

ÉCONOMIE

Dieppe : les atouts du commerce de centre-ville et les projets

Mireille LOUBET

Publié 14/09/2017 18:45

Mise à jour 14/09/2017 21:56



L'inévitable Grande-Rue, la principale artère commerciale dieppoise. Ici la réussite d'un commerce est quasiment assurée et les banques suivent les projets sans ciller. Mais comment faire pour étendre ce succès aux rues adjacentes ?

Économie. Ils sont le marqueur économique d'une ville et de son attractivité : les commerces de proximité, du centre-ville sont loin d'être sinistrés à Dieppe. Néanmoins, la redynamisation doit être accompagnée.

Non, la morosité ambiante au sujet de la mort lente des centres-villes en France n'a pas encore gangrené totalement la ville de Dieppe. « *Le commerce à Dieppe se porte bien et ce n'est pas être excessif de le dire* », avance directement **Lucien Lecanu**, adjoint en charge de l'économie. Une déclaration qui fait écho à celles de commerçants installés en centre-ville. Quand on interroge **Françoise Gateau**, qui a ouvert depuis sept ans sa boutique de prêt-à-porter (Ascot)

au cœur de la Grande-Rue, elle est aussi positive. « *J'essaie de rester optimiste. Dieppe a beaucoup d'atouts qui soutiennent le commerce : un beau front de mer et un beau port de plaisance, une rue piétonne très agréable, de nombreuses animations. Dieppe reste attractive* », explique celle qui a rejoint l'association des commerçants, Les Vitrines de Dieppe, dès l'ouverture de sa boutique. Pour elle, le commerce de proximité n'est pas mort, loin de là, pour peu que les commerçants eux-mêmes s'en donnent la peine. « *Nous devons proposer une offre de service que l'on ne trouve pas sur internet ou dans les grandes chaînes. Être là pour conseiller. Dans mon cas, pouvoir faire les retouches ou un ourlet dans la journée. Quand il y a un service auprès de la personne, quand nous sommes ouverts au moment où les clients sont disponibles, les dimanches ou en soirée, ça marche* ».

L'analyse est identique pour **Élise Denoitte**, 32 ans, à la tête de trois boutiques de prêt-à-porter (Urban Chic, La Suite et Joséphine) toutes situées rue Saint-Jacques, ouvertes en 2010, 2014 et 2017.

Une boucle piétonne

Le sens de l'accueil privilégié, le choix de marques de renom et inédites jusque-là dans la ville font partie intégrante d'un business plan bien huilé, réfléchi en amont et efficace. « *Moi je ne râle pas car je fais partie des boutiques qui ouvrent quand les clients sont là. Et ça fonctionne, sinon je le ferais pas* », témoigne-t-elle. La preuve qu'avec de la volonté et une stratégie solide, le commerce de centre-ville a encore sa place, y compris en dehors de la seule Grande-Rue piétonne où la fréquentation se concentre naturellement.

En dépit de ces réussites individuelles, des cases commerciales vides ont du mal à rouvrir. Premier obstacle, depuis plusieurs années, la Ville essaie de convaincre les bailleurs de baisser les loyers exigés, mais sans succès. L'extension de la piétonnisation de l'hyper-centre est envisagée mais tous les commerçants ne sont pas convaincus de l'avantage de cette solution. « *Ils ne sont toutefois pas opposés à une expérimentation qui serait menée en pleine saison* ». Ce qui repousse le test de plusieurs mois, selon Lucien Lecanu. L'idée étant de proposer une boucle piétonne complète (de la rue de la Barre, en passant par la place du Puits-Salé, la place Nationale et la rue Saint-Jacques) qui serait bien matérialisée. En attendant de recentrer sa réflexion dans l'hyper-centre, la Ville travaille aussi sur la périphérie, au Bout du quai par exemple ou encore à Neuville. « *Nous recherchons des bailleurs pour transformer des bas d'immeubles en cases commerciales de proximité. Un recensement de ces cases a démarré* », poursuit l'élu. Il espère un soutien de l'État : le réseau [centre-ville en mouvement](#), auquel Dieppe a adhéré il y a quatre ans, réclame que le renouveau des centres-villes soit déclaré grande cause nationale, en 2018. Un coup de pouce très attendu pour la sauvegarde des centres-villes.

Les Vitrines en sommeil ?

Entre les commerçants et la municipalité dieppoise le dialogue est constant. Mais l'entente n'est pas aussi cordiale entre commerçants. Aussi l'association les Vitrines de Dieppe

pourrait prochainement se mettre en sommeil. Il faut dire que l'association ne rassemble qu'une soixantaine de membres (à peine un tiers des commerces). Réunis mardi soir, les membres actifs des Vitrines envisagent sérieusement une mise en sommeil de l'association. « Pour que ça fonctionne bien, il faudrait être 100 ou 110

à travailler ensemble », note Françoise Gateau, la vice-présidente. Les forces en présence seront recensées en février,

et si les effectifs restent désespérément bas,

les Vitrines baisseront le rideau.

Le commerce dieppois au rapport

Dieppe est une ville-centre encore épargnée par le déclin commercial grâce à un taux de vacance inférieur à 7,5%.

Le commerce en centre-ville de Dieppe peut s'enorgueillir d'une bonne capacité d'adaptation aux nouveaux modes de consommation et de résistance aux unités commerciales périphériques. « Le taux de vacance des commerces se situe entre 5 et 6 % alors que la moyenne nationale est plutôt à 10 %. Ce n'est pas satisfaisant pour autant et il faut toujours avancer sur la redynamisation », commente Lucien Lecanu, adjoint dieppois en charge de l'économie. Des études nationales soulignent les atouts de la ville en la matière mais aussi les dangers qui la guettent.

En janvier 2017, Procos, fédération du commerce spécialisé, lançait son premier palmarès des centres-villes marchands les plus dynamiques de France (hors Paris et la région parisienne). À partir de sa représentativité (260 enseignes du commerce spécialisé sont adhérentes de la fédération), son expertise en urbanisme commercial, sa connaissance des facteurs de dynamisme du commerce des villes, la fédération a établi différents classements. Ses chiffres sur la vacance des commerces dieppois (entre 5 et 7,5 %) corroborent ceux de la municipalité. « *Le chiffre d'affaires des magasins dieppois est à l'indice 82, c'est-à-dire 18 % de moins que la moyenne nationale. Mais le taux d'effort, soit le chiffre d'affaires par rapport au loyer est deux fois moindre. Le résultat est moyen pour une ville de cette taille mais cela signifie que les commerçants peuvent encore vivre de leur activité* », analyse Alexandre de Latisse, responsable d'études chez Procos.

Un taux de vacance en baisse

Dans un rapport sur la revitalisation commerciale des centres-villes publié en juillet 2016 par l'Inspection générale des finances, la ville de Dieppe est mentionnée plusieurs fois. Elle figure, notamment aux côtés de Fécamp, Elbeuf, Lisieux, Granville et Saint-Lô dans les villes où « *la vacance est modérée mais commence à annoncer un déclin de commercialité* ». Néanmoins, Dieppe a vu son taux de vacance diminuer depuis 2012. Ses atouts sont d'être une ville centre et touristique. Mais des handicaps s'accroissent : perte de population, situation socio-économique défavorable (taux de pauvreté élevé, pression fiscale). Ce rapport insiste sur les

bonnes pratiques à développer pour concurrencer l'offre commerciale périphérique. « *Les commerçants indépendants doivent cultiver leur différence en mettant à profit les tendances qui leur sont favorables : essor des valeurs d'alterconsommation, attractivité renforcée des petits formats, évolution du commerce vers les services, valorisation de l'expérience-client* ».

M. L.-A.

Mireille LOUBET

<http://www.paris-normandie.fr/actualites/economie/dieppe--un-rapport-sur-l-etat-du-commerce-AP10863065>