La version définitive de cet article a été publiée dans l'ouvrage suivant :
A. Gasnier (dir.), 2010, *Commerce et ville ou commerce sans la ville ? Production urbaine, stratégies entrepreneuriales et politiques territoriales de développement durable*, Rennes, PUR, pp. 171-183

Du quartier à la ville durable ?
Les commerces de proximité dans l'action de la Mairie de Paris

Antoine Fleury
Chercheur au CNRS
UMR Géographie-cités
(CNRS, Paris 1, Paris 7)

Depuis les années 1960, le commerce francilien a été marqué par l'irruption de la grande distribution. Le développement des grandes surfaces, qui s'est fait principalement en périphérie, a eu un double impact sur le commerce parisien : d'une part la perte d'une partie de la clientèle de banlieue, qui a cessé d'effectuer certains de ses achats à Paris, et d'autre part un mouvement d'évasion commerciale de certains consommateurs parisiens. Néanmoins, il ne faut pas « sous-estimer l'énorme capacité de résistance et de réponse de ce commerce central qui a toujours en main l'atout incontournable de sa centralité » (Metton, 1997, p. 47). Ainsi, du fait de leur ancrage historique et de leur accessibilité, du maintien de grands volumes de population résidente et d'emploi, le commerce de détail et les services aux particuliers ont réussi à résister à Paris.

Cette résistance ne va pas sans de profondes transformations. L'appareil commercial des centres-villes s'est affiné et tente de faire jouer la concurrence à son avantage en centralisant les équipements de haute qualité et les magasins à fort rayonnement (Desse, 2001). Si cette tendance se vérifie à Paris, les commerces et services de proximité ne s'en sont pas moins maintenus, même si c'est là encore au prix de profondes modifications de la nature des activités présentes (APUR, 2005, 2009). Les services en tous genres se sont développés : banques et assurances, agences immobilières, téléphonie, agences de voyage et boutiques de tourisme, etc. Tout ce qui touche à l'équipement et au soin de la personne s'est maintenu. A l'inverse, le commerce de bouche ne cesse de décliner depuis 2003, à l'exception des supérettes développées par les grands groupes de distribution.

Ces transformations du paysage commercial sont souvent assimilées à une « crise » du commerce de proximité par la population et les élus (Desse, 2009). C'est tout particulièrement le cas à Paris où elles ont conduit les pouvoirs publics à placer le commerce de proximité au cœur de leur politique. L'objectif de cet article est de décrire les différents leviers d'action mis en place par la Mairie de Paris depuis 2001 pour revaloriser les commerces de proximité, tout en caractérisant leur insertion spatiale et les différents objectifs poursuivis. A partir de là, il s'agira de mesurer quelle est la part du développement durable dans les présupposés de cette action, tout en évaluant la durabilité effective des interventions.

1. Formes d'action

Ces dernières années, la Mairie de Paris a développé une action novatrice en direction de des commerces de proximité. Par ce terme, nous renvoyons à différents types de commerces qui ont comme point commun d'être « situés dans ou proches de zones résidentielles et dont la fréquentation peut se faire à pied ou en voiture lors d'un déplacement inférieur à dix minutes » (Fournié, 2008, p. 255). L'action de la Mairie sur ce type de commerce prend trois formes principales, traitant soit des commerces eux-mêmes, soit de leur environnement.

1.1 Déléguer le droit de préemption : l'action de la SMAEST depuis 2004

En 2004, en concertation avec les associations et acteurs économiques locaux, la Mairie de Paris a mis en place une opération en faveur du maintien et du développement des commerces de proximité. Dénommée « Vital'Quartier », cette celle-ci a été confiée à une société d'économie mixte, la SEMAEST (Société d'Economie Mixte de l'Est de Paris), dans le cadre d'une convention publique d'aménagement. L'opération comprenait d'abord six secteurs, avant d'être étendue à cinq nouveaux secteurs en 2008[1].

Pour mener à bien sa mission, la SEMAEST bénéficie d'avances remboursables de la Ville de Paris : 57,5 M€ Vital'Quartier 1 (2004-2015) et 34 M€ pour Vital'Quartier 2 (2008-2021)[2]. Selon le *Rapport d'activité 2008* de la SEMAEST, les deux opérations représentaient un budget total de 152 M€ en 2007, ce qui lui donne de larges marges de manœuvre pour acheter des locaux commerciaux en rez-de-chaussée, de gré à gré ou par l'usage du droit de préemption dont elle est délégataire, de les rénover, puis de les commercialiser au profit de commerçants de proximité ou d'artisans. Dans chaque secteur, des diagnostics commerciaux et des études socio-démographiques ont été réalisés, qui ont permis de définir les objectifs à atteindre et d'élaborer des plans d'action. Le travail de la SEMAEST se fait en collaboration avec des groupes de travail réunissant élus, représentants d'associations et de commerçants qui l'épaulent en termes de veille commerciale, mais participent aussi à l'élaboration des plans d'action et au suivi de leur mise en œuvre. La mission de la SEMAEST est d'engager une nouvelle dynamique dans le tissu commercial, avant que le secteur privé ne prenne le relais. Si la SEMAEST assure la gestion locative des fonds de commerce, l'objectif à terme est de revendre ces locaux pour rembourser les avances. Cependant, il faut noter qu'une autre méthode, plus souple, a également été mise en oeuvre : lorsque des acquéreurs privés de locaux s'engagent à poursuivre ces mêmes objectifs, la SEMAEST leur propose un protocole actant cet engagement et renonce alors à exercer son droit de préemption.

1.2 Réglementer les évolutions du commerce : le Plan d'Urbanisme Local (PLU) de 2006

En même temps qu'elle confiait cette opération très spécifique à la SEMAEST, la Mairie de Paris réfléchissait déjà à la mise en plus de nouvelles réglementations, pour donner un caractère plus global à son action en faveur du commerce de proximité. Alors que dans le Plan d'Occupation des Sols (POS), le commerce ne bénéficiait pas d'un

[1] En 2007, la Ville de Paris a confié à la SEMAEST la mission d'acquérir des locaux commerciaux dans le Quartier latin afin d'y maintenir ou d'y installer des commerces culturels. Comme il s'agit d'une logique spécifique et relativement différente des autres secteurs, le Quartier latin ne sera pas traité ici.
[2] Source : www.semaest.fr (dernière consultation le 24/11/2009).

dispositif spécifique de protection[3], le Plan Local d'Urbanisme (PLU) approuvé par le Conseil de Paris en juin 2006 a mis en place des outils réglementaires « pour protéger des espaces permettant le maintien d'une offre commerciale diversifiée » (APUR, 2004, p. 1).

Le dispositif principal concerne 230 km de rues (sur un total de 1460) qui correspondent aux « axes et pôles commerciaux les plus significatifs en raison de leur diversité commerciale et de leur rayonnement » (APUR, 2004, p. 3). Sur ces axes, les commerces et artisanats existants ne pourront être transformés en logements ou en lieux de stockage[4]. Pour les « rues-marchés » (21 km), une mesure particulière a été prise pour le maintien de l'artisanat alimentaire. Le changement de destination des locaux artisanaux situés en rez-de-chaussée et en bordure de voie doit y être interdit. Le dispositif concerne à la fois les locaux commerciaux où sont exercées des activités traditionnelles de fabrication artisanale et ceux où les produits alimentaires sont préparés, conditionnés et vendus sur place. Enfin, le Plan Local d'Urbanisme (PLU) comprend des dispositions très restrictives en matière d'entreposage pour contenir le développement du commerce de gros. La fonction d'entreposage est désormais interdite dans les immeubles d'habitation ; par ailleurs, pour bénéficier de la destination « commerce », les locaux concernés ne doivent pas comporter plus du tiers de leur surface destinée à l'entreposage. Cette mesure vise explicitement le commerce de gros : elle doit mettre un frein au développement des boutiques de vente de gros installées dans les rez-de-chaussée des immeubles d'habitation.

1.3 Aménager les espaces publics de proximité : la politique des « quartiers verts » depuis 2001

Les « quartiers verts » constituent l'un des volets de la politique menée par la Mairie de Paris depuis 2001 dans le domaine des déplacements. Ils concernent les espaces publics de proximité où l'objectif est à la fois de restreindre la circulation automobile au profit des piétons et de mieux organiser le stationnement. Mais les aménagements de voirie ont aussi pour objectif d'améliorer le cadre de vie dans sa dimension paysagère (Fleury, 2007). Utilisation de matériaux et d'équipements plus nobles, mobilier urbain de qualité, refonte de l'éclairage, augmentation de la présence végétale constituent autant d'outils pour améliorer le paysage des rues et des quartiers concernés. Ces aménagements visent également à redonner aux espaces publics leur fonction sociale et à favoriser l'animation des rues concernées, en les rendant plus attractives.

Ce faisant, la Mairie a développé un autre levier d'action sur les commerces de proximité, indirect cette fois-ci puisqu'il concerne plutôt leur environnement. Comme le rappelle la *Charte des quartiers verts* (2003), l'aménagement des espaces publics doit conduire à « mettre en valeur les commerces ». Les quartiers verts doivent ainsi amener les usagers – clientèle potentielle pour les commerces – à venir et/ou à s'attarder dans la rue. Ils comprennent aussi le plus souvent la création d'aires de livraison qui sont directement destinées à faciliter le travail des commerçants, ou tout du moins à éviter que les nouveaux aménagements ne mettent en péril leur activité. L'amélioration

[3] La fonction commerciale était incluse à l'intérieur de la destination globale « activités » ; seuls étaient nettement différenciés les Grands magasins qui bénéficiaient d'un COS de 3.

[4] Ce dispositif est renforcé sur certains axes commerciaux « à rayonnement régional ou international ou commercialement destructurés » (APUR, 2004, p. 3), soit 18 km sur les 250 km, où une règle impose la création de rez-de-chaussée commerciaux dans tout programme de construction ou de rénovation.

matérielle de l'espace public doit également valoriser les boutiques et permettre aux commerçants de déployer terrasses ou étalages. Il n'est donc pas étonnant que les commerçants soient invités à participer au processus de concertation, au même titre que les autres acteurs locaux (résidents, associations, etc.)[5]. Ils apparaissent même parfois très impliqués, comme en témoigne l'exemple du quartier vert Jonquière où ils ont réclamé un stationnement unilatéral, l'élargissement des trottoirs, ainsi qu'un meilleur éclairage[6].

2. Contextes locaux

L'étude des contextes locaux dans lesquels s'insèrent ces différentes formes d'action permet de mettre en évidence les quartiers qui cristallisent plus particulièrement la politique de la Mairie de Paris (voir carte 1 en annexe). La typologie suivante peut être établie, même si certains types peuvent localement se recouper.

2.1 Maintenir le commerce de proximité au niveau des centralités locales

L'étude des contextes locaux dans lesquels s'insèrent les aménagements d'espaces publics (Fleury, 2007) montre que ces derniers sont en majorité réalisés au niveau des centralités qui ne sont pas des centralités métropolitaines, l'une plus tournée vers l'agglomération – mais comprenant malgré tout une surreprésentation de commerces de proximité – et l'autre de portée plus locale (tableau 1). Ces aménagements s'inscrivent plus particulièrement dans des espaces à la fois résidentiels et dynamiques sur le plan commercial, en particulier pour leurs commerces de proximité[7]. On trouve ce profil au cœur de Paris mais surtout dans les arrondissements périphériques. C'est d'ailleurs l'un des critères de définition des périmètres : un quartier ne peut devenir un quartier vert que s'il accueille des fonctions commerçantes et/ou touristiques à l'origine d'une « vie de quartier », d'un certain « dynamisme local »[8].

Les aménagements programmés dans le cadre des quartiers verts sont de surcroît réalisés en priorité dans les rues commerçantes, comme les rues de Bretagne (3e), d'Aligre (12e), de la Jonquière (17e) ou encore des Abbesses (18e). Celles-ci concentrent une bonne partie des moyens alloués aux quartiers verts, l'opération pouvant même s'y réduire dans certains cas, comme pour la rue des Abbesses à Montmartre ; et à bien souvent, les commerçants jouent un rôle non négligeable dans ce choix, comme en témoigne le cas de la rue de la Jonquière (Billard, 2006). Ces rues commerçantes sont en conséquence les plus transformées : élargissement des trottoirs, rénovation de l'éclairage et nouvelles plantations. Parmi elles, on retrouve en outre les voies bénéficiant d'une mesure particulière pour maintenir l'artisanat alimentaire dans le cadre du PLU. Il s'agit notamment des rues du Cherche-Midi (6e), Cler (7e), d'Aligre (12e), de la Pompe (16e), de la Jonquière (17e), Lepic (18e), de Belleville (19e et 20e) ou

[5] Depuis 2001, les aménagements donnent lieu à un processus de concertation dans le cadre des conseils de quartier, à la fois au moment du diagnostic et au moment des propositions d'aménagement. Si globalement les procédures de concertation restent plus consultatives que participatives, elles n'en associent pas moins étroitement les acteurs locaux (Fleury, 2007).

[6] Entretien avec S. Poli, Adjoint au Maire du 17e arrondissement, 13/02/2006.

[7] Ainsi, plus d'un tiers des IRIS compris dans les périmètres de « quartiers verts » ont un profil où sont surreprésentés les commerces de proximité. De surcroît, on trouve des IRIS appartenant à ce contexte commercial dans 22 « quartiers verts » sur 36.

[8] Selon Jean-Luc Dumesnil, conseiller chargé des circulations douces et du stationnement au cabinet de Denis Baupin, entretien du 07/02/2006.

encore de Ménilmontant (20e) pour ne citer que celles-là. Toutes sont situées dans des quartiers correspondant à des centralités infra-métropolitaines et le plus souvent locales. Elles sont pour certaines aussi comprises dans les secteurs SEMAEST (rue de la Jonquière, rues de Belleville et de Ménilmontant par exemple). La convergence apparaît donc de manière évidente entre la politique d'aménagement des espaces publics et la politique commerciale développées par la Mairie de Paris.

Tableau 1. Les « quartiers verts » dans leurs contextes commerciaux[9]

Dimension principale des différenciations commerciales	Types de commerces : les caractéristiques de chaque classe	Nombre d'IRIS à l'échelle parisienne	Proportion des IRIS composant les « quartiers verts » dans le total des IRIS parisiens (en %)
Les centralités métropolitaines : les plus denses et les plus spécialisés	Grande diversité commerciale, surreprésentation des commerces de masse, des commerces liés aux loisirs et au tourisme	68	7,5
	Surreprésentation des commerces populaires et dans une moindre mesure des commerces de proximité et des commerces de masse	26	4,3
Les centralités infra-métropolitaines : moins denses et moins spécialisés	Surreprésentation des commerces de masse et commerces de proximité	160	24,5
	Surreprésentation des commerces de luxe, des grands magasins et dans une moindre mesure, des commerces de masse	8	2,0
	Surreprésentation des commerces de proximité	309	35,6
Périphéries : faibles densités de tous commerces	Sous-représentation de tous les types de commerces	338	26,2

Source : BDCOM 2003

2.2 Développer le commerce de proximité dans un contexte de faibles densités commerciales et/ou de déclin commercial

Un quart des IRIS composant les « quartiers verts » est caractérisé par de faibles densités commerciales et une diversité commerciale limitée (tableau 3). De plus, ces IRIS se concentrent tout particulièrement dans certains « quartiers verts », principalement situés dans les arrondissements périphériques. Les pouvoirs publics cherchent à renforcer la cohérence et l'image de ces quartiers par l'aménagement des espaces publics, autour d'un centre, préexistant ou à créer (Fleury, 2007). Dans certains quartiers, les aménagements visent à assurer les conditions d'émergence d'un centre, comme par exemple dans le quartier vert Aqueduc. Ainsi, la place T10, située au cœur géographique du quartier, est appelée à devenir une centralité commerciale et ludique à l'échelle du quartier (Billard, 2006). Dans d'autres quartiers, de petits noyaux de

[9] La typologie provient d'une Classification ascendante hiérarchique établie en considérant les densités commerciales pour chaque catégorie d'activité (qui au nombre de 30) à l'échelon des IRIS et en les rapportant au profil des densités parisiennes (Fleury, Mathian, Saint-Julien, 2008). Cette typologie en 7 classes permet de schématiser 32 % des différenciations entre les IRIS.

commerces de proximités existent. Dans ce cas, les aménagements viennent là encore renforcer ces noyaux et leurs alentours, pour les rendre à la fois plus accessibles et plus lisibles : la rue du Rendez-vous dans le quartier vert Voûte-Bel Air, la place de l'Abbé Hénocque dans le quartier vert Peupliers (Billard, 2006), etc.

Certains de ces « quartiers verts » particulièrement marqués par de faibles densités commerciales coïncident avec les secteurs SEMAEST (Belleville et Sorbier notamment). Mais la SEMAEST intervient en fait le plus souvent dans des contextes caractérisés par une densité et une diversité commerciales relativement importantes. Plusieurs secteurs y ont en effet été identifiés qui souffrent d'une disparition progressive des activités commerciales, celle-ci touchant en particulier les commerces de proximité. La proportion des locaux commerciaux vacants dans les différents secteurs, toujours supérieure à la moyenne des IRIS parisiens (11 % du total des locaux commerciaux), en témoigne. Les quartiers de Belleville et de la Fontaine au Roi (11e et 20e arrondissements), ainsi que le quartier des Epinettes (17e) constituent les cas les plus préoccupants, avec respectivement 17 %, 26 % et 20 % de locaux vacants[10]. Enfin, le dispositif principal du PLU, qui s'applique à 230 km de rues, englobe bien sûr aussi une partie des rues de ces quartiers, mais il ne permet sans doute pas de lutter contre le déclin commercial de manière aussi efficace que l'action de la SEMAEST.

2.3 Agir contre la spécialisation commerciale

L'action visant à maîtriser les processus de spécialisation commerciale relève principalement de la SEMAEST et des dispositifs mis en place par le PLU, mais certains « quartiers verts » prennent en compte cette dimension. La Mairie parle plutôt de « monoactivité », considérant que celle-ci se fait au détriment des commerces de proximité. Le terme de « monoactivité » peut renvoyer en premier lieu à un type particulier de commerce de détail, de niveau métropolitain le plus souvent. Ce sont le commerce d'articles érotiques et le commerce informatique qui focalisent l'attention. Trois secteurs SEMAEST sont concernés (tableau 2) : Saint-Denis (1er), quartier très central où les sex shops se sont multipliés depuis quelques décennies (Garden, Pinol, 2009) et qui concentre aujourd'hui plus d'un tiers des commerces d'articles érotiques parisiens ; Daumesnil-Montgallet et Daumesnil (12e) où plus d'un quart des commerces informatiques parisiens se concentrent, qui se sont installés là dans les années 1990, suite à l'ouverture du magasin Surcouf. A chaque fois s'appliquent également les dispositifs du PLU explicités ci-dessus.

La « monoactivité » renvoie en second lieu à un autre type de commerce de détail, le commerce « ethnique », terme désignant « une activité pratiquée par des personnes qui utilisent et s'appuient sur des réseaux ethniques sur le plan du financement [...], de l'approvisionnement, sur celui du recrutement du personnel et parfois même sur celui de l'achalandage » (Ma Mung, 1996, p. 214). Plusieurs secteurs SEMAEST ont été délimités en fonction de ce type de commerce (tableau 2). Il s'agit des secteurs Lancry et Entre-deux-gares dans le 10e (commerces africain, indien et pakistanais), Epinettes dans le 17e (commerce africain, phone-shops). Mais la question des « commerces ethniques » est aussi l'une des raisons justifiant la création de « quartiers verts ». C'est par exemple le cas pour le quartier vert Aqueduc (10e) ou le quartier vert Jonquière (17e), correspondant successivement en partie aux secteurs SEMAEST Entre-deux-Gares et

[10] Source : BDCOM 2003.

Epinettes. Les aménagements visent en effet à résoudre les conflits d'usage et à « travailler sur la cohabitation[11] » entre les différents groupes.

Enfin, le terme de « monoactivité » englobe les commerces de gros, qui reste présent à Paris. Si le commerce de gros est depuis longtemps installé dans certains quartiers du centre de Paris comme le Sentier ou le Marais (Garden, Pinol, 2009), il constitue une nouveauté dans d'autres quartiers, en particulier dans le secteur Sedaine-Popincourt (APUR, 2007). Outre le Plan Local d'Urbanisme (PLU), les secteurs SEMAEST englobent la majorité des quartiers concernés (tableau 2) : la maroquinerie et la bijouterie à Beaubourg-Temple (3e), l'import-export de textiles et de chaussures à Sedaine-Popincourt (11e), la confection à Saint-Denis (quartier du Sentier, 3e), l'habillement à Lancry (autour de la rue Saint-Martin, 10e). Certains de ces quartiers sont également l'objet d'aménagements d'espaces publics dans le cadre de « quartiers verts » visant notamment à maîtriser l'appropriation de l'espace public par les commerçants, notamment au moment des livraisons (Sentier, Lancry).

Tableau 2. Commerces spécialisés et commerces de proximité dans les secteurs SEMAEST (en % du nombre total de locaux commerciaux)

Nom du secteur	Commerce de gros (en %)	Stockage en boutique (en %)	Vente de matériel informatique (en %)	Vente d'articles érotiques (en %)	Commerces de proximité (en %)
Beaubourg-Temple	**45,2**	**1,3**	0,0	0,1	7,9
Belleville	0,5	0,4	0,4	0,0	20,6
Daumesnil	0,5	0,3	**13,8**	0,0	19,4
Daumesnil-Montgallet	1,1	0,2	**3,5**	0,0	20,9
Entre-deux-gares	2,0	0,1	0,4	0,2	20,4
Epinettes	0,9	0,3	0,5	0,0	24,5
Fontaine-au-Roi	**12,0**	0,3	0,4	0,0	15,9
Lancry	**20,8**	0,2	0,1	0,1	19,6
Saint-Denis	**41,6**	**0,8**	0,1	**2,8**	6,9
Sedaine-Popincourt	**12,3**	0,2	0,2	0,0	15,4
Secteurs SEMAEST	0,2	0,1	1,0	0,3	14,7
Profil moyen parisien	*12,4*	*0,3*	*0,4*	*0,1*	*15,8*

Source : BDCOM 2003. En gras, les pourcentages supérieurs au profil moyen parisien.

Dans ces quartiers et pour ces trois types de spécialisation, les élus locaux ont relayé les demandes des résidants. En effet, certains d'entre eux déplorent la disparition des commerces de proximité au profit des autres activités, dénonçant ce qui leur apparaît comme une moindre diversité commerciale. La transformation du paysage de la rue, perçue comme une dégradation, constitue un autre argument des habitants, repris par les pouvoirs publics. Pour les commerces de gros, les nuisances induites par les livraisons (encombrements, nuisances sonores, etc.), ainsi que les risques d'incendie

[11] Charlotte Nenner, adjointe au maire du 10e arrondissement, chargée des Transports, de la Circulation et de la Voirie. Entretien du 02/02/2006.

sont plus particulièrement dénoncés. Pour les commerces informatiques, les commerces ethniques et les sex shops, ce sont plutôt des nuisances liées à l'intense fréquentation des lieux – avec une dimension morale évidente pour les sex shops – qui sont mises en avant. Dans ce cas, l'enjeu est de résoudre les conflits d'usages, en suivant par exemple les demandes de certains résidants qui se plaignent du bruit le soir et du non-respect des règles de stationnement.

3. Commerces, durabilité et proximité

L'action de la Mairie de Paris s'appuie sur un certain nombre de présupposés qu'il convient d'interroger au regard de la question de la durabilité. Après avoir examiné le rôle des principes du développement durable dans les politiques commerciales développées à Paris, il s'agira de s'interroger sur la durabilité effective des interventions menées dans ce cadre.

3.1 Des outils pour une ville plus « durable » ?

On retrouve certains des grands principes du développement durable dans la volonté de maintenir et de renforcer la densité et la multifonctionnalité à Paris – en y maintenant la fonction résidentielle tout en y développant l'emploi – sur le modèle de la « ville compacte ». L'enjeu est aussi d'éviter la multiplication des déplacements d'achat motorisés, en particulier entre Paris et les communes de banlieue. Le maintien des services et commerces de proximité dans les quartiers résidentiels est également perçu comme un moyen de réactiver le lien social, de favoriser le « vivre ensemble » au niveau local : c'est la dimension sociale du développement durable. En négatif, on retrouve la notion dans le discours contre la « monoactivité » : il s'agit d'activités qui ne sont pas en lien avec leur environnement, qui au contraire induisent des nuisances, et dont la localisation au cœur de Paris n'est pas considérée comme « durable ». Mais cette notion est finalement assez peu présente dans les discours concernant la politique commerciale. Elle l'est davantage en ce qui concerne l'aménagement des « quartiers verts », qui consistent – rappelons-le – essentiellement en aménagement de voirie destinés à une meilleure gestion des déplacements.

La politique commerciale de la Mairie de Paris prend en fait plus de sens si on la replace dans le contexte du regain d'attachement et d'intérêt pour l'échelon local, à la parmi la population et dans l'action publique. Comme le rappelle R. Péron, *« le thème de la proximité spatiale centrée sur l'habitat, sur le quartier, n'a jamais inspiré les revendications urbaines et les promesses des élus autant qu'aujourd'hui (…) : le commerce n'échappe pas à ce regain »* (Péron, 2001, p. 51). Le commerce constitue bien l'une des préoccupations croissantes des habitants. La consultation qui a précédé l'élaboration du PLU l'a rappelé. Les résultats de l'enquête par questionnaires menée par la Mairie de Paris sont éloquents puisque une grande majorité des répondants expriment leur accord avec la politique visant à protéger les commerces de proximité (Mairie de Paris, 2005, p. 6)[12]. Ces derniers cristallisent en fait l'attachement au quartier comme lieu de sociabilité dans la proximité, organisé autour de la rue commerçante et du marché

[12] A la question « Le PLU prévoit des dispositions visant à protéger le commerce de proximité à Paris (…). Etes-vous personnellement d'accord avec cette orientation ? », 59 % des répondants se disent « tout à fait d'accord », 31 % « plutôt d'accord », 5 % « plutôt pas d'accord » et 2 % « pas du tout d'accord ». Il faut préciser que 120 000 questionnaires ont été remplis et que le profil des répondants est assez proche de la composition de la population parisienne (Mairie de Paris, 2005, p. 2).

(Humain-Lamoure *et al.*, 2007)[13]. Localement, cela se traduit par des pressions croissantes sur les élus contre certaines activités désormais considérées comme nuisibles ou pour préserver les commerces de proximité. Ces questions ont été placées au cœur des campagnes électorales, avant d'être reprises dans les politiques mises en œuvre, alors même que, malgré d'importantes recompositions, le commerce de proximité reste stable en nombre de points de vente. Au final, ces opérations et dispositifs visent à satisfaire aux exigences des électeurs parisiens (Fleury, 2007). Ce faisant, la politique commerciale apparaît plus comme une réponse à des exigences locales que comme un outil de développement durable.

On ne peut que s'interroger sur la durabilité d'une politique qui s'appuie sur une vision trop idéalisée de la ville et de ses commerces, sur une nostalgie du modèle communautaire, celui-ci se présentant, *« comme susceptible d'assurer, ou en tout cas faciliter une unité fusionnelle, favorable à l'épanouissement harmonieux du vivre ensemble, une unité du type de celles que peuvent générer les liens affectifs familiaux ou une forte culture commune établie sur l'exercice des mêmes activités, le partage des mêmes conditions matérielles, la cohésion des croyances religieuses, toutes formes d'unités qui caractérisaient de fait aussi bien les villages dans la société rurale que les quartiers ouvriers ou bourgeois nés de la ville industrielle du XIXe »* (Péron, 2001, p. 56). Les Parisiens sont attachés aux commerces de proximité comme au quartier mais ils les *idéalisent* largement, le petit commerce renvoyant à l'image du « village » dans la ville (Fayt, 2000), de manière totalement décalée, parfois, avec leurs pratiques de la ville et notamment leurs pratiques d'achat (Desse, 2009).

3.2 Quels effets dans la longue durée ?

Cela n'empêche pas de tenter d'évaluer la durabilité effective des interventions de la Mairie de Paris. Il faut souligner tout d'abord la dimension relativement novatrice de certains dispositifs, comme l'opération menée par la SEMAEST. D'ailleurs, ce dispositif a depuis été organisé et généralisé par le législateur. En effet, selon les dispositions de la loi du 2 août 2005 et du décret du 26 décembre 2007, les communes ont désormais la possibilité de préempter les fonds de commerce, fonds artisanaux et baux commerciaux. Ce faisant, la préemption est traditionnellement réservée aux immeubles, mais elle a été élargie aux sessions de fonds de commerce ou de droit au bail par cette loi. Ce dispositif a été complété par la LME qui permet aux communes d'effectuer une préemption dans le cas d'une mutation. Il faut noter que le législateur a prévu qu'une commune puisse décider de déléguer son droit de préemption sur une partie de la zone concernée à l'Etat, une collectivité publique, un établissement public ou une société d'économie mixte à participation publique majoritaire.

Mais les politiques en faveur du commerce de proximité rencontrent un certain nombre de résistances, notamment sur le plan juridique. En premier lieu, certaines des dispositions du PLU visant à protéger le commerce de proximité ont fait l'objet d'un recours du Préfet de Région qui a abouti à l'annulation de certaines dispositions du PLU par le Tribunal administratif de Paris (en 2007) et par la Cour administrative d'appel de Paris (en 2009), le juge administratif considérant qu'il y avait atteinte au droit de propriété. En second lieu, certains observateurs insistent sur l'insécurité juridique et

[13] Dans l'enquête menée auprès de 564 Parisiens en juin 2006, qui avait notamment pour objectif de cerner les éléments de définition du quartier, le commerce de proximité est l'élément de définition le plus cité (97 %). De plus, 11 % des personnes interrogées le citent en première position.

économique de la préemption, notamment en matière de renouvellement des baux et de relation bailleur/locataire, avec un risque de contentieux ; ils invoquent également son coût élevé pour la commune. En troisième lieu, il y a bien sûr aussi des résistances au niveau de la structure commerciale elle-même. On ne peut que constater le nombre limité de locaux maîtrisés par la SEMAEST[14], malgré l'ampleur des investissements. Or, même si les pouvoirs publics misent sur un « effet boule de neige » dans les quartiers concernés par les problèmes de « dévitalisation » ou de « monoactivité », cela n'est pas encore démontré. Des investigations sur le temps long doivent encore être développées pour mesurer la portée de ces décisions[15]. Pour l'heure, ce sont plutôt des effets non escomptés qui ont été relevés. L'APUR (2006) a par exemple mis en évidence la diversification des activités commerciales dans les « quartiers verts »… aux dépens des commerces de proximité.

On peut enfin s'interroger sur la durabilité d'une politique qui répond plus aux préoccupations des riverains qu'à celles de l'ensemble des clients potentiels. Cette politique tend de surcroît à privilégier les exigences et les besoins des habitants les plus favorisés, comme en témoignent les types de commerces nouvellement installés (produits bio, caves à vin, accessoires de décoration, etc.)[16]. A l'inverse, certains types de commerces apparaissent stigmatisés, en particulier les commerces « ethniques ». Or, s'ils modifient le paysage de certaines rues, ils n'en assurent pas moins des fonctions diversifiées. En particulier, ils ne se réduisent pas à un « commerce communautaire » mais assurent aussi un « commerce banal » correspondant à « la distribution de produits et services courants à une population dont n'est pas issu le commerçant » (Ma Mung, 1992, p. 56). Quant aux commerces d'articles érotiques, leur stigmatisation se limite à la rue Saint-Denis, plutôt populaire, et ne concerne pas Pigalle, alors même que le quartier concentre un tiers des commerces de ce type, sans doute parce que les énormes intérêts de l'économie touristique de la capitale sont en jeu.

Conclusion

Aujourd'hui encore, les commerces de proximité maillent l'espace parisien de manière quasiment complètement ; il y a également une densité importante, beaucoup plus élevée que dans les grandes villes françaises et que dans certaines capitales européennes. Pour autant, les commerces de proximité suscitent une action relativement importante de la part des pouvoirs publics, avec de nouveaux outils, ainsi que des budgets non négligeables. Mais plus que de répondre à des impératifs de développement durable, il s'agit de répondre à des préoccupations locales. La dimension affective de cette politique semble considérable, le commerce de proximité apparaissant comme une valeur à préserver, comme un élément du lien social et de l'urbanité. Néanmoins, si cette « durabilité » apparaît comme l'un des horizons de la politique commerciale, la question sociale ne s'en pose pas moins. Cette politique semble accompagner le mouvement de « gentrification commerciale » à l'œuvre dans certains

[14] La proportion des locaux maîtrisés par la SEMAEST oscille entre 1,2 % dans le secteur Saint-Denis et 6,4 % dans le secteur Daumesnil-Mongallet. Elle est en moyenne de 3 % dans les six secteurs concernés. Enfin, ces locaux représentent 0,3 % des locaux commerciaux à Paris (sources : BDCOM 2003 et Rapport d'activité 2008 de la SEMAEST).

[15] Cela nécessitera la mise à disposition par l'APUR des bases données postérieures à 2003.

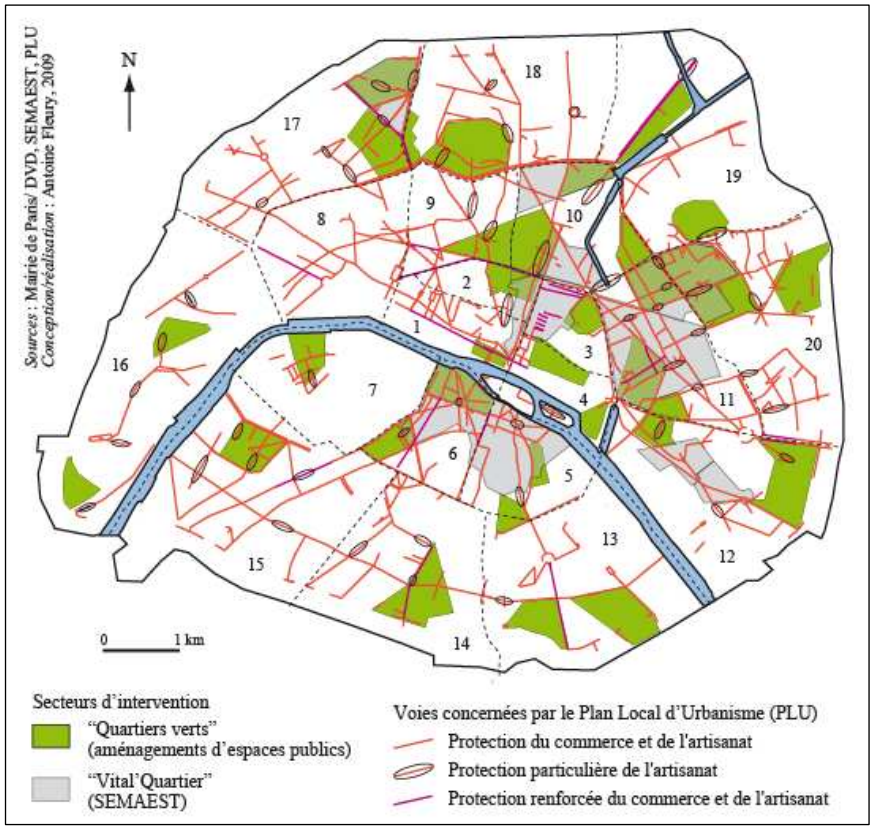
[16] Voir le site de la SEMAEST pour la présentation des différents commerces : www.semaest.fr (dernière consultation le 7/01/2010).

quartiers centraux (Van Criekingen, Fleury, 2006), en lien d'ailleurs avec les processus de gentrification se développant au niveau résidentiel (Clerval, 2008).

Annexe

Carte 1. La politique de la Mairie de Paris en direction des commerces de proximité

Depuis 2001, la Mairie de Paris a développé une action novatrice en direction de des commerces de proximité qui prend trois formes principales : la convention publique d'aménagement avec la SEMAEST, signée en 2004, le nouveau Plan Local d'Urbanisme (PLU), voté en 2006, et les « quartiers verts » qui consistent en aménagements d'espaces publics à l'échelon local. La politique menée par la Mairie agit donc à la fois directement sur les commerces ou plus indirectement, en traitant de leur environnement local. On le voit, un certain nombre de quartiers cristallisent plus particulièrement cette politique, en particulier dans le centre, le Nord et l'Est de Paris.



Références

APUR, *Assurer la diversité du commerce. Les nouvelles règles du Plan local d'urbanisme de Paris*. Note de 4 pages, n°16, 2004.

APUR, *Banque de données sur le commerce parisien. Résultats du recensement 2005 et évolutions 2000-2003-2005*, Paris, APUR, 2005.

APUR, *Le commerce à Paris. Banque de données sur le commerce parisien : recensement 2007 et évolution depuis 2005*, Paris, APUR, 2009.

APUR, *Impact des travaux de voirie sur l'évolution des commerces. Analyse des résultats de la Banque de données sur le commerce à Paris,* Paris, APUR, 2006.

BILLARD C., *Espaces publics et échelon local. Le cas des quartiers verts à Paris*, mémoire de master 1 en géographie, Université de Paris 1, 2006.

CLERVAL A., *La gentrification à Paris* intra-muros *: dynamiques spatiales, rapports sociaux et politiques publiques*, thèse de doctorat en géographie, Université de Paris 1, 2008.

COULMONT B., *Sex-shops. Une histoire française*, Paris, Editions Dilecta, 2007.

CRCI PARIS - ÎLE-DE-FRANCE, INSEE ÎLE-DE-FRANCE, IAU ÎLE-DE-FRANCE, *Chiffres-clés 2009 de la Région Ile-de-France*, CRCI Paris - Île-de-France, 2008.

DESSE R.-P., *Le nouveau commerce urbain,* Rennes, PUR, 2001.

DESSE R.-P., « Représentations, de quelques clichés », DESSE R.-P., FOURNIE A., GASNIER A., LEMARCHAND N., METTON A., SOUMAGNE J. (dir.), *Dictionnaire du commerce et de l'aménagement*, Rennes, PUR, 2008, p. 260-268.

FAYT T., *La notion de village à Paris : Charonne, un espace humain*, Paris/Montréal, L'Harmattan, 2000.

FLEURY A., *Les espaces publics dans les politiques métropolitaines. Réflexions au croisement de trois expériences : de Paris aux quartiers centraux de Berlin et Istanbul*, Thèse de doctorat en géographie, Université de Paris 1, 2007.
FLEURY A., MATHIAN H., SAINT-JULIEN T., « Les centralités commerciales », RHEIN C. (dir.), *Regards sur les quartiers parisiens. Contextes spatiaux, usages politiques et pratiques citadines*, Etude pour le compte de la Ville de Paris, UMR Géographie-cités, 2008, p. 33-57 [http://www.parisgeo.cnrs.fr/lien/Regards.pdf].
FOURNIE A., « Proximité », DESSE R.-P., FOURNIE A., GASNIER A., LEMARCHAND N., METTON A., SOUMAGNE J. (dir.), *Dictionnaire du commerce et de l'aménagement*, Rennes, PUR, 2008, p. 255-257.
GARDEN M., PINOL J.-L., *Atlas des Parisiens. De la Révolution à nos jours*, Paris, Parigramme, 2009.
HUMAIN-LAMOURE A.-L., FLEURY A., GUERIN-PACE F., RHEIN C., « Les quartiers des Parisiens », VILLE DE PARIS, *Paris sous l'œil des chercheurs*, Paris, Belin, 2007, p. 19-37.
MA MUNG E., « Entreprise économique et appartenance ethnique », *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 12, n°2, 1996, p. 211-231.
MA MUNG E., « L'expansion du commerce ethnique, asiatique et maghrébin dans la région parisienne », *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 8, n° 1, 1992, p. 39-59.
MAIRIE DE PARIS, *Charte des Quartiers Verts*, Direction de la Voirie et des Déplacements, 2003.
METTON A., « Espoirs et amertumes du commerce des centres-villes », A*nnales de la recherche urbaine*, n°78, 1997, p. 48-54.
PERON R., « Le près et le proche. Les formes recomposées de la proximité commerciale », *Annales de la Recherche urbaine*, n°90, 2001, p. 46-57.
VAN CRIEKINGEN M., FLEURY A., « La ville branchée : gentrification et dynamiques commerciales à Paris et à Bruxelles », *Belgéo*, n°1-2, 2006, p. 113-134.