

CONSTRUIRE DIJON AUTREMENT

COMMUNIQUÉ DE PRESSE Dijon, le 7 novembre 2025

L'arbre qui cache la forêt !

L'arrivée de SHEIN au BHV : un symbole des défis économiques et sociaux de la France

Ce n'est pas de la célèbre sculpture de l'arbre tournant, autrefois installée devant les Galeries Lafayette, dont il est question aujourd'hui, mais bien de l'arrivée de SHEIN au BHV, récemment rebaptisé en urgence. L'implantation d'un corner dédié à la marque chinoise au sein de ce temple du commerce, fréquenté par une clientèle aisée, révèle une réalité économique et sociale que nos élites locales semblent enfin découvrir. La métropole, s'appauvrit, et notre capacité à produire localement s'amenuise.

Un succès populaire qui interroge

De Paris à Dijon, en passant par Angers et Limoges, l'ouverture de corners SHEIN, même éphémères, rencontre un franc succès auprès des consommateurs, malgré les réticences des citoyens et des élus. L'exemple dijonnais, où un espace éphémère a connu une affluence record en juin dernier, en témoigne : le consommateur applaudit là où le politique s'indigne.

Des solutions existent, mais nécessitent des choix courageux

Face à cette réalité, il est urgent d'agir. Plusieurs pistes sont envisageables :

Renforcer les contrôles : plus de 80 % des articles vendus sur la plateforme ne respectent pas la réglementation européenne.

Faire payer le vrai coût du transport, aujourd'hui sous-évalué. Alors que l'Europe souhaite instaurer une taxe sur les petits colis, saviez-vous que La Poste perd de l'argent à chaque colis chinois livré, en raison d'un tarif postal préférentiel accordé à la Chine. Celle-ci est toujours considérée comme un pays en développement ! Pour illustration : un colis de 90 grammes partant de Chine, ne rapporte que 1,14 € à La Poste, bien en deçà du coût réel de traitement.

Un modèle social à réinventer

Au-delà de ces mesures, c'est l'ensemble de notre modèle social, très généreux mais aujourd'hui à bout de souffle, qui doit être repensé. Le « tout gratuit » ne fonctionne plus. Dans un contexte de surendettement de la France et de sortie difficile des emprunts toxiques de la ville et de la Métropole, les annonces préélectorales de la municipalité sortante interrogent : entre la troisième ligne de tramway (200 M€ annoncés, 400 M€ en réalité), le Parc des Expositions (60 M€), la restauration de Notre-Dame et Saint-Philibert (12 M€), et le Grand Théâtre de Dijon, ce sont des centaines de millions d'euros qu'il faudra emprunter et rembourser.

CONSTRUIRE DIJON AUTREMENT

Réconcilier citoyen et consommateur : une nécessité

Pourtant, il est possible de concilier les attentes des citoyens et des consommateurs :

Faire des choix d'avenir : réinterroger, par exemple, le projet de la troisième ligne de tramway.

Informier et éduquer : qui sait qu'un repas à la cantine, facturé entre 0,56 € et 7,30 €, coûte en réalité 13 € ? Ou qu'un voyage Divia ne coûte pas 1,40 €, mais trois fois plus ?

Utiliser la puissance d'achat des collectivités pour favoriser la proximité, sans entraver la libre concurrence.

En période préélectorale, la tentation des promesses faciles est grande. Pourtant, c'est le moment de rappeler qu'il existe des solutions concrètes, fondées sur une gestion rigoureuse et responsable.

Nous appelons toutes les forces politiques et citoyennes à un débat de fond sur les choix économiques et sociaux de notre territoire, pour concilier attractivité, justice sociale et responsabilité budgétaire.

Pour Construire Dijon Autrement,

Franck AYACHE

Ludovic BONNOT

Contact presse : construiredijonautrement@gmail.com