1 68 rue Camille Buffardel
- 2 83 rue Camille Buffardel
- 3 Place de l'horloge
- 4 18 rue de l'Armellerie
- 5 3 rue Camille Buffardel
- 6 109 rue Camille Buffardel
- 7 3 rue Chapeau



1

2-7





8 - 9

- 8 56 rue Emile Laurens
- 9 67 rue Camille Buffardel
- 10 90 rue Camille Buffardel
- 11 14 rue Camille Buffardel
- 12 5 rue Elie Brochier
- 13 50 avenue Sadi Carnot
- 14 1 place du Marché
- 15 6 place du Marché

10 - 15



Mouvements de 2023/2024

Création, reprise
d'un local vide et/ou
déménagement
d'un commerce
ou d'une activité
en rez-de-chaussée



1

2-6



- 1 40 rue Emile Laurens
- 2 27 rue Camille Buffardel
- 3 58 rue Camille Buffardel
- 4 12 rue Emile Laurens
- 5 47 rue Camille Buffardel
- 6 15 rue Camille Buffardel





7-8

- 7 36 rue Camille Buffardel
- 8 25 rue Camille Buffardel
- 9 3 rue Notre Dame
- 10 23 rue de l'Armellerie
- 11 52 rue Camille Buffardel
- 12 Place de la République
- 13 32 rue Camille Buffardel
- 14 73 rue Camille Buffardel

9-14





15 - 16

- 15 43 rue Camille Buffardel
- 16 71 rue Camille Buffardel
- 17 15 Place du Marché
- 18 38 rue Camille Buffardel
- 19 48 rue Sadi Carnot
- 20 3 Place du Marché
- 21 30 rue Camille Buffardel
- 22 19 rue de l'Armellerie

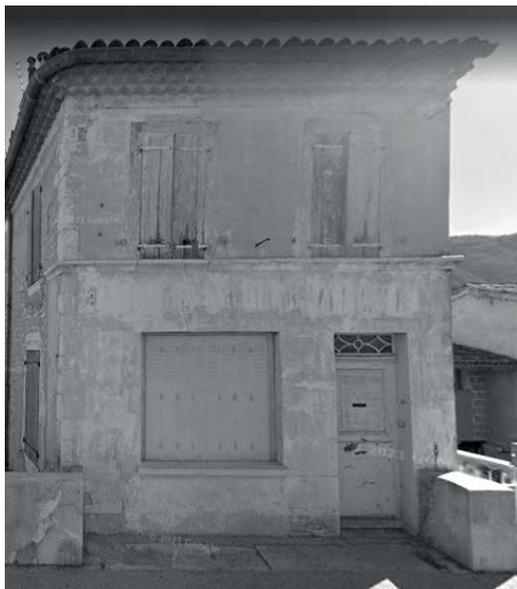
17 - 22



Focus sur 2 commerces qui se sont installés dans des locaux vides



↑ Avant
23 → L'Entrepôt, 53 Rue Camille Buffardel



↑ Avant
24 → L'Atelier du 9bis, 9 bis Rue du Viaduc



Focus sur 2 commerces qui se sont agrandis en 2024



↑ Avant
25 Les Agitées du local, 32 rue de l'Armellerie

26 Librairie Mosaïque, 32 rue Camille Buffardel



« Oui mais... ce ne sont pas des vrais commerces comme avant »

Pour expliquer pourquoi les centres-villes et les commerces de proximité ont évolué depuis les années 1980, il est important de considérer plusieurs facteurs liés à l'économie et aux changements sociétaux.

Le libéralisme économique

Le libéralisme économique, qui prône la libre concurrence, la dérégulation et la réduction de l'intervention de l'État, a eu un impact significatif sur le commerce depuis les années 1980. Cette approche a favorisé la dérégulation des marchés (moins de contrôles étatiques ont permis une plus grande liberté d'installation des grandes surfaces et des centres commerciaux, souvent en périphérie des villes, au détriment des commerces de proximité), la concurrence accrue (les petites boutiques ont dû faire face à une concurrence intense de la part des grandes chaînes, qui peuvent proposer des prix plus bas grâce à leur pouvoir d'achat et leurs économies d'échelle) et la financiarisation de l'immobilier par capitalisation.

Le capitalisme mondialisé

Le capitalisme mondialisé avec son accent sur la maximisation des profits et la croissance continue, a aussi contribué à ces changements. Les grands groupes ont investi massivement dans les hypermarchés et les centres commerciaux, attirant une clientèle plus large grâce à une offre diversifiée et des prix compétitifs, favorisant ainsi la croissance des grandes surfaces. L'ouverture des marchés internationaux a permis l'importation massive de produits à bas coût, ce qui a exacerbé la pression sur les petits commerces, incapables de rivaliser sur les prix. Enfin, les modes de vie ont considérablement changé, influençant directement les habitudes de consommation en privilégiant la quantité et la rapidité à la qualité et la proximité. Aussi, l'urbanisation et l'étalement urbain ont participé à l'expansion des villes et conduit à la création de zones commerciales en périphérie, éloignant les consommateurs des centres-villes.

La montée du consumérisme

Avec une préférence pour les achats de masse, les promotions, et les expériences d'achat centralisées, l'attention des consommateurs se porte plus vers les grandes surfaces où ils peuvent se rendre en voiture et effectuer l'ensemble de leurs achats au même endroit.

La financiarisation de l'immobilier

Alors qu'initialement la plupart des commerçants étaient propriétaires de leur local, la création de foncières et le modèle de capitalisation a favorisé les investissements fonciers sur ce type de locaux. Le commerçant est désormais le plus souvent locataire. Il rachète un fonds de commerce puis doit s'acquitter mensuellement d'un loyer qui ne fait que croître d'années en années, ce qui vient directement impacter son exercice et sa rentabilité.

Quelle est la place d'une mairie face à ce système ?

Une mairie ne fait pas rempart à ce système. Suivant ses orientations politiques, elle peut agir de façon à plus ou moins le favoriser ; mais à l'inverse, elle dispose de très peu de moyens et de pouvoirs pour l'entraver. La mairie en tant que collectivité territoriale intervient en tant que « facilitateur » mais n'a pas le pouvoir d'être un acteur direct de la vitalité commerciale de sa commune, elle ne peut mêler l'intérêt général et public aux intérêts privés et commerciaux. Elle peut en revanche mobiliser des outils qui vont faciliter le travail des acteurs principaux.

À Die, nous avons la chance de regorger d'acteurs engagés, investis dans la réflexion et la construction d'alternatives. Parfois à rebours d'une recherche de croissance directe et infinie, ces positionnements commerciaux fonctionnent mais provoquent des changements qui, comme tous changements, nécessitent des temps d'adaptation et d'acceptation.

Redynamiser le cœur des villes grâce au commerce de proximité

Pierre Lescoat, Aurélien Rouquet et Jean-Baptiste Suquet

Les chercheurs en sciences de gestion Pierre Lescoat, Aurélien Rouquet et Jean-Baptiste Suquet décryptent les conditions de réussite du soutien aux petits commerces de proximité

Ces dernières décennies, le commerce des centres-villes a été fortement fragilisé. En 2016, un rapport de l'inspection générale des finances a mis en lumière cette situation, incitant l'Etat à lancer, en 2018, le programme national de rénovation urbaine baptisé « Cœur de ville », destiné en particulier aux villes de taille moyenne. Il y avait d'autant plus urgence à agir pour l'Etat qu'après avoir été confrontés à la concurrence des grandes surfaces en périphérie, les commerces de centre-ville ont dû ensuite affronter l'essor du commerce en ligne, qui a été accéléré par la crise due au Covid-19.

Si l'Etat s'est récemment emparé de la question, de nombreuses collectivités ont dès le début des années 2000 mis en place des démarches moins médiatisées, qui visaient à revitaliser leurs commerces en centre-ville. On y a vu parfois une volonté de transformation du centre-ville en « centre commercial à ciel ouvert ». Au Royaume-Uni, dans les années 1990, des initiatives dites « de *town center management* » se sont répandues, visant, en un mot, à lutter contre le taux de vacance commerciale dans les villes à travers des politiques consistant à y attirer les grandes enseignes.

Pourtant, le développement du commerce du centre-ville ne signifie pas nécessairement la disparition des petits commerces au profit des grandes enseignes, et ne se réduit pas à la poursuite d'un objectif marchand. Une étude menée dans le cadre de l'ouverture de Reims Commerce montre en effet la diversité des logiques de redynamisation des commerces de centre-ville.

Ces stratégies localisées s'accompagnent parfois de l'embauche de personnes qui se consacrent à la revalorisation des centres-villes : les manageurs de centre-ville. Cette dénomination recouvre en fait un ensemble d'experts aux parcours et aux visions différentes. On peut y retrouver des points communs : un suivi du taux de vacance, un engagement auprès des commerçants, artisans et parfois artistes, la fine connaissance du tissu économique local et politique, les partenariats avec les associations de commerçants, le souci de l'organisation urbaine du centre-ville. Au-delà de pratiques professionnelles, c'est surtout la rencontre des commerçants et l'intérêt pour leur ville qui permet à ces acteurs de réussir la redynamisation de leur centre-ville.

Expérience renouvelée

Ces experts, en plus de leur connaissance du tissu économique local, sont capables de travailler avec de fortes contraintes budgétaires et de s'adapter dans des environnements publics mouvants et parfois conflictuels (entre la région et la municipalité par exemple). Ils parviennent à fédérer l'ensemble des services de la ville en faisant parfois de leur lieu de travail un guichet unique dévolu aux commerçants. Il s'agit alors de montrer l'engagement auprès d'eux par une simplification d'accès aux différents services administratifs. L'ouverture d'un « bureau de commerce », implanté en centre-ville, devient le point nodal qui facilite le contact avec les commerçants ainsi qu'avec leurs clients, et permet de montrer que la ville et la région soutiennent leurs activités.

Le guichet unique n'est qu'une étape pour aller à la rencontre des commerçants et privilégier leur écoute. Ces « bureaux de commerce » peuvent aussi constituer des lieux de sociabilité, où formations, vernissages et mise en valeur d'artisans locaux sont organisés. Pour que ce bureau du commerce ne soit pas confondu avec un office du tourisme, il est nécessaire de les différencier à la fois en termes de localisation et en termes d'image, pour ne pas qu'ils entrent en compétition.

Redynamiser le centre-ville par le commerce équivaut rarement à y attirer les grandes enseignes commerciales, qui préfèrent se maintenir en périphérie. Il s'agit plutôt de créer une communauté urbaine et de travailler avec les associations de commerçants pour faciliter le maintien des petits commerces indépendants dans le centre-ville. Il s'agit aussi d'attirer de nouveaux commerçants pour réduire le taux de vacance à son minimum. Les boutiques éphémères représentent alors une manière efficace de développer le commerce de centre-ville, tout en offrant aux consommateurs de nouvelles expériences.

C'est d'ailleurs dans cette alliance entre commerçants offrant une expérience de consommation renouvelée et un public à la recherche d'une consommation locale et engagée que les centres-villes trouvent leur modèle, selon nous, le plus abouti. On observe alors la coconstruction d'une communauté durable, sensible aux enjeux sociaux et environnementaux, basée sur des valeurs communes et sur la mutualisation des ressources. Cela conduit par exemple à la mise en place de livraisons mutualisées via des acteurs de cyclologistique, ou bien à des améliorations du recyclage des déchets. On est ici bien loin d'un centre commercial à ciel ouvert qui standardiserait les pratiques de consommation.

Pierre Lescoat, Aurélien Rouquet et Jean-Baptiste Suquet sont enseignants-chercheurs à Neoma Business School

Grenoble

Fermeture en série des commerces : « Rétablir la circulation et le stationnement, ça ne ramènera pas de la fréquentation »

Zara, Cosmos, Urban culture, Liu-Jo,... Dans le centre-ville de Grenoble, on ne dénombre plus les locaux commerciaux vides ou dont les produits sont en cours de liquidation. Une tendance négative qui pèse sur le moral des commerçants encore en activité.

Emilien Terme - 23 févr. 2025 à 06:01 - Temps de lecture : 2 min

« Ce que les gens viennent chercher dans les centres-villes, c'est la convivialité. Il faut créer cette ambiance avec des gros événements comme le marché de Noël ou des rendez-vous plus ponctuels comme la déambulation de lutins qui ont, tous deux, permis d'attirer les gens au centre-ville. Il y a un vrai potentiel événementiel. On a besoin que les commerçants soient acteurs de cette attractivité et que tout le monde joue le jeu », assure Alan Confesson.

Comme Barbara Schuman, conseillère métropolitaine déléguée au commerce, l'adjoint au commerce à la Ville de Grenoble est convaincu que le retour des Grenoblois dans les commerces du centre-ville passera par un rythme d'animation soutenu.

Il se place cependant en contradiction avec la position exprimée de cette dernière concernant l'accessibilité du centre de Grenoble : « On peut rétablir la circulation et le stationnement de partout, supprimer toutes les rues piétonnes, ça ne ramènera pas de la fréquentation dans le centre-ville. L'accessibilité en voiture n'est pas le sujet principal. En étant la troisième plus grande ville de la région, nous ne pouvons pas avoir un fonctionnement avec des voitures partout, ça ne peut pas être prospère commercialement ».

A lire aussi 📍 DL Entreprises

[Les riches heures du Relais de l'empereur et de la famille Latry à Montélimar](#)
[« Nous avons stoppé la désindustrialisation en France », estime Nicolas Dufourcq, président de Global Industrie](#)
[Guerre commerciale entre les États-Unis et l'UE : quel impact sur l'économie française ?](#)

« Les cyclistes ne sont pas des extraterrestres »

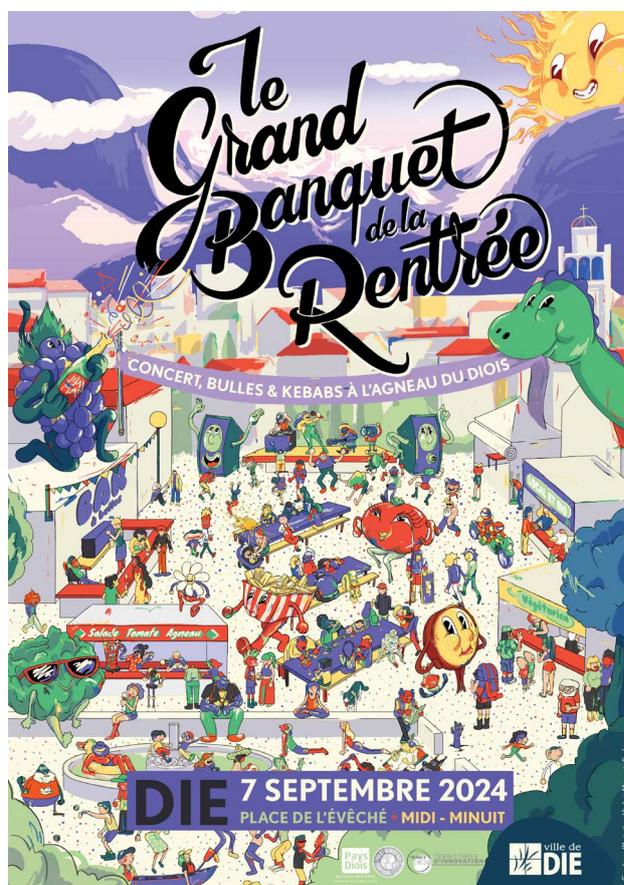
Face aux critiques concernant la pose d'arceaux à vélo, Alan Confesson assure que si « leur emplacement peut être discuté », leur nécessité est bien réelle : « L'offre est complètement saturée. Le samedi soir, ça devient très difficile d'accrocher son vélo et c'est un joyeux bazar. L'installation d'arceau ne plombe pas l'activité des commerces, bien au contraire. Les cyclistes ne sont pas des extraterrestres, ils consomment comme les autres Grenoblois. »

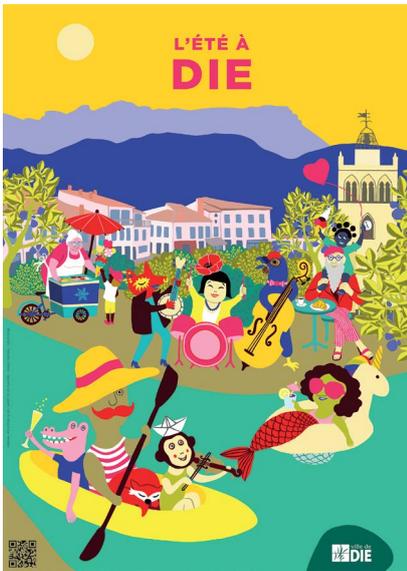
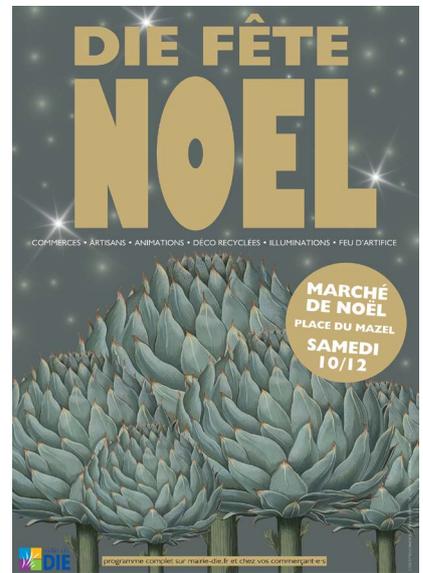
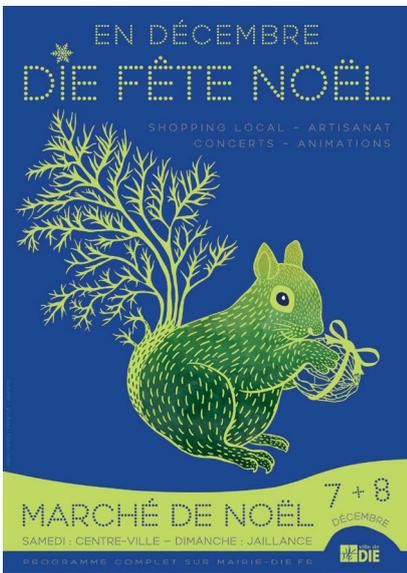
Malgré le constat implacable d'une baisse de l'attractivité du centre-ville, l' élu grenoblois estime que la diversité commerciale est un levier essentiel pour sortir de la crise : « Je pense qu'on est arrivé au taquet de ce qu'on peut avoir comme bar ou restaurant dans le centre-ville et on a besoin de voir revenir d'autres activités. Il faut encourager les investisseurs qui le peuvent à aller vers moins de facilité, faire moins de bars à bière et apporter plus de diversité dans l'offre commerciale.

Les épicerie de vente en vrac sont en plein essor. Les commerces qui mettent l'accent sur le bio et le local ont une croissance d'activité, on peut en tirer quelques enseignements. On ne consomme pas comme il y a 40 ans. » [Les études commandées par la Métropole](#) permettront-elles d'affiner l'offre ? Réponse à l'automne.

Quels outils la Mairie de Die mobilise ?

- Recrutement d'une chargée de mission dédiée qui coordonne l'Observatoire du commerce local, accompagne les porteurs de projet, fait le lien entre élus et commerçants, met en place un programme d'animations, rencontre les propriétaires des locaux vacants, accompagne les commerçants (mise en place d'un rdv mensuel, mise en place d'ateliers notamment sur le numérique et la gestion d'une fiche Google ou des réseaux sociaux), etc.
- Réflexion et mise en place d'un projet de centre-ville global qui allie divers sujets (travaux, mobilité, embellissement, accessibilité).
- Marketing territorial via les programmes *L'Été à Die* (juin - juillet - août) et *Die Fête Noël* (décembre). Ces deux programmes mettent en lumière la diversité et la multiplicité des activités soutenues ou offertes par la mairie. Ils sont étudiés pour permettre une communication pertinente et attrayant et sont largement diffusés afin de promouvoir Die.
- Création de nouveaux rendez-vous en centre-ville pour fédérer les différents acteurs (*Le Grand Banquet de la Rentrée*, *Journées Européennes des Métiers d'Art*, *Braderie des commerçants*, *Refile* et *Défile*, etc.)
- Comité Consultatif des Mobilités qui regroupe tous les acteurs concernés par les déplacements en centre-ville et qui fait des propositions pour que chacun puisse accéder au centre-ville.
- Maintien du stationnement gratuit sur l'ensemble de la commune. Et pour renforcer l'attractivité du centre-ville et l'efficacité des zones bleues, elle a recruté un agent ASVP dédié à leur surveillance.
- L'aménagement et l'entretien des espaces publics est primordial dans l'attractivité d'un centre-ville; OPAH, réflexion sur l'aménagement de la place du Mazel et de la place Saint Marcel sont déployés pour penser et mettre en œuvre le centre-ville de demain.
- Eviter l'étalement commercial et maintenir les activités commerciales en centre-ville grâce au travail concerté d'écriture du PLUi avec la Communauté des Communes du Diois
- Encouragement et aide à l'installation de lieux de travail en centre-ville (exemple : L'Avant-Poste) qui participent à la vie économique et entraîne des flux de personnes.
- Aide à l'implantation de commerces : test de boutiques éphémères, embellissement des vitrines vides, accueil des porteurs de projet et aide dans leurs démarches
- Aide aux travaux des locaux commerciaux (via la CCD et la Région) et aide à la rénovation des devantures commerciales (via la mairie). L'Architecte conseil a reçu 47 personnes depuis le lancement de l'opération, avec un investissement de 40 628 € pour 12 projets de rénovation (7 façades et 5 devantures).





Affiches des différentes manifestations mises en place par la Mairie en lien avec les associations et commerçantes de Die.

MARCHÉS DE DIE

LUNDIS (juin - juillet - août)
MERCREDIS & SAMEDIS (toute l'année)

LES LUNDIS : 17h30 - 20h devant le collège-lycée
Marché de producteurs bio & locaux, opéra musical
avec les cultures du Marché Marseillais
LES MERCREDIS & SAMEDIS : 8h - 13h Place de la République
Marché annuel : producteurs*, primeurs*, artisans*, ...
*bio et non-bio

LA BRADERIE DES COMMERÇANTS

SAMEDI 15 AVRIL 2023
LIBRAIRIE, JEUX,
VÊTEMENTS, EPICERIE,
BOUTIQUES D'ARTISANS
CREATEURS...

Grand déballage de printemps dans
les rues commerçantes de Die

10h - 19h

>> Dans les rues commerçantes <<
Grand déballage - Librairie, jeux,
vêtements, épicerie...

>> Sur le Viaduc <<
Petit marché producteurs,
créateurs, gourmandises...

SAMEDI 3 SEPTEMBRE

LA BRADERIE 2022 DES COMMERÇANTS

18h30 >> APÉRO
clôture du FORUM
devant l'école de musique

DIE, RUES COMMERCANTES ET VIADUC
10H30 - 19H00

LES JEUX' DIE SOIRS

20-27 Juin et 3-10 Août 18h-22h Centre-Ville

Jeux de Société Jeux coopératifs Jeux de rôle
Jeux d'extérieur Jeux de piste Jeux dégustatifs
Escape Game Concerts Pac Man Géant

EVÈNEMENT GRATUIT ET TOUT PUBLIC

LE GRAND VOYAGE DE PROXIMITÉ

Pourquoi partir loin quand on peut voyager en proximité ?

Les commerçants de Die vous invitent à déambuler dans les rues et à voyager à travers leurs vitrines pour faire vos courses de Noël et pourquoi pas tenter de remporter l'un des nombreux lots offerts pour la TOMBOLA

- ★ Déambulations musicales
 - ★ Soups - Vin chaud
 - ★ Démonstration de tournage sur bois
 - ★ Dégustation vin nature - chocolats
 - ★ Caravane de crêpes
 - ★ Spectacle de bulles de savon
 - ★ Piano ambulant

Samedi 18 décembre 2021
Décollage prévu dès 9h et atterrissage à la fermeture des commerces

LE RÉBUS DE PÂQUES

COMMENT FAIRE ?

- Remplissez les 3 phrases du rébus de Pâques au verso de cette fiche grâce aux indices disposés sur les vitrines des commerces participants.
- Déposez votre fiche remplie dans la boîte aux lettres devant la Stationnerie NOU (13 rue du Viaduc) avant le 5 mai 2022 !

QUAND ?

- Quatre tirages au sort seront fait les jeudis soirs à 19h : le 14/04, le 21/04, le 28/04, le 05/05
- A chaque tirage au sort il y a 3 lots à gagner : du chocolat bien sûr et des DIZZ*
- Les gagnants seront contactés par téléphone les jeudis soirs.

LISTE DES COMMERCES PARTICIPANTS :
(adhérents de l'association des commerçants CTOUDIE)

- Le savon de chez NOU	- L'Entrepôt	- Fromagerie de Die
- Chocolat'ala	- Océano	- La Carline
- Mercerie La fine Clochette	- Optique Doizat	- L'as de Tréfil
- Histoire de Fringues	- Saveurs du Terroir	- Atelier du 9 bis
- Atelier C.Marcel	- Les petite Fourneaux	- Bijouterie Opale
- Confiserie Aichard	- Opicion Bessart	- Jaja Culture
- Caron	- L'armellier	- Dix sou
- Coiffure Le Salon Bio	- Pharmacie d'Herin	- Librairie Mosaïque
- Boucherie Macquim	- Café Voltaire	- Le café des Lys
- Epicerie Centrale	- Les agisses du local	- Secours Populaire
		- L'étréole

* Les DIZZ sont à dépenser dans les commerces de Die qui participent au DIZZ !

ville de DIE

VENDREDI 16 JUIN 2023 À DIE

DÉPARTS ET ARRIVÉES
PLACE DE LA RÉPUBLIQUE **18H**

RELAIS DE LA VILLE

PROJET PORTÉ PAR LE DIE ATHLETIC CLUB
3 COUREURS PAR ÉQUIPE

3 RELAIS DE 700 M - ENFANTS 8-12 ANS
INSCRIPTIONS À PARTIR DE 17H15 - DÉPART 18H

3 RELAIS DE 2,5 KM - ADULTES
INSCRIPTIONS À PARTIR DE 17H15 - DÉPART 18H

20H15 PLACE DE LA COMTESSE

BAL POPULAIRE

- ★ LA BANDE À MONO (spectacle monocycle)
- ★ BACHTALO (chorale dioloise des Balkans)
- ★ MATHIS & NICOLAS (duo guitare percussions)
- ★ MARRO (rock)
- ★ DJ VINE
• bovette, cuisine vietnamienne et végétarienne

RECHERCHE BÉNÉVOLES !
Rendez-vous le 25 mai à 18h en mairie

Le Printemps des Poètes à Die du 9 au 25 Mars 2024

Dès le 11 Mars : 2 expositions + 1 scénographie !

- Exposition "GRÂCE" dans les commerces de Die (poèmes Morane SAULNIER, illustrations Laorie SAULNIER)
- Exposition "Un éclat à saisir" dans le hall de la Mairie (dessins des ateliers de modèle vivant de Diolois expression et l'Avant Posté mis en poèmes)
- Déambulez sur le "viaduc de la poésie" : suivez la ligne blanche !

Samedi 9 et 16 Mars : stand de poète public au marché !

Dimanche 17 Mars 10h-12h30 : Atelier peinture-poésie à la Galerie du 10, avec Odile Touillier et Morane (+ café/crêpes) 20 €/personne sur inscription par sms au 03324688338

Jeu 21 Mars dès 18h30 : « De grâce ! Un verre ! » performance poétique autour du vin et de l'ivresse avec Julien Dudgeon (saxophone et guitare) Morane Saulnier (lecture, mise en mouvement) >> Jaja Culture, rue Camille Buffardel, performance au chapeau !

www.printemps.book.fr
www.cie-larayonne.org

LA GRÂCE

Printemps des Poètes - 25 ans
Du 9 au 25 mars 2024

Affiches des différentes manifestations mises en place par la Mairie en lien avec les associations et commerçantes de Die.

Le mot de l'équipe municipale : un centre-ville dynamique et attractif, un projet collectif

« L'avenir du commerce à Die repose sur une collaboration étroite entre la municipalité, les commerçants et les habitants. Les commerçants ont un rôle clé à jouer en s'inspirant des bonnes pratiques observées ailleurs et en s'adaptant aux nouvelles attentes des consommateurs. Les habitants ont aussi un rôle essentiel à jouer en faisant le choix d'une consommation responsable et de proximité. La commune s'engage, elle, à maintenir le centre-ville accessible, un cadre de vie agréable et participer à l'organisation d'évènements fédérateurs.

Enfin, notons qu'un rez-de-chaussée qui accueille une activité, qu'elle soit commerciale, médicale ou associative fait vivre le centre-ville. Toutes ces activités permettent à différentes personnes pour différentes raisons de se retrouver au même endroit. Une fois ces personnes présentes, il appartient aux commerçants de les attirer dans leurs boutiques grâce à une vitrine attractive, une offre renouvelée et/ou des horaires adaptés.

Vivre ensemble en centre-ville ne se limite pas à une consommation immédiate, mais englobe un ensemble d'activités qui renforcent le lien social et la cohésion de la ville. C'est cette réalité qu'entend défendre notre municipalité. »

Ville de Die
Ville de Die
ville du Die

Mairie de Die
7 rue Félix Germain
26150 Die

economielocale@mairie-die.fr
04 75 21 08 77
mairie-die.fr