



**HAL**  
open science

**“ Les migrants ont fait revivre la rue ” : Pratiques et représentations citadines des commerces africains de la rue de la République (quartier Saint-Cyprien, Toulouse)**

Julie Picard

► **To cite this version:**

Julie Picard. “ Les migrants ont fait revivre la rue ” : Pratiques et représentations citadines des commerces africains de la rue de la République (quartier Saint-Cyprien, Toulouse). *Le petit commerce dans la ville-monde*, 2020, 978-2-490437-01-6. halshs-02899165

**HAL Id: halshs-02899165**

**<https://shs.hal.science/halshs-02899165>**

Submitted on 14 Jul 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

### **CHAPITRE 3. « LES MIGRANTS ONT FAIT REVIVRE LA RUE » : PRATIQUES ET REPRESENTATIONS CITADINES DES COMMERCES AFRICAINS DE LA RUE DE LA REPUBLIQUE (QUARTIER SAINT-CYPRIEN, TOULOUSE)**

Julie Picard

Les quartiers d'immigration représentent de véritables laboratoires pour saisir les logiques d'un commerce dit « ethnique ». Aujourd'hui, les logiques d'installation, de fonctionnement se sont complexifiées et les études sur les commerces de migrants se renouvellent (Lemarchand, 2011). Les impacts sur le paysage urbain, les pratiques et les représentations des habitants sont ré-envisagés (Chabrol *et al.*, 2019). La mixité de leur clientèle, l'hybridation de leurs appartenances sont analysées (Dubucs et Endelstein, 2017). Les quartiers concernés, soumis au processus de globalisation, sont présentés comme « multiethniques » (Radice, 2009). Le croisement de cette question avec celle de la gentrification permet de mieux comprendre comment ces commerces se redéfinissent, s'adaptent ou disparaissent face aux mouvements de reconquête des quartiers (péri)centraux par des catégories sociales plus aisées.

Notre recherche s'inscrit dans deux programmes pluridisciplinaires portant sur différents types de commerces, liés à la présence de populations migrantes en France<sup>1</sup>. Si des études ont été réalisées sur les recompositions urbaines récentes en lien avec les activités commerciales à Toulouse (Navereau, 2011), peu de chercheurs se sont penchés sur les commerces minoritaires de la ville rose. Rue de la République, un axe central du quartier Saint-Cyprien, les commerces africains sont particulièrement concentrés.

En croisant démarche empirique et approche qualitative, l'objectif était de réussir à saisir quelles étaient les pratiques et les représentations de cet espace, comment celles-ci avaient évolué, mais aussi de comprendre les stratégies des commerçants de la rue. En d'autres termes, la présence de commerces africains à Saint-Cyprien est-elle à l'origine de *citadinités* particulières – la *citadinité* étant définie ici comme les relations dialectiques entre des individus ou groupes et la ville –, les représentations « *nourrissant des pratiques spatiales, celles-ci en retour [...] contribuant à modifier celles-là* » (Lussault, 2003) ? Pour ce faire, nous avons mené des observations rue de la République et dans les rues adjacentes, à différents moments de la semaine et de la journée. Nous avons finement observé les pratiques de l'espace mais également les vitrines, les enseignes, les affichages dans l'espace public.

---

<sup>1</sup>Prolongement du programme COMET, « Le commerce alimentaire "ethnique", entre pratiques communautaires et vivre ensemble. Une comparaison de quartiers parisiens » (coordonné par L. Endelstein et H. Dubucs, financé par la ville de Paris jusqu'en 2015) et programme MiReCom, « Migrations, Religions, Commerce » (coordonné par L. Endelstein et financé par le LabEx SMS et l'Université de Toulouse, 2014-2015).

Nous avons également fait passer des questionnaires courts aux passants<sup>2</sup> et mené six entretiens semi-directifs avec des commerçants de la rue.

Nous verrons comment Saint-Cyprien a évolué, jusqu'à l'« africanisation » progressive de ses commerces. Nous montrerons comment les pratiques et les représentations du quartier se sont redessinées depuis cette période et comment les images de cette portion de ville sont devenues plus ou moins positives ou négatives, selon les habitants, les usagers<sup>3</sup>. Enfin, nous montrerons comment, soumis à la concurrence, aux effets de la crise économique et de la gentrification, les commerçants ont développé des stratégies d'adaptation, les portant vers une spécialisation africaine, ou à l'inverse, vers une diversification de leurs produits et de leur clientèle.

### **Saint-Cyprien : du faubourg populaire au quartier « black-bobo »<sup>4</sup>**

#### *Un faubourg populaire en cours de gentrification*

Le quartier Saint-Cyprien est situé sur la rive gauche de la Garonne, face au centre ancien [Fig. 1]. Aujourd'hui intégré au centre-ville, à 15 minutes à pied de la Place du Capitole, il est longtemps resté un secteur isolé. D'abord plaine marécageuse et inondable, la zone a longtemps accueilli des activités et des populations considérées comme indésirables (pestiférés, mendiants, prostituées). Le quartier accueille à l'époque contemporaine des populations gitanes en voie de sédentarisation et, à partir de 1936, de nombreux Espagnols réfugiés de la guerre civile (Filhol, 2016).

Comme ailleurs, les années 1970 marquent la disparition progressive des commerces de bouche et de proximité, qui subissent la concurrence des enseignes de la grande distribution. Selon L., un retraité qui propose son aide dans la dernière mercerie de la rue : « avant il y avait deux drogueries, deux fleuristes, un boucher, un charcutier, un boulanger » ; d'autres passants complètent : « maintenant, on est obligés d'aller au marché » (situé à l'extrémité de la rue) [Fig. 1], ou bien : « même pour les fruits et légumes, on est obligés de s'éloigner ». À partir des années 1990, l'augmentation des loyers de la rive droite incite une population aisée et diplômée à venir s'installer, autour de la station de métro Saint-Cyprien (ouverte en 1993). Si le nombre d'habitants n'a pas connu de croissance significative dans le quartier ces dernières années, la composition socio-professionnelle a quant à elle évolué<sup>5</sup> : les

---

<sup>2</sup> Questionnaire inspiré de l'enquête COMET. Traitement qualitatif des réponses obtenues auprès de 60 personnes (questions sur le ressenti dans l'espace, énumération des avantages et inconvénients du quartier, liste de trois mots le définissant).

<sup>3</sup> Le terme d'« habitant » désigne l'habitant au sens large de la ville de Toulouse ou l'habitant du quartier Saint-Cyprien ; il ne fréquente pas forcément les commerces africains de Saint-Cyprien, contrairement à ceux désignés ici comme « usagers ».

<sup>4</sup> Expression d'un enquêté.

<sup>5</sup> Recensements INSEE 2006 et 2014, et bases de données infracommunales (<https://www.insee.fr/fr/information/2880845>). Découpage INSEE conservé en six IRIS – Teinturiers, La Grave, Roguet, Sainte-Lucie, Bourrassol et Ravelin – composant le quartier Saint-Cyprien. 17 932 habitants y résident en 2006, contre 17 721 en 2014 (sur un total de 466 297 Toulousains en 2014).

cadres et professions intellectuelles supérieures représentaient 16,8 % de la population en 2006 contre près de 21 % en 2014. Par ailleurs, les détenteurs d'un diplôme de l'enseignement supérieur représentent 42,7 % de la population en 2014 (seulement 23,3 % en 2006). Composée de jeunes couples, de jeunes parents et d'étudiants, cette population est séduite par la proximité du centre-ville, les aménités du quartier : marché couvert, épiceries bio, nombreux espaces verts et culturels<sup>6</sup>, à l'origine d'une agréable « *vie de quartier* ». Le caractère populaire s'estompe, avec l'élévation des prix du foncier (environ 3 500 à plus de 4 000 € le mètre carré), qui induit une sélection des nouveaux arrivants sur des critères de revenus.

### *Impact de l'aménagement du quartier sur le commerce*

Les politiques d'aménagement du centre-ville des années 1990 mettent l'accent sur la préservation du patrimoine architectural, la limitation de la circulation automobile et l'accès renouvelé aux abords du fleuve. Dans le cadre d'un plan large de réhabilitation des berges de la Garonne et de Saint-Cyprien, d'importants travaux sont menés Place Olivier entre 2008 et 2010 par la municipalité du quartier [Fig 1 ; Fig. 2]. Une large place est faite aux modes de transports doux (double-sens cyclable mais rue à sens unique pour les automobilistes). Si les gérants de quelques restaurants ou cafés sont satisfaits de pouvoir étendre leur terrasse sur la nouvelle place piétonnisée, d'autres commerçants ou habitants soulignent les inconvénients dus au réaménagement de la place et critiquent l'arrivée du métro dans le quartier. Pour M., une couturière d'origine cambodgienne installée en 1997 : « le quartier est plus agréable [...] mais il y a le problème du sens unique. Les gens prennent le métro et ne passent plus ici. [...] Il y a vraiment un problème pour se garer. Si le cours Dillon<sup>7</sup> devient payant, je devrais m'en aller et vendre ». L., un retraité qui travaille dans la mercerie donnant sur la place, ajoute : « avant le métro, il y avait sept bus dans les deux sens. La rue était plus commerçante. Maintenant, les gens s'arrêtent moins. Il y a 40 % de la clientèle en moins ! [...] On a huit mètres de trottoirs donc les gens ne rasent plus les murs ». À l'image des dynamiques urbaines, économiques et sociales qu'ont connu les quartiers centraux d'autres villes françaises depuis les années 1980, le vieillissement et la disparition progressive des petits commerces populaires de la rue de la République ont encouragé l'ancrage et l'ajustement, « dans les plis des évolutions urbaines » (Battegay, 1992, p. 96), de commerces de migrants.

*« Tout le monde sait que Saint-Cyprien, c'est le quartier black »*

Cette phrase prononcée par une des commerçantes de la rue témoigne des représentations évolutives du quartier depuis l'arrivée de commerces dits africains. Si ces derniers existent également dans le quartier Bayard/Belfort, à proximité de la gare Matabiau, la rue de la République présente une concentration de commerces tenus par des migrants ou descendants de migrants africains sur environ 360 mètres. À côté d'établissements ou

---

<sup>6</sup> Les 230 hectares du Secteur Sauvegardé de Toulouse englobent notamment le quartier Saint-Cyprien.

<sup>7</sup> Parking gratuit en bordure de Garonne.

de commerces plus traditionnels – agences immobilières, banques, pharmacies, cafés/restaurants, un tabac, une crèche, une agence de voyage, des vendeurs de chaussures, des instituts de beauté, etc. – on trouve de nombreux salons de coiffure dits « afro », des épiceries vendant des produits exotiques, des vendeurs de cosmétiques pour peaux noires ou de produits pour cheveux frisés ou crépus, plusieurs restaurants africains, mais aussi plusieurs kebabs, un traiteur chinois, ainsi qu'un restaurant coréen. Sur une quinzaine de salons de coiffure, vendeurs de mèches ou de perruques situés dans la rue, dix sont tenus par des Africains d'origine et s'affichent parfois comme « mixtes » (à destination de clients « afro » ou « européens ») [Fig. 3]. Les toponymes des boutiques sont variés et révèlent en majorité une appartenance à un pays, une région africaine ou au continent dans son ensemble : Delphine Cosmetics Coiff Afro, Afro European Beauté, Afro Look Coco, Daba Afro Cosmétique, Le Mayombé (région de basses montagnes en RDC), Le Palais des saveurs tropicales, La Gloire de Dieu ou encore BGM (du nom de la région sud-soudanaise du Bahr el-Ghazal).

L'implantation de ces commerces s'est faite entre les décennies 1980 et 2010 ; la vacance laissée par des commerces populaires qui ont périclité et le prix bas des loyers des locaux commerciaux ont motivé ces installations. Comme observé ailleurs en Europe, l'hypothèse de stratégies d'adaptation aux prémices de la gentrification et à une potentielle nouvelle clientèle issue des classes moyennes supérieures, développées par ces entrepreneurs migrants, peut être avancée (Battegay, 1992 ; Semi, 2005). Notons que ces commerçants résident généralement en périphérie de la ville (Casselardit, Borderouge). Le tout premier restaurant afro-antillais de la rue, « Le Mayombé », a ouvert en 1985. Il est tenu par G., d'origine congolaise et qui a beaucoup voyagé notamment en Guadeloupe. Après un doctorat en sciences économiques à Toulouse, G. décide d'ouvrir son restaurant : « le loyer n'était pas cher ; la rue était commercialement sinistrée ». Perçu comme quelqu'un de confiance, il a participé à l'installation d'autres commerçants africains grâce à ses réseaux d'interconnaissance. Les propriétaires des locaux commerciaux, qui ont commencé à louer à des Africains au tournant des années 2000, s'adressaient à lui pour savoir s'ils pouvaient faire confiance aux locataires qui se présentaient à eux. Il explique : « 80 % des Blacks ici, je les ai parrainés ! ». Selon une passante, « c'est lui qui a mis la première pierre du quartier black ».

Cette deuxième génération de commerces africains s'est installée au tournant des années 1990-2000, pour des motifs essentiellement économiques (prix des baux moins élevés que dans les autres quartiers centraux<sup>8</sup>, opportunité de bénéficier de ressources et du dynamisme d'une centralité commerçante). Tous ne connaissaient pas forcément le quartier avant de s'y installer mais la présence initiale de quelques commerçants africains les a encouragés à s'établir à leur tour. Ils sont d'origine angolaise, camerounaise, ghanéenne, sud-soudanaise, centrafricaine... La majorité s'entend pour affirmer qu'à leur arrivée, la rue était « en ruines », à l'abandon, mais que parallèlement, il y avait tout à y faire, que tout était

---

<sup>8</sup> Les loyers oscillent entre 500 € par mois pour une boutique de 20 m<sup>2</sup> et un atelier de 60 m<sup>2</sup>, 1 000 € par mois pour 56 m<sup>2</sup> ; et 2 400 € par mois pour un local commercial de 270 m<sup>2</sup>.

possible. Pour A., d'origine sud-soudanaise, qui a commencé à y travailler en 2000 et qui a ouvert sa propre épicerie en 2009, ce n'est pas la municipalité qui a participé à l'amélioration de la qualité de vie du quartier ou à son attractivité renforcée :

« Il y avait le potentiel pour faire tout ici [...]. Quand je suis arrivé, le quartier était très dégradé. Il y avait des gens qui traînaient, des SDF, des drogués... Des magasins étaient vides et les portes à moitié cassées, donc les SDF squattaient. [...] À partir de 2005, la rue s'est développée. Ils ont été obligés de faire des travaux après ! Je ne crois pas à la politique de la ville. Ce sont les commerçants qui ont fait changer le quartier. [...] On a participé à lui donner de la valeur. Avec l'augmentation de la sécurité, les étudiants ont cherché à s'installer ici... Beaucoup de propriétaires d'immeubles ont commencé à rénover. La demande a explosé ».

Le quartier a connu de profondes recompositions depuis 1990-2000 ; la revitalisation des activités commerciales de la rue est alors liée à l'arrivée de migrants africains, ayant saisi l'opportunité de reprendre des locaux à bas prix et de s'insérer dans un tissu urbain et social dense et diversifié. Du fait de ces nouvelles implantations, la physionomie du quartier a changé, tout comme les pratiques et les représentations de celui-ci.

### **Pratiques et représentations évolutives du quartier**

#### *Entre évitement des commerces africains et extension de l'aire de chalandise*

En croisant les entretiens menés auprès des commerçants et les réponses aux questionnaires, plusieurs formes de pratiques du quartier semblent se dessiner. Certains habitants du quartier ne fréquentent jamais les commerces africains : ils vont au marché, dans les épiceries bio ou dans les enseignes de grande distribution pour faire leurs courses, ils se rendent également régulièrement à la pharmacie, chez le coiffeur ou au bar-tabac. Ils déjeunent ou dînent parfois dans leur quartier, lorsqu'ils ne traversent pas le fleuve. Certains commerces non africains sont également fréquentés en fin de journée car le quartier se situe sur de nombreux trajets domicile-travail. Ce quartier attire le soir et le week-end des habitants de l'extérieur ; renommé pour ses bars et restaurants, c'est un lieu où les Toulousains aiment sortir : « c'est un quartier agréable, animé, joli. Et assez festif ! Ce ne sont pas les mêmes personnes le jour et la nuit en fait ! » explique une jeune habitante du quartier. Des adolescents de différents quartiers se rendent souvent dans les kebabs de la rue de la République en journée, avant d'aller flâner dans les parcs de Saint-Cyprien. D'autres usagers, résidant ou non à Saint-Cyprien, fréquentent régulièrement à la fois les supermarchés traditionnels, le marché ainsi que les épiceries africaines ou les salons de coiffure « afro » (clients d'origine maghrébine, antillaise, brésilienne, malgache, couples « mixtes » ou Français, ayant connu une expatriation en Afrique). Ils savent qu'ils pourront trouver des produits qu'ils auront plus de difficulté à trouver ailleurs (sirop de batterie, tamarins, piments et épices, bananes plantain, manioc et attiéké).

Enfin, des usagers originaires d'Afrique subsaharienne mais aussi d'origine antillaise, brésilienne ou mahoraise, ciblent exclusivement les commerces africains du quartier pour faire leurs courses et en profitent pour se faire coiffer. La rue possède pour certains une fonction sociale ; ils viennent y trouver des ressources, des informations, des amis. La majorité ne vit pas dans le quartier mais ils s'y rendent en transports en commun, en train ou en voiture. Certains usagers vont aussi à Jeanne d'Arc, à Grand Frais ou chez les

« concurrents directs » : au supermarché asiatique Paris Store, situé à Bellefontaine au sud de la ville. Cependant, Saint-Cyprien est un quartier animé, où les prix sont parfois moins élevés, où l'on peut retrouver des connaissances et où les commerçants « conseillent bien ». Deux usagers interrogés résidaient au-delà de la rocade, à Aucamville (10 km environ) et à Saint-Paul-sur-Save (25 km), et d'après les commerçants, l'aire de chalandise s'est étendue depuis que les produits et services africains ont gagné en renommée. Des clients se déplacent depuis le Lot, l'Ariège, le Tarn, le Tarn et Garonne, l'Aude, Montpellier... Les gérantes de deux salons de coiffure différents, se vantent même d'attirer des clients originaires de Suisse, de Belgique ou de Londres ; l'hypothèse d'un discours visant à l'auto-promotion est ici à envisager, à moins qu'il ne s'agisse de l'existence de réseaux transnationaux de migrantes, articulés à la ville rose. Il devient primordial de redoubler d'esprit de promotion, notamment sur les réseaux sociaux pour atteindre ce public plus ou moins lointain. Cette diversification de la clientèle et cette extension de l'aire de chalandise, évoque la structuration d'une « centralité minoritaire » dans la ville (Raulin, 1988) et rappelle l'attractivité métropolitaine de la centralité africaine de Paris, Châteaurouge (Chabrol, 2013). Au-delà de l'image répandue de « quartier africain », les perceptions de cet espace sont globalement positives.

#### *Regards croisés sur le quartier*

La majorité des qualificatifs recueillis lors de la passation de questionnaires se rapprochent des termes suivants : « agréable », « convivial », à la fois « tranquille » et « dynamique », « calme » et « vivant », « gai » et « pittoresque ». Plusieurs enquêtés ont évoqué le terme de « souvenirs », une certaine nostalgie de cette « vie de quartier », se dégageant de la rue de la République. Le second groupe de qualificatifs évoque le caractère cosmopolite du quartier : « afro », « africain », « exotique », « black », « mixte », « brassage des cultures ». Enfin, d'autres avantages évoqués sont liés à ses caractéristiques urbanistiques, au caractère central, accessible et bien desservi du quartier (« proximité ») et au fait que l'on puisse facilement « y trouver de tout ». La question portant sur les inconvénients du quartier n'a pas toujours obtenu de réponses, mis à part quelques passants se plaignant de la difficile circulation en voiture, des nuisances sonores (le soir, la nuit), du manque d'espaces verts ou de la présence de SDF.

Les visions concernant le prétendu cosmopolitisme du quartier s'opposent parfois ; en effet pour certains, la rue de la République porte bien son nom et reflète l'image valorisée d'une France multiculturelle. Une jeune femme médecin, née à Paris et qui vit depuis plus de 15 ans dans le quartier avec son mari et ses trois enfants explique que c'est cette mixité, à la fois culturelle et sociale, qui l'a attirée : « c'est un beau mélange, on n'est pas dans un ghetto. Ni dans un sens, ni dans l'autre ». Comme dans l'Est parisien, dans le discours des nouveaux habitants issus des classes moyennes ou supérieures, cela peut relever d'un multiculturalisme idéalisé et de la valorisation de « territoires ethnographiques » distincts, basée sur les mythes de « l'ethnique » et de « l'exotique » (Corbillé, 2013). À l'inverse, une personne plus âgée, née à Saint-Cyprien, qui a déménagé mais qui y réside à nouveau, semble regretter que « le “monde” [soit] venu à Saint-Cyprien ». Pour quelques-uns, « c'est un beau quartier, mais les communautés sont séparées » ; « il faudrait améliorer l'image du quartier ; c'est comme au bled ici, il faut intégrer Saint-Cyprien à l'Europe [en montrant la direction de la rive droite] ».

Un jeune homme d'origine tunisienne dit même craindre une « stigmatisation du quartier renoi ». Si l'espace est perçu et vécu majoritairement comme un quartier cosmopolite agréable, certaines exceptions sont donc à prendre en considération ; la durée de résidence dans le quartier, le vécu et les appartenances de ces interlocuteurs mériteraient une attention approfondie. Notons que ces critiques liées à la concentration de commerces africains, ont majoritairement été évoquées par des usagers ayant eux-mêmes des origines africaines ou antillaises, sans doute par crainte d'une stigmatisation collective médiatisée par ces commerces.

### **Trois générations de commerces africains : entre tensions et adaptations**

Vers 2010, a lieu un troisième temps d'installations de commerçants africains, essentiellement des coiffeurs, vendeurs de mèches et de cosmétiques. Celles-ci ont été plus instables, plus précaires et ont participé à une impression d'homogénéisation du paysage de la rue, ainsi qu'à une exacerbation de la concurrence. Les liens sociaux préexistants entre les commerçants se sont affaiblis : « Ceux qui viennent d'ouvrir, c'est une autre mentalité. [...] Ils ont mis une barrière. Avant, on invitait les magasins voisins pour fêter l'ouverture et faire connaissance. [...] Avec ceux qui viennent d'ouvrir, c'est différent. C'était à eux de faire le premier pas [...]. En plus, ce sont souvent des commerces qui ne durent pas », explique la gérante d'Afro European Beauté. L'épicier sud-soudanais A., a adapté son offre de produits vers davantage de mixité, visant une clientèle à la fois africaine et européenne, et a fait réaliser des travaux d'assainissement : « les clients voient la différence de qualité, même si les produits sont peut-être un peu plus chers ». La gérante de Cosmetic Lovers – installée depuis 2002 et qui n'a pas d'origines africaines – a plutôt opté de manière contrainte pour une « africanisation » de ses produits ; elle adopte différentes stratégies pour satisfaire sa clientèle mais regrette cette perte d'une offre commerciale diversifiée :

« Il y a 14 ans, la rue était mixte, pas afro. Je vendais des cosmétiques pour Caucasiens. Progressivement, j'ai fait la transition : d'abord la moitié des produits et puis la totalité. [...] Les Blacks eux-mêmes disent que c'est dommage, qu'on n'a pas assez de diversité [...]. Le chiffre d'affaires a baissé. Et puis c'est la crise, comme partout. [...] Il y a beaucoup de concurrence ; on a tous les mêmes fournisseurs [...]. Il faut se démarquer, avoir des longueurs d'avance. [...] Une fois par mois, je me déplace à Paris ; je suis obligée d'entendre les bruits de couloir chez les coiffeuses, car je suis blanche moi ! ».

M., d'origine cambodgienne et gérante d'un atelier de couture, semble elle aussi accuser l'arrivée de commerces trop similaires et concurrentiels, participant à la paupérisation du quartier :

« Si j'avais su, j'aurais mieux étudié les quartiers [...]. Aujourd'hui, tout le monde s'en va et les Africains rachètent. Ils ont tous les mêmes types de commerce. Celui qui rachètera ici, il faudra qu'il vende des produits pas chers, qui viennent de Chine comme tout le monde et il s'en sortira ! Moi je fais des retouches mais ce que j'aime, c'est les créations [...]. Une robe à 500 €, personne ne peut ici. [...] Les relations sont OK avec eux... Mais... Elles travaillent, elles ! Elles tissent les cheveux... Eux, ils vendent les poissons... Je devrais changer pour un quartier moins populaire [...], en banlieue un peu riche mais pas trop chère pour moi ».

L'histoire de Saint-Cyprien a ainsi conduit plusieurs générations d'entrepreneurs étrangers, notamment africains, à s'installer et à se concentrer progressivement dans la rue principale de la République. Par leurs toponymes, leurs enseignes, vitrines, produits et services proposés, ces boutiques marquent le paysage urbain. Malgré la diversité avérée de l'offre commerciale, le quartier est aujourd'hui identifié comme africain. À l'image d'autres quartiers marqués par le phénomène migratoire dans le monde, « le rapport entre cette représentation aussi subjective que déformante et la réalité sociale à laquelle elle est censée renvoyer est parfois très distendu » (Bordes-Benayoun, 2005, p. 282). La présence des commerces africains est donc bien à l'origine de représentations particulières des habitants, résidents du quartier ou du reste de la ville. Celles-ci sont évolutives ; elles varient dans le temps mais aussi selon l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, les appartenances. Les aménagements menés par la municipalité, l'augmentation des prix des loyers ou le contexte global de crise économique, participent également à la fabrique de représentations individuelles et collectives sur le quartier. Positives ou à l'origine de critiques, ces représentations engendrent des pratiques particulières : des stratégies d'évitement de ces commerces, à l'extension régionale de l'aire de chalandise grâce à l'offre africaine, certains habitants viennent y flâner, y retrouvent des amis ou ne font que passer par cet axe central. Certains regrettent une tendance (perçue) à l'uniformisation de l'offre, tandis que d'autres, souvent acteurs de la gentrification, préfèrent idéaliser son cosmopolitisme (Corbillé, 2013).

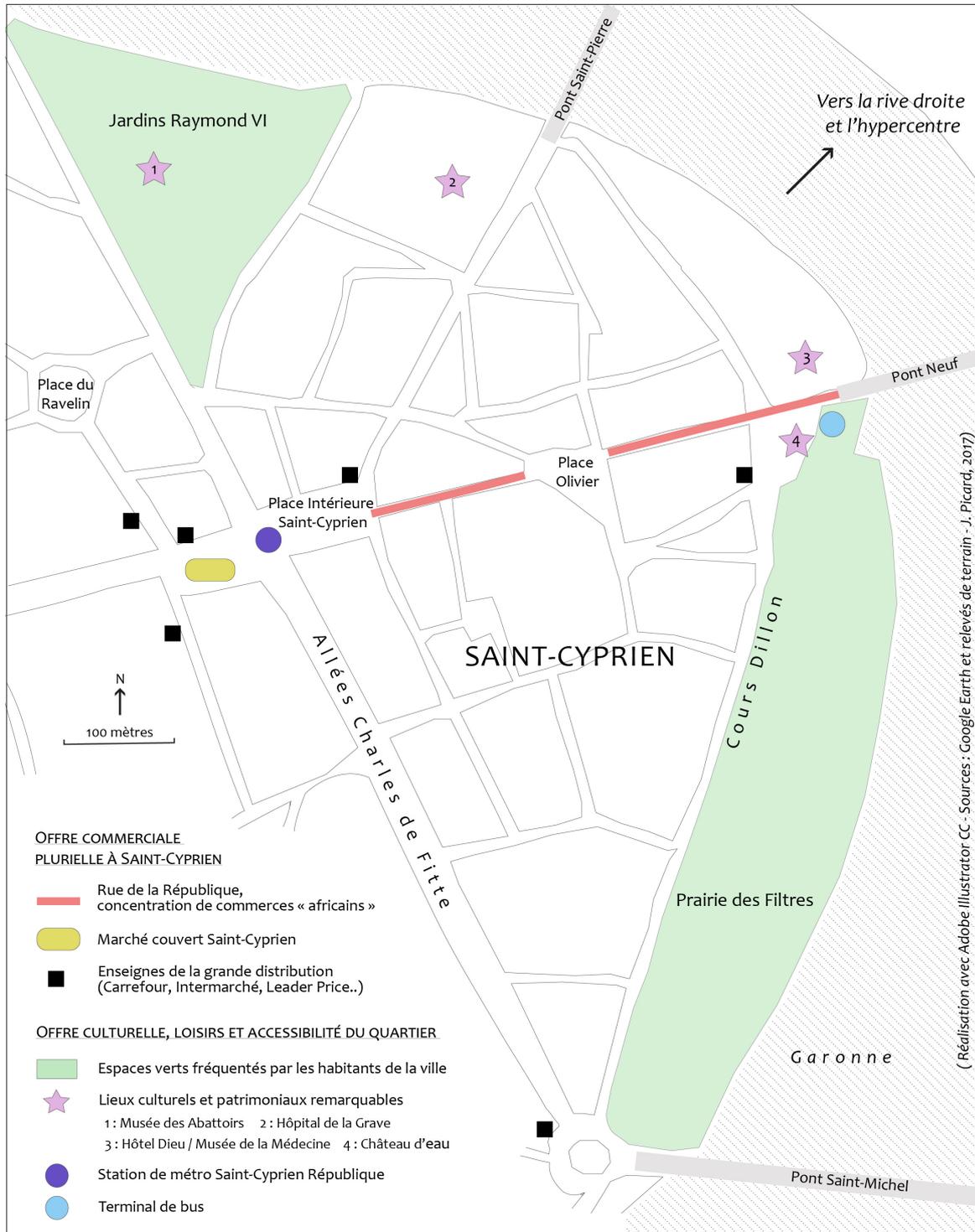
Chez les commerçants, différentes générations et représentations se confrontent également. Les premiers Africains installés avancent leur fierté d'avoir participé à la revalorisation du quartier et au renouvellement de son attractivité, minimisant le rôle des politiques locales d'aménagement. Africains ou non, les commerçants ont dû faire preuve de capacités d'adaptation et de stratégies économiques nouvelles pour se maintenir, en proposant des produits s'adressant à diverses clientèles, ou à l'inverse en se spécialisant dans la vente de produits africains. Dans un contexte concurrentiel de crise, des tensions sont apparues avec les commerçants africains plus récemment établis, accusés d'avoir rompu les liens sociaux préexistants entre commerçants, voire d'attirer une clientèle pauvre, moins diversifiée, et donc de faire chuter le chiffre d'affaires des plus anciens. Quoiqu'il en soit, imbriqué au sein de diverses échelles, ce quartier est le théâtre de représentations croisées, nourrissant des pratiques spatiales diverses, celles-ci étant progressivement à l'origine d'images renouvelées de Saint-Cyprien ; nous pouvons ainsi évoquer des citadinités évolutives, particulièrement dynamiques dans ce quartier de Toulouse. Comme dans d'autres villes, on note un décalage entre une gentrification résidentielle en cours (partielle) et des inerties, des résistances sur le plan commercial, du fait d'une attractivité toujours renforcée (Chabrol, 2013) ; en parallèle, les perceptions, à la fois des usagers et des commerçants, au sujet d'une offre commerciale en cours d'homogénéisation sont à relativiser. Il semble au final que le quartier, la rue, par leur situation, leur diversité de pratiques, de représentations et d'occasions d'interactions, loin de connaître le repli *sur soi*, continuent de jouer leur rôle primordial de « frontière [...] poreuse et [de] lieu de renégociation des appartenances » (Bordes-Benayoun, 2005, p. 289).

## Bibliographie

- Battegay, A., « L'actualité de l'immigration dans les villes françaises : la question des territoires ethniques », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 8, 2, 1992, 83-100.
- Bordes-Benayoun, C., « De la rue ethnique au vaste monde », in Brody, J. (dir.), *La rue*, PUM, Toulouse, 2005, 281-293.
- Chabrol, M., Dubucs, H., Endelstein, L., « Centralités marchandes, de l'entrepreneuriat ethnique à la diversité urbaine », in Scioldo-Zürcher, Y., Hily, M.H., Ma Mung, E. (dir.), *Comprendre les migrations internationales. Retour sur trente ans de recherche*, Tours, PUF, 2019.
- Chabrol, M., « Continuités d'usages et maintien d'une centralité commerciale immigrée à Château-Rouge (Paris) », *Les Annales de la recherche urbaine*, 108, 2013, 96-107.
- Corbillé, S., *Paris bourgeoise, Paris bohème. La ruée vers l'Est*, PUF, Paris, 2013.
- Dubucs, H., Endelstein, L., « Diversité culturelle dans le paysage alimentaire », *Urbanisme*, 405, 2017, 60-63.
- Filhol, E., « Une émeute anti-gitane. Toulouse, 25 septembre 1895 », *Recueil Alexandries*, Collections Esquisses, août 2016. Disponible sur <http://www.reseau-terra.eu/article1367.html> (page consultée en juin 2017).
- Semi, G., « “Chez Saïd” à Turin, un exotisme de proximité », *Ethnologie française*, 35, 1, 2005, 27-36.
- Lemarchand, N., « Nouvelles approches, nouveaux sujets en géographie du commerce. Une analyse renouvelée par l'analyse culturelle », *Géographie et Cultures*, 77, 2011, 9-24.
- Lussault, M., « Citadinité », in Lévy, J., Lussault, M. (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, Paris, 2003, 159-161.
- Navereau, B., *Le commerce alimentaire de proximité dans le centre-ville des grandes agglomérations : l'exemple de Toulouse et de Saragosse*. Thèse de doctorat de géographie, Université de Toulouse, 2011.
- Radice, M., « Globalisation par le bas ou par le haut ? Les enjeux de la rue commerçante en quartier multiethnique à Montréal », *Géographie et Cultures*, 71, 2009, 57-71.
- Raulin, A., « Espaces marchands et concentrations minoritaires. La Petite Asie de Paris », *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 85, 1988, 225-242.

**Figure 1 : Les commerces africains de la rue de la République, au cœur d'un quartier attractif (J. Picard, 2017)**

Les commerces « africains » de la rue de la République, au cœur d'un quartier attractif



**Figure 2 : La Place Olivier, après les travaux d'aménagement (J. Picard, 2013)**

*Des travaux d'aménagement ont été réalisés par la municipalité de Saint-Cyprien, Place Olivier (2008 et 2010). Modes de transports doux et espaces piétonnés ont été privilégiés. Des inconvénients sont mis en évidence par certains commerçants et habitants.*



**Figure 3 : Devantures et enseignes de commerces africains, rue de la République (J. Picard, 2016)**

La majorité des commerces africains de la rue sont des salons de coiffure ou des vendeurs de cosmétiques. Les noms de ces commerces comportent souvent le terme « afro » mais la clientèle visée peut être « mixte » et les vendeurs n'ont pas forcément d'origines africaines.

