

Rapport final

La mixité fonctionnelle au regard du commerce Retour sur 4 quartiers en rénovation urbaine

Tome 1

Mai 2015

Directrice générale : Valérie MANCRET-TAYLOR

Département Habitat et Société : Catherine BOILLOT, directrice

Étude réalisée par Brigitte GUIGOU (chef de projet, département Habitat), Elsa CHARON (stagiaire), Camille GOSSELIN (Mission Sécurité), Martin HERVOUET (Département Economie)

Avec la collaboration de Olivier MANDON

Cartographie réalisée par Adelaïde BARDON, Pascale GUERY et Noémie LEGRAND, Xavier OPIGEZ

Maquette réalisée par Stéphanie ROUSSEAU

N° d'ordonnancement : 2 13 031

IAU île-de-France

15, rue Falguière 75740 Paris cedex 15

Tél. : + 33 (1) 77 49 77 49 - Fax : + 33 (1) 77 49 76 02

<http://www.iau-idf.fr>

Crédits photo(s) de couverture : Camille GOSSELIN et Brigitte GUIGOU, IAU idF

***Remerciements** : Nous remercions les directions de projet et les services des communes d'Argenteuil, Bagneux, Clichy-Montfermeil et Meaux pour leur disponibilité et leur soutien dans la réalisation de cette étude. Nous remercions l'ensemble des professionnels qui nous ont accordé un entretien et/ou ont participé à l'atelier du 10/12/2014 à l'IAU îdF. Nous remercions les résidents, les commerçants et professions libérales des sites étudiés pour leur disponibilité. Nous remercions le Puca pour son soutien, ainsi que la Caisse des dépôts et consignations.*

Résumé

Cette étude propose un bilan transversal de la mixité fonctionnelle dans 4 quartiers en rénovation urbaine : Val d'Argent nord à Argenteuil, Tertres et Cuverons à Bagneux, le Plateau à Clichy-Montfermeil et les quartiers nord à Meaux. Elle s'interroge ensuite sur l'apport de la fonction commerciale à la mixité fonctionnelle, en analysant 4 polarités neuves ou restructurées mixant commerces, équipements et logements.

Sur le bilan transversal les principaux enseignements sont les suivants : renforcement des tensions sur le foncier entre fonction résidentielle et économique au bénéfice du résidentiel ; réalisations, malgré tout, d'immobilier d'activités mais faible prise en compte de leurs effets potentiels pour les habitants et le quartier (animation, emploi, retombées en termes de consommation...); décalages entre les attentes des porteurs de projets économiques locaux et l'offre immobilière. Si le volet économique de la mixité fonctionnelle n'a pas progressé, l'étude met en évidence des avancées en matière de « mixité fonctionnelle résidentielle », c'est-à-dire d'articulation entre logements/ équipements et commerces. Ceux-ci sont programmés non seulement pour les services qu'ils rendent mais aussi en tant qu'éléments du projet urbain de quartier générant, si l'agencement fonctionne, une dynamique positive (flux, animation, sécurisation...).

Les études de cas, fondées sur des entretiens auprès de commerçants, d'usagers et d'acteurs, montrent que le commerce dans les quartiers est potentiellement un levier efficace de transformation urbaine. Il peut, sous certaines conditions mises en lumière par l'étude, contribuer à renforcer les polarités et l'animation, à changer l'image tout en répondant aux attentes de proximité des habitants. Equipements et services y contribuent aussi.

L'étude montre pourtant que, dans un environnement commercial très concurrentiel, l'équilibre économique suppose, au-moins dans les premières années d'installation, une régulation des loyers. Elle met en évidence les tensions qui sont au cœur de cette activité commerciale dans les quartiers pour les acteurs publics : entre volonté de « montée en gamme », de « banaliser » les commerces et de répondre aux attentes des habitants ; entre gestion dans le temps des différentes phases du projet de rénovation ; entre conception du commerce comme une activité économique ou comme un service aux habitants...

L'hétérogénéité des modes de vie, des trajectoires, des situations socio-économiques des commerçants, particulièrement forte dans les polarités étudiées, est mise en évidence. Une typologie, fondée sur les inégalités de ressources sociales, culturelles et économiques entre commerçants, est proposée.

En conclusion l'étude ouvre quelques pistes et invite à passer d'une logique d'action publique à une logique d'action collective intégrant acteurs privés et publics dans la coproduction de la mixité fonctionnelle.

Sommaire

Introduction	4
1 - Bilan de la mixité fonctionnelle dans 4 quartiers franciliens	8
1.1 Tertres et Cuverons à Bagneux	9
1.2 Le Plateau à Clichy-Montfermeil (93)	11
1.3 Beauval à Meaux (77)	15
1.4 Val d'Argent nord à Argenteuil (95)	19
1.5 Articulation des logements, équipements, commerces et activités économiques et mise en synergie dans le projet urbain : bilan transversal	21
2 - Le commerce dans les quartiers : une équation complexe	26
2.1 Dans les grands ensembles, une conception erronée du commerce	26
2.2 Les incertitudes de l'action publique face à la question du commerce dans les quartiers	30
2.3 Les pratiques commerciales des habitants des Zus	34
2.4 Essai de reformulation des termes de l'équation commerciale	35
3 - Etude de cas de quatre polarités mixtes	38
3.1 La place Notre-Dame des Anges à Montfermeil : la construction d'un pôle commercial accessible et attractif	40
3.1.1 Historique du projet : une démolition / reconstruction	40
3.1.2 Urbanisme, accessibilité, aire de chalandise des commerces	42
3.1.3 Offre commerciale : programmation et appréciation des usagers	45
3.1.4 Appréciation des espaces publics : conception, gestion urbaine, tranquillité	46
3.1.5 Relations entre usagers et commerçants	47
3.1.6 Enjeux et stratégie pour l'avenir	48
3.2 La place Colbert à Meaux : la construction d'un pôle de quartier attractif	49
3.2.1 Historique du projet une démolition / reconstruction et la création d'un pôle plurifonctionnel	49
3.2.2 Urbanisme, accessibilité, aire de chalandise	50

3.2.3 Offre commerciale : une offre satisfaisante et attractive	52
3.2.4 Appréciation des espaces publics : conception, gestion urbaine, tranquillité	54
3.2.5 Relations usagers et commerçants	55
3.2.6 Appréciation globale du pôle et devenir	55
3.3 Le centre commercial la Verrière à Meaux : un pôle mixte	56
3.3.1 Historique du projet de restructuration du centre commercial	56
3.3.2 Urbanisme, accessibilité, aire de chalandise	57
3.3.3 Offre commerciale	59
3.3.4 Appréciation des espaces publics : conception, gestion urbaine, tranquillité	61
3.3.5 Relations entre usagers et commerçants	62
3.3.6 Appréciation globale du pôle et vision du devenir	62
3.4 La dalle du Val d'Argent nord à Argenteuil : un pôle mixte sous contraintes	64
3.4.1 Historique : un projet de restructuration du pôle commercial	64
3.4.2 Urbanisme, accessibilité, aire de chalandise : un pôle proximité enclavé	66
3.4.3 Appréciation des espaces publics : conception, gestion urbaine, tranquillité	69
3.4.4 La qualité de l'offre commerciale	71
3.4.5 Zoom sur les commerçants et habitants	72
3.5 Bilan transversal	73
4 - Commercer dans le quartier	81
4.1 Les raisons de l'installation dans le quartier : trois profils	81
4.2 Figures de commerçants	86
4.3 Avantages et inconvénients du quartier les commerçants	88
Conclusion	92
Bibliographie	97
Glossaire	101
Annexes 1. Liste des entretiens acteurs (hors commerçants)	103
Annexes 2. Caractéristiques des commerçants interviewés	106

Introduction

La mixité fonctionnelle est très présente dans les orientations des politiques urbaines récentes, en particulier lorsqu'elle concerne les quartiers populaires. Elle constitue un objectif à atteindre dans des textes de loi en faveur de la mixité : loi d'orientation pour la ville (1991), loi solidarité et renouvellement urbain (2000), volet « ville et logement » des projets de loi de finances depuis 2006 ; elle est aussi inscrite dans près de la moitié des conventions de l'agence de rénovation urbaine (Anru) d'Île-de-France¹. Dans ces quartiers en rénovation urbaine, qui sont très majoritairement des grands ensembles où la fonction logements est dominante, elle est associée à l'implantation d'activités économiques, commerciales, de services et d'équipements, soit une pluralité d'interventions relevant de logiques publiques et privées et d'acteurs différents.

La mixité fonctionnelle, une notion prescriptive et à géométrie variable

La mixité fonctionnelle est une notion « valise », derrière laquelle chacun peut mettre des contenus différents et qui n'a de sens que si elle est qualifiée, c'est à dire référée à un contenu et à une échelle. Or cela est rarement le cas. C'est aussi une notion consensuelle, fréquemment utilisée par le milieu de l'urbanisme de façon plus prescriptive que descriptive. Mais à la différence de la mixité sociale, le terme reste peu utilisé par le grand public. De plus la mise en place d'actions en faveur de la mixité fonctionnelle ne s'est accompagnée « ni d'un travail de définition, ni de la constitution d'indices qui permettraient aux collectivités territoriales de se fixer des objectifs précis à atteindre, en fonction d'un équilibre de référence »². Ce vide n'aide pas les acteurs à se saisir de cet enjeu.

A *minima* le « cœur » de la mixité fonctionnelle serait son opposition au zoning ou à une spécialisation spatiale des fonctions (se loger, travailler, se déplacer, se divertir), spécialisation qui a été un des principaux éléments de doctrine du mouvement moderne en urbanisme. Les grands ensembles construits dans les années 1950 et 1960 ont été des terrains d'application privilégiés de cette doctrine. Les zones à urbaniser en priorité (Zup) ont été conçues comme le pendant résidentiel des zones industrielles qui « deviennent les premiers d'une longue série d'objets urbanistiques dédiés à l'accueil des activités économiques »³. Et la fonction économique est longtemps restée absente de ces territoires. Elle l'est restée au moins jusqu'à la deuxième moitié des années 1990, période où des entreprises (TPE, PME/PMI, professions libérales) ont commencé à s'y installer⁴. En revanche les équipements et les commerces ont été conçus et construits assez rapidement dans les grands ensembles, preuve que la séparation des fonctions n'y a jamais été totale.

Les justifications de la mixité fonctionnelle, notamment dans les projets de rénovation urbaine, sont en règle générale peu précises comme la notion elle-même. De l'implantation et de la restructuration d'activités économiques, commerciales, de services et d'équipements dans les quartiers populaires sont attendus, en vrac : plus de mixité sociale, des flux de populations extérieures au quartier (clients, salariés, usagers d'équipements...), de l'animation, davantage de sécurité et d'emploi, une amélioration de la vie quotidienne des habitants... Ces postulats, bien que non validés, restent largement partagés.

¹ Christine Lelèvrier et Christophe Noyé : Diversification de l'habitat, diversification fonctionnelle dans les opérations de rénovation urbaine en Île-de-France, DREIF, 2009.

² Isabelle Van de Wall et al., Etat, collectivités territoriales et entreprises face à la mixité fonctionnelle. L'exemple de l'agglomération nantaise, Credoc, 2007.

³ Gilles Novarina et al., dossier « Mixité fonctionnelle versus zoning : de nouveaux enjeux ? », Puca, 2015

⁴ En 1996 le Pacte de relance pour la ville crée les zones franches urbaines (ZFU). Les ZFU sont des quartiers de plus de 10 000 habitants, situés dans des zones dites sensibles ou défavorisées. Les entreprises implantées ou devant s'implanter dans ces quartiers bénéficient d'un dispositif complet d'exonérations de charges fiscales et sociales durant cinq ans », Insee.

L'IAU îdF a travaillé sur la mixité fonctionnelle en 2009 dans le cadre d'une commande pour le comité d'évaluation et de suivi (CES) de l'Anru. Il s'agissait de faire un bilan des interventions concernant la mixité fonctionnelle menées dans le cadre des projets de rénovation urbaine. L'étude devait éclairer la nature des interventions, leurs effets urbains et l'apport du PNRU dans la réflexion, la programmation et le montage de ces opérations. Elle s'appuyait à la fois sur une analyse approfondie et qualitative de dix sites dont 4 en Île-de-France⁵ et sur des entretiens avec des acteurs nationaux impliqués dans le volet économique des projets (CDC, USH).

Cette réflexion s'est poursuivie dans le cadre d'un programme de recherche du Puca intitulé « Mixité fonctionnelle versus zoning : de nouveaux enjeux ? ». L'IAU îdF a proposé un retour sur les 4 terrains franciliens de 2009 : Bagneux (92), Clichy-Montfermeil (93), Argenteuil (95) et Meaux (77). L'objectif est double :

- actualiser et approfondir les 4 études de cas de 2009 sur l'apport du PRU à la mixité fonctionnelle ;
- interroger les effets sociaux, économiques et urbains de la mixité fonctionnelle dans les espaces où il y a une diversité de fonctions.

Ceci nous a amené à privilégier l'étude de l'apport de la fonction commerciale à la mixité fonctionnelle.

De quelle mixité fonctionnelle parle-t-on ?

La polysémie du terme mixité fonctionnelle invite à expliciter les catégories utilisées. Répondant à une commande du CES de l'Anru l'étude de 2009 s'est appuyée sur les catégories utilisées par les acteurs. En 2009 la mixité fonctionnelle regroupe alors les interventions menées dans le cadre du projet de rénovation urbaine (PRU) pour développer les activités économiques et artisanales, les commerces, les équipements et services⁶. L'étude de l'IAU îdF devait, d'après la commande du CES de l'Anru, porter sur « l'ampleur des actions concernant le développement des activités économiques, artisanales, commerciales, des équipements et services publics (hors école) menées dans le cadre des projets de rénovation urbaine ». C'est donc une entrée par les investissements immobiliers consacrés à la mixité fonctionnelle et susceptibles d'être financés dans le cadre du projet de rénovation urbaine qui a été proposée et adoptée.

Il s'agit principalement, pour reprendre la terminologie du règlement général de l'Anru :

- des « équipements et locaux associatifs », qui regroupent les opérations sur les équipements publics, sportifs, culturels, sociaux, scolaires, etc., ainsi que sur les salles et locaux associatifs ;
- des « aménagements espaces commerciaux et artisanaux », qui regroupe les interventions sur tout ce qui relève des activités commerciales (centre commercial, marché, cellules commerciales en pied d'immeuble), économiques et artisanales (bureaux, locaux d'activité en pied d'immeuble, pépinières d'entreprises, etc.)
- et de certains « aménagements », comme les espaces verts (parcs, jardins publics, etc.), et les interventions sur les abords d'équipements.

L'étude de 2009 enseigne que les ingrédients qui composent cette mixité fonctionnelle sont immobiliers. Le vocabulaire, les justifications et référents utilisés relèvent principalement du champ de l'urbanisme, comme le montre le tableau ci-dessous et, dans une moindre mesure, du champ social. L'objectif le plus souvent cité est de développer l'offre de services et d'équipements de proximité pour les habitants (cité dans les 2/3 des

⁵ La méthode et les sites étaient proposés par le CES de l'Anru.

⁶ Mais elle isole la question des investissements scolaires et de la politique d'accompagnement, qui fait l'objet d'un appel d'offre distinct, ainsi que la question de la mobilité.

conventions) puis de créer / renforcer les centralités de quartier et de mieux répartir l'offre (cité dans la moitié des conventions). A noter que les arguments économiques ne sont pas mobilisés dans les conventions Anru.

Arguments en faveur de la « mixité fonctionnelle » dans les conventions Anru (étude IAU îdF, 2009)

Objectifs	Nbre de conventions utilisant l'argument
Urbains	
Créer/ renforcer les centralités de quartier et mieux répartir l'offre	Près de la moitié
Diversifier les fonctions	Près du tiers
Accompagner la restructuration urbaine du quartier, l'ouvrir sur l'extérieur	Assez fréquemment
Améliorer l'accessibilité et la desserte des équipements	1/5 ^e environ
Sociaux	
Développer l'offre de services et d'équipements de proximité	Les 2/3
Développer le lien social, améliorer la qualité de vie	Une minorité
Affirmer la présence publique dans le quartier	Une minorité

Un enseignement de 2009 : des logements, équipements et commerces programmés en articulation les uns aux autres et en appui du projet urbain

L'étude de 2009 montre que la diversification des fonctions n'est pas, dans les quartiers en rénovation urbaine, une priorité pour les acteurs (locaux, régionaux et nationaux). Les équipements, commerces et activités économiques ne sont pas un axe central des projets de rénovation urbaine. Ils représentent seulement 10,5 % du montant total des financements (d'un échantillon de 90 conventions en France). Ils ne sont pas suffisants à eux seuls pour changer la dynamique du quartier mais peuvent, sous conditions, avoir un « effet levier ». En effet, comme nous l'écrivions en conclusion : « le programme de rénovation urbaine a rendu possible la réalisation - sur un même territoire et de façon « simultanée » - de projets d'équipements et de refonte commerciale et de projets ambitieux sur l'habitat et la restructuration urbaine. C'est moins le cas pour les interventions sur les activités économiques, moins présentes sur les sites et souvent envisagées dans un second temps. En règle générale, les équipements et commerces sont programmés non seulement pour les services propres qu'ils rendent, mais aussi en articulation les uns aux autres et en référence au projet urbain global du quartier. Le PNRU a ainsi joué un rôle d'effet levier, et permis de concevoir un projet d'ensemble (même s'il est trop tôt pour évaluer la réussite du pari) »⁷.

Ainsi, la mixité fonctionnelle d'un quartier vient moins de la coprésence de chacun des ingrédients qui la compose que de l'articulation et de la synergie entre ces ingrédients. Et cette synergie s'organise d'abord dans l'espace, via la programmation et la composition urbaine. Composer un quartier avec une diversité de fonctions urbaines suppose donc en amont un processus de travail coordonné entre acteurs en charge de l'habitat (bailleurs sociaux, opérateurs privés), des commerces (promoteurs spécialisés, bailleurs sociaux, commerçants), des équipements (collectivités locales, Etat, région et département pour le volet scolaire et les différences compétences dont ils sont porteurs), sous l'égide de la

⁷ Brigitte Guigou et al., *op.cit.*, 2009

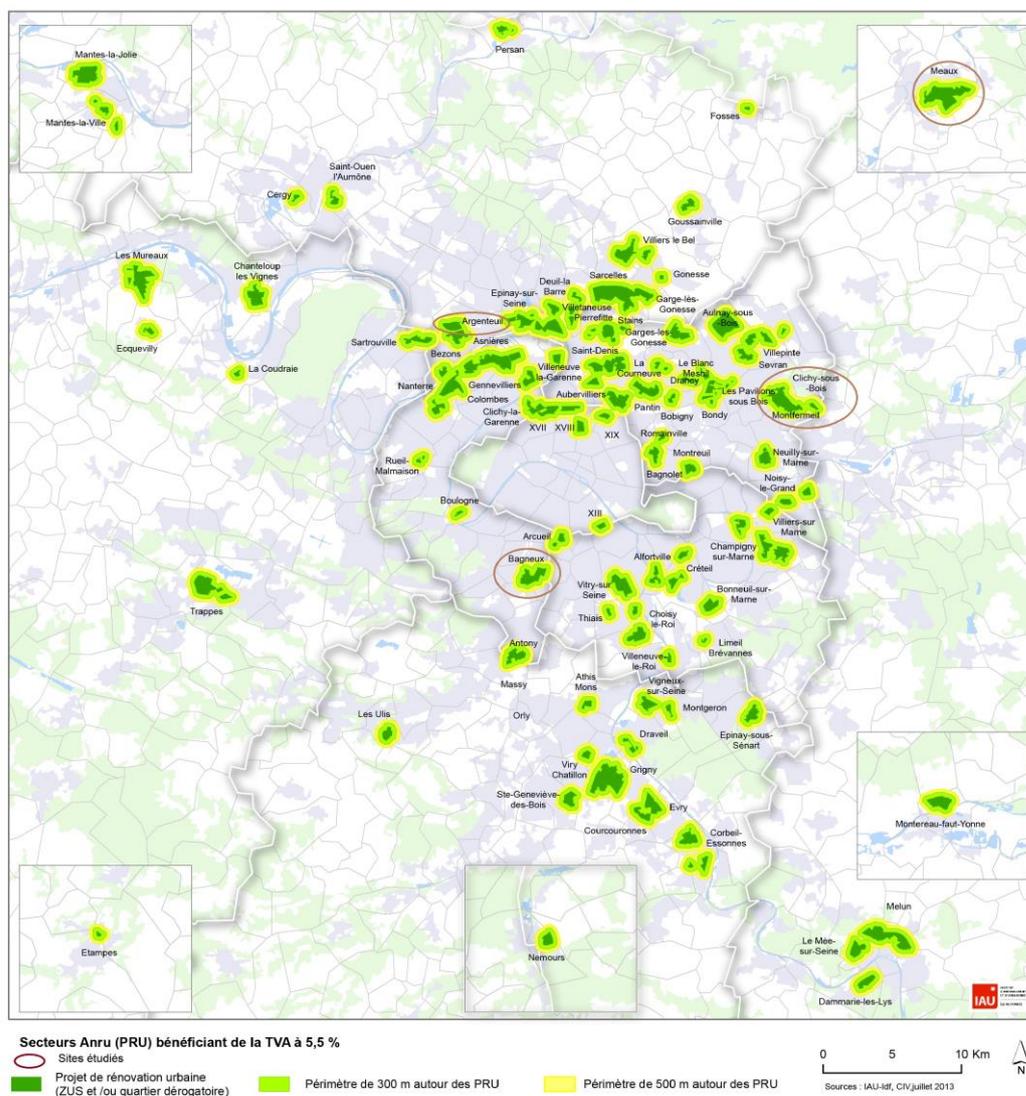
collectivité locale et de la direction de projet. L'enjeu est donc d'abord dans la conception et la conduite du projet, dans la capacité des acteurs à penser ensemble les fonctions urbaines et leurs conséquences sociales, économiques et urbaines, à réaliser et construire un projet urbain intégré.

Le PNRU, qui inscrit dans son règlement général l'objectif de mixité fonctionnelle, en donne l'opportunité puisqu'il permet de mobiliser, dans un temps court (10 à 15 ans, soit une échelle courte au regard du temps de la ville), des moyens financiers importants et une ingénierie de projet au service d'un projet de quartier.

Comment la mixité fonctionnelle a-t-elle été prise en compte dans les 4 sites ?

Cette étude compte deux tomes, le premier est le rapport d'étude, le second est composé d'annexes au rapport d'études.

Secteurs ANRU bénéficiant de la TVA réduite en faveur de la primo-accession



1. Bilan de la mixité fonctionnelle dans 4 quartiers franciliens

Retour sur 4 terrains franciliens : 3 quartiers historiques de la politique de la ville et un petit quartier où l'intervention est récente

Pour poursuivre la réflexion sur la mixité fonctionnelle, l'IAU îdF est retournée sur les quatre quartiers en rénovation urbaine franciliens étudiés en 2009.

Trois d'entre eux sont des quartiers « historiques » de la politique de la ville : Val d'Argent à Argenteuil, le quartier du Plateau à cheval sur les communes de Clichy-sous-Bois et Montfermeil et Beauval à Meaux. Ce sont de gros quartiers (entre 25 000 et 30 000 habitants) qui couvrent une superficie comprise entre 200 et 250 hectares. Ils ont été classés en grand projet urbain (GPU) au milieu des années 1990 puis en grand projet de ville (GPV) en 2000 et en zone franche urbaine (ZFU) en 1996. Dans ces trois sites des interventions parfois importantes ont donc été menées avant le PRU, tant sur le volet habitat (démolitions, reconstructions) que sur les volets économiques et commerciaux dans le cadre des ZFU (interventions sur des cellules commerciales, construction d'immobilier d'entreprise, création de zones d'activités).

Les revenus médians par unité de consommation (UC) sont les plus bas dans la zone urbaine sensible (ZUS) de Clichy-Montfermeil (8 506 € en 2008) qui est une des plus pauvres de France. Ils sont de 11 243 € dans la ZUS de Meaux où les logements étaient à 75 % sociaux en 1999 et où le taux de vacance était de 45 %. Ils sont un peu moins faibles dans la ZUS du Val d'Argent (13 718 €) qui était plutôt « classe moyenne » lors de sa construction et qui a connu un processus très marqué de paupérisation. Les sommes investies dans le cadre du PRU y sont importantes : Clichy-Montfermeil est le plus gros PRU de France (530 M€), le PRU de Meaux est un peu inférieur à 200 M€ et celui d'Argenteuil est de 335 M€.

La situation est différente à Bagneux, petit quartier de 4 000 habitants (21 hectares) situé dans les Hauts-de-Seine, en bordure des communes résidentielles de Sceaux et de Bourg-la-Reine. Les potentialités de valorisation du site y sont fortes et beaucoup plus immédiates que dans les autres sites. Si l'intervention des pouvoirs publics y est plus récente, elle n'en est pas moins importante au regard du nombre d'habitants. Le financement prévisionnel du PRU est de 128 M€. La composition socio-économique y était aussi plus favorable avec un revenu médian par UC de 16 175 €.

Objectifs et méthodologie de ce volet de l'étude

L'objectif a d'abord été d'actualiser les 4 études de cas de 2009 d'où un travail d'identification des avancées et des évolutions du PRU en matière d'équipements, services, commerces et activités économiques et une analyse de la façon dont ces fonctions ont été articulées sur le plan urbain⁸. Ce chapitre s'appuie sur les outils de suivi de l'Anru (revues de projet, avenants à la convention), sur des entretiens d'acteurs (direction de projet, services du développement économique et de l'emploi, responsables des principaux équipements, quelques entrepreneurs), sur des visites de site et sur des entretiens avec des acteurs nationaux ou régionaux en charge du développement économique, y compris commercial, dans les quartiers⁹.

Ce chapitre présente les principaux enseignements de ce volet de l'étude, site par site puis de façon transversale. L'objectif est de mettre en évidence les orientations stratégiques des collectivités concernant la diversification des fonctions dans le projet de rénovation urbaine

⁸ Voir en annexe du tome 2 (chapitre 1) : l'actualisation de la monographie de Tertres et Cuverons (Bagneux) et des extraits des monographies actualisées des 3 autres sites qui seront traités de façon détaillée dans ce rapport, ainsi que des tableaux de synthèse sur les interventions en matière de mixité fonctionnelle dans les 4 sites.

⁹ Voir liste des entretiens en annexe du tome 1.

mais aussi dans les dispositifs antérieurs (GPU, GPV, ZFU, projets européens). Comment la collectivité mobilise-t-elle (ou pas) les instruments en faveur du développement économique au service de son projet de quartier ? Quelles fonctions urbaines (logement, équipement, commerce et activité économique) ont été développées et au service de quels objectifs ? Sont-elles articulées les unes aux autres et conçues en appui du projet urbain ? Pourquoi et au service de quels objectifs, les acteurs ont-ils développé, articulé et mis en synergie ces fonctions ? Une dizaine d'années après le lancement du PRU, quel bilan en font-ils ?

Pour chaque quartier un tableau synthétique à double entrée permet de visualiser, dans la diagonale les interventions réalisées pour chaque fonction et en ligne les couplages entre deux fonctions. L'objectif est de faire apparaître les synergies (en vert) et les déficits de coordination (en rouge) entre les 4 fonctions urbaines.

1.1. Tertres et Cuverons à Bagneux

Le volet économique reporté : plus tard, ailleurs

Dans le petit quartier de Tertres-Cuveron de Bagneux (4 000 habitants), les interventions ont été ambitieuses en matière de logements, équipements et commerces. Le volet développement économique a été d'emblée reporté à la fin du projet. Des arguments ont été très tôt avancés par la direction de projet pour expliquer ce choix : les différences de temporalité entre projet urbain et projets de développement économique, la nécessité d'attendre une valorisation du quartier pour attirer les acteurs économiques, les décalages entre système d'acteurs (le PRU est porté par la ville, le développement économique est du ressort principal de la communauté d'agglomération) et le fait que les projets de développement économique dépassaient largement l'échelle du quartier.

En 2014, le développement d'emplois et d'activités économiques est finalement programmé hors quartier, sur le site voisin de la direction générale de l'Armement (DGA, 16 ha) dont les enjeux métropolitains dépassent largement ceux du quartier et dont la programmation reste à ce jour à préciser. Dans le quartier le foncier qui aurait pu être utilisé pour les projets de développement économique l'a été pour produire du logement privé et servir l'objectif renforcé en cours de projet de diversification de logement et du peuplement sur le site.

La création d'un axe de vie plurifonctionnel

Les fonctions logements, équipements et commerces entrent en revanche dans la composition urbaine du quartier et sont étroitement agencées. Le projet prévoit la création d'un lieu de centralité « plurifonctionnel » qui intègre logements, commerces en pieds d'immeubles, espaces verts, et équipements (le centre socioculturel de La Fontaine Greffier). Situé en « cœur de projet », à l'« articulation » entre deux parties du quartier, ce site est conçu comme devant devenir un « pôle d'animation et de services ». Le pôle commercial, dont la programmation a été revue à la baisse suite à une étude de la CCIP (de 10 à 5 cellules) est localisé sur un axe routier, à l'interface entre le quartier et l'extérieur. Il bénéficiera ainsi d'une bonne accessibilité et visibilité. Un autre pôle est formé par un groupe scolaire et un gymnase, deux équipements qui ont été démolis et reconstruits dans le cadre du PRU, et le débouché du parc F. Mitterrand. Un mail planté relie ces deux pôles pour structurer un « axe de vie ».

<p>DÉMOLITION DE BÂTIMENTS OU D'ÉQUIPEMENTS DEVENUS INADAPTÉS :</p> <ul style="list-style-type: none"> → le groupe scolaire et le gymnase Paul-Eluard, → le Centre Social et Culturel de la Fontaine Gueffier, → la salle de quartier La Fontaine, → le centre commercial Sarrail et les locaux annexes, → les silos de stationnement rue des Tertres et rue des Pichets. 	<p>RECONSTRUCTION D'ÉQUIPEMENTS ET DE LOCAUX ASSOCIATIFS :</p> <ul style="list-style-type: none"> → le nouveau groupe scolaire ① et le gymnase Paul-Eluard, ② → le nouveau Centre Social et Culturel de la Fontaine Gueffier, ③ → de nouveaux commerces de proximité en pied d'immeuble. ④
--	---

Les équipements et commerces à l'appui d'une polarité multifonctionnelle (source : Info Oru)



Les équipements et commerces sont ainsi utilisés comme supports à la réorganisation spatiale du quartier autour d'un parcours urbain, les reliant les uns aux autres dans le quartier et donnant au quartier les atouts qui devraient lui permettre de recréer du lien avec l'extérieur. « Nous travaillons le lien entre les équipements, nous voulons créer des parcours d'habitants qui s'appuient sur les trajets pour aller d'un équipement à un autre »¹⁰.

Le quartier Tertres et Cuverons est un exemple de composition urbaine fondée sur une synergie entre les fonctions logements, équipements et commerces. L'avenir dira si le projet, dont la mise en œuvre devrait être achevée en 2017, fonctionne comme ses concepteurs l'ont souhaité.

¹⁰ Brigitte Guigou et al., op. cit., 2009

Bagneux, Tertres et Cuverons : synergie entre les 4 fonctions urbaines

4 000 habitants, 21 ha. Financement prévisionnel du PRU : 126,8 M€				
	Logements	Equipements	Commerces	Activités économiques
Logements	273 reconstitutions LLS + 417 accession privée + 71 logts AFL	Pôle mixte : axe de vie	Commerces en RDC des logts	Concurrence : réaffectation du foncier au profit du logement
Equipements		Démolitions / reconstruction centre socioculturel/ halle des sports/ parc/ écoles	Commerces sur les flux d'équipements	Non
Commerces			Construction pôle d'hyper proximité pour quartier et extérieur (sur flux routiers)	Non
Activités économiques				Différées fin PRU puis déplacées site DGA

Lecture du tableau : la lecture diagonale montre les interventions effectivement réalisées pour chaque fonction. La lecture en ligne montre les couplages entre deux fonctions, par exemple la synergie logements/équipements/ commerces contribue à la réalisation d'un pôle mixte qui, à Bagneux, est nommé « axe de vie ».

Légende : en gris et dans la diagonale : interventions pour chaque fonction ; en vert : synergie entre 2 fonctions ; en rouge : absence de synergie et/ou concurrence entre fonctions ; souligné : interventions à venir ou reportée en fin de PRU.

Les trois autres sites sont très différents. Ils sont plus peuplés (près de 30 000 habitants à l'échelle de la Zus) et plus vastes (entre 50 et 250 hectares). Ce sont des sites historiques de la politique de la ville qui sont tous en ZFU.

1.2. Le Plateau à Clichy-Montfermeil (93)

Le volet économique en concurrence avec le PRU et différé

Dans le quartier du Plateau situé sur les communes de Clichy et Montfermeil, le développement économique a été peu traité dans le cadre du PRU, sauf sous l'angle de la restructuration des centres commerciaux. Les conséquences sur l'emploi des habitants du quartier ont été limitées, au moins dans une première phase où la rénovation massive du bâti s'est appuyée plus sur les grandes entreprises nationales que sur les TPE locales.

Pour la maîtrise d'ouvrage cette faible prise en compte des enjeux économiques s'explique par plusieurs facteurs.

- La concurrence entre le logement et l'immobilier économique du fait du manque de foncier disponible et d'arbitrages financiers. Les interventions sur les logements ont en effet été plus coûteuses et consommatrices de foncier que prévu, notamment

parce qu'aucune commune alentour n'a accepté de reloger les habitants des bâtiments démolis.

- L'investissement antérieur important sur le quartier en matière de développement économique et d'activités dans le cadre de la ZFU et des dispositifs européens (PIC URBAN, In'Europe). Dans la ZFU de Clichy (230 ha, soit un périmètre plus vaste que le quartier du Plateau) les implantations d'entreprises ont été constantes, au moins dans la première phase du dispositif dans laquelle les disponibilités foncières étaient suffisantes¹¹. « Le dispositif de ZFU a été un fort déclencheur de développement économique dans le territoire, il a dopé la création de TPE et conforté quelques PME » (entretien entrepreneur, 13/02/2014). Ainsi dans le parc d'activités de la Haute Borne (2,3 ha situé en cœur du quartier du Plateau), géré par la CA, plusieurs bâtiments dédiés à l'activité économique ont été construits :
 - Deux hôtels d'activités sous maîtrise d'ouvrage de la CA de 1 250 m² chacun, livrés en 2002.
 - Deux autres hôtels d'activités, sous maîtrise d'ouvrage privée (Kilic) avec des financements publics (fonds européens, CDC), livrés l'un fin 1990, l'autre en 2006¹².
 - Un immeuble de bureaux de 2 000 m², sous maîtrise d'ouvrage privé, livré en mai 2014. Environ 1 600m² ont été vendus à la CACM, le reste (460 m²) étant mis en location (à 195 € HT/m² par an) sans être parvenu à trouver preneur un an après. Cette difficulté s'expliquerait en partie par l'image encore « fragile » du territoire et par une inadéquation entre le type d'offre immobilière et la demande¹³.
 - On trouve aussi dans ce secteur un hôtel Formule 1 qui n'a plus à ce jour de fonction d'hôtellerie classique¹⁴.
 - En 2007, une étude de programmation immobilière commandée par la communauté d'agglomération (CA) de Clichy-Montfermeil souligne la pénurie d'offre foncière et immobilière disponible. Mais en dépit d'un volume de demande relativement important (26 demandes de locaux recensés par la CACM en 2013 notamment en petites surfaces de bureaux¹⁵), d'une réelle attractivité de la ZFU et d'une dynamique de création d'entreprises, le développement de l'offre immobilière reste principalement le fait d'opérateurs privés locaux. La communauté d'agglomération créée en 2000 et qui a la compétence économique, ne s'est pas positionnée comme animatrice du développement économique. « Cette préoccupation économique n'a jamais été jusqu'en 2012¹⁶ une priorité à côté des préoccupations premières du renouvellement urbain et du désenclavement du territoire. Mais si l'acculturation est lente elle se fait néanmoins et il y a des avancées : en effet la remise à niveau du territoire par une intervention massive sur le bâti grâce au PRU et les projets de tram et de métro permettent d'intégrer dans la réflexion le rôle que peuvent jouer

¹¹ Olivier Mandon, « Monographie de la ZFU de Clichy-Montfermeil. Bilan 1997/2002 », IAU îdF. Au 31/12/2005, le nombre d'établissements existants dans la ZFU de Clichy-Montfermeil était de 1 114 dont 163 « commerces de détail et réparations ». En 2006, 248 nouveaux établissements se sont installés dans la ZFU, dont 154 sont des créations pures. Olivier Mandon, Tableau de bord des zones franches urbaines en Île-de-France. Rapport d'activités 2005-2007, IAU îdF, 2008.

¹² Il n'y a pas eu de financement du PRU.

¹³ La demande est segmentée selon la taille des locaux.

¹⁴ Cet hôtel accueille les routiers ou travailleurs du BTP. Il a accueilli un temps des tours-opérateurs qui, allant visiter Disney, y arrivaient très tard et en repartaient tôt, mais il sert aujourd'hui principalement au relogement d'urgence notamment pour l'expulsion des squats.

¹⁵ Données CACM du 10/03/2014, bourse des locaux. Une étude de la Sofred recense 55 demandes en 2007 sur l'ensemble du périmètre de la ZFU dont près de la moitié concerne des activités commerciales (45 %). Sofred Consultants, « Etude de programmation d'activités immobilières dans le périmètre ZFU de la CACM », mai 2008.

¹⁶ Date d'embauche d'un responsable en charge du développement économique à la CACM.

les entreprises et les commerces dans cette mise à niveau du territoire¹⁷ » (entretien direction développement économique et emploi de la CA, 22/01/2014).

- Le phasage volontaire des actions, puisqu'il est admis que le quartier sera plus attractif et accessible pour les entreprises une fois les travaux de rénovation terminés¹⁸.

Les porteurs de projet misent sur le désenclavement et la valorisation du quartier par la rénovation du logement, du quartier et par l'arrivée du tramway à l'horizon 2019-2020 puis de la gare du Grand Paris Express (GPE) à horizon 2024. Ces changements devraient attirer des entreprises, soutenir le développement de celles qui existent et renforcer la principale polarité du Plateau autour de la place Anatole France.

Des interventions sur les logements, les commerces et les équipements articulées les unes aux autres

C'est via les équipements et commerces que la diversification des fonctions est affirmée comme un enjeu important du PRU, en continuité des interventions antérieures. Le projet permet une remise à niveau des équipements et commerces même si le volet équipement a été revu à la baisse depuis la signature de la convention en 2004. Le PRU, bien que centré sur l'habitat, s'accompagne d'un volet urbain dans lequel les commerces, services et équipements prennent place en étant intégrés dans des bâtiments insérés dans une trame urbaine classique (alignement sur rue, adresse, accessibilité de la rue...). Le choix est soit d'installer les équipements et services dans des bâtiments dédiés, soit de les intégrer dans des bâtiments aux fonctions mixtes (locaux commerciaux ou de services en rez-de-chaussée et logements en étages)¹⁹. Les équipements sont conçus soit comme une offre de proximité, soit comme une offre pour des populations extérieures au quartier, avec un objectif de mixité sociale.

Sur le plan urbain ils sont regroupés au sein de polarités mixtes dont la composition et les formes urbaines sont très diverses.

Deux types de polarités plurifonctionnelles qui fonctionnent, une troisième à définir

Au sud du quartier, un pôle mixte de proximité a été construit sur la place Notre-Dame des Angés. Située sur la commune de Montfermeil cette place est conçue comme l'articulation entre le quartier PRU et le centre-ville de Montfermeil, et devrait accueillir la future station de tramway (rôle de pôle d'échanges). Localisé sur des flux routiers, très accessible, ce pôle regroupe une dizaine de commerces et une halte-garderie en rez-de-chaussée d'immeuble de logements neufs. Il est aujourd'hui attractif et fonctionne bien²⁰. Il a été porté, sans lien avec le volet clichois du PRU, par le maire de Montfermeil et le soutien actif du bailleur I3F propriétaire des immeubles et locaux commerciaux. Il s'inscrit dans une stratégie plus globale de la commune de Montfermeil qui a créé un poste de chargé de mission commerce et artisanat dès 2006 dans l'objectif de dynamiser le tissu commercial du centre-ville et de développer une offre de restauration pour répondre aux besoins des entreprises du territoire²¹.

¹⁷ D'autres dispositifs ont été récemment mis en place comme le PACE, projet dédié à la création d'entreprise financé par le conseil régional ou le Club des entrepreneurs de ZFU relancé en 2014.

¹⁸ A titre d'exemple une activité de fabrication de bijoux a quitté la zone alors que l'activité tournait bien et ne rencontrait pas de problème de sécurité en raison des problèmes d'accessibilité pour les salariés.

¹⁹ « La réflexion menée dans le cadre des plans guides d'aménagement des deux secteurs du PRU a conduit les partenaires à faire évoluer la programmation en posant le principe de diversification des fonctions au sein d'un même immeuble. Pouvoir offrir des services de proximité aux habitants et animer l'espace public, telles sont les mesures qui sont visées au travers de la mixité fonctionnelle qui se traduit dans le projet urbain au niveau des entrées de quartier ou des polarités centrales, sur le parcours du futur tram-train » (avenant 4 du 29/04/2009).

²⁰ Voir l'étude de cas dans le chapitre 3.1.

²¹ Profession Banlieue, Les commerces de proximité dans les quartiers, juin 2011, p. 160.

Un deuxième pôle, situé à l'ouest et en bordure du Plateau, a été créé autour du carrefour des Libertés. Il est principalement constitué d'équipements à rayonnement communal financés dans le cadre du PRU : le collège Romain Rolland et le commissariat, d'un pôle médical en pied d'immeuble et du Mac Donald qui a été implanté dans le cadre de la ZFU. Ce pôle mixte dont la configuration est plus routière que piétonne, est très fréquenté du fait de l'attractivité des équipements et commerces implantés. Le Mac Do, dont la superficie a été augmentée récemment, est fréquenté notamment par les familles et les collégiens. C'est un point de repère dans la ville.

Mais la polarité la plus importante est encore largement à programmer et à construire. C'est celle de la place Anatole France, secteur à cheval sur les deux communes, dont la réalisation dépend de la démolition de l'actuel centre commercial Anatole France et n'a pas semble-t-il, été traité financièrement à sa juste mesure par l'Anru. Ce centre de 27 cellules commerciales présente le paradoxe d'être très attractif (en termes de chiffres d'affaires) malgré son extrême vétusté²². Les enjeux de ce secteur central du PRU du Plateau sont forts avec un projet mixte de logements, d'équipements, de commerces et l'aménagement d'une place centrale, lieu de vie et cœur de quartier. Mais la programmation n'est pas stabilisée du fait d'incertitudes tout aussi fortes portant notamment sur la date de livraison des gares du tramway T4 et du GPE et sur l'avenir de la tour Utrillo / projet villa Médicis en l'attente de décisions de l'Etat²³. Il faut retenir de ce projet complexe, la diversification de l'offre commerciale en rez-de-chaussée des premiers logements en accession qui sont en cours de construction, et la constitution d'un « micro-hub de services et commerces de proximité », qui devra continuer de répondre aux besoins de la population du quartier, tout en apportant une nouvelle offre destinée aux futurs usagers du tramway et du métro. Le contenu de cette offre reste à définir. Ces incertitudes suscitent des inquiétudes des porteurs de projet : « si on rate ce projet, on rate le PRU ».

Une mixité fonctionnelle résidentielle qui progresse

En synthèse, la mixité fonctionnelle progresse dans le quartier. C'est une mixité que l'on peut qualifier de résidentielle car elle s'appuie sur l'articulation entre logements, équipements et commerces.

Les fonctions hors logement sont plus présentes qu'au début du PRU, et elles sont articulées de façon plus coordonnée, notamment sur la place Notre-Dame des Anges (NDA). Le seront-elles à Anatole France ? Pour les acteurs, le pari de la mixité fonctionnelle sur cette place suppose un certain nombre de conditions dont la réalisation n'est pas effective et/ou acquise : l'arrivée du tramway et du GPE et leur intégration dans le tissu urbain, l'introduction d'une mixité sociale au travers de la diversification de l'offre de logements et d'une forme de banalisation du quartier, tant en termes urbains que de peuplement.

La réussite de NDA montre que la banalisation peut fonctionner en bordure de quartier. Le carrefour des Libertés, avec son Mac Do, son collège et son commissariat, est aussi un pôle attractif et « banal » au sens urbain, tout en étant un lieu de brassage entre générations et familles du quartier et de l'extérieur. La banalisation pourrait-elle fonctionner en cœur de quartier à A. France ? Dans le contexte actuel, les initiatives situées en cœur de quartier et qui ont des retombées positives en matière de commerces et d'activités (marché, hôtels d'activités par exemple) s'appuient sur des réseaux locaux et jouent davantage la spécificité que la banalisation. La polarité d'A. France pâtira-t-elle de la concurrence avec le pôle commercial de Notre-Dame des Anges ? Y aurait-il concurrence avec d'autres polarités qui fonctionnent bien (la zone d'activités de la Fosse Maussoin avec le centre commercial Clichy 2 qui regroupe un Leclerc et 40 commerces) ou avec la future polarité du centre-ville que la commune de Clichy prévoit de créer à côté de la mairie ?

²² Etude d'Objectif Ville, 2007.

²³ Voir en annexe du tome 2 (chapitre 1) l'étude de cas sur le « secteur central » du PRU du Plateau à Clichy-sous-Bois.

L'exemple de Clichy-Montfermeil fait apparaître le caractère très communal des stratégies commerciales, les effets de concurrence entre communes et l'importance qu'accordent les communes au développement commercial de leur centre-ville.

A Montfermeil, la mission première de la chargée de mission commerce est de développer les commerces du centre-ville et à Clichy, commune sans centralité, l'objectif est de créer une centralité regroupant équipements, services, activités et commerces. Or les effets de concurrence entre ces différents pôles sont peu anticipés. On peut néanmoins attendre, suite à la création récente d'un poste de chargée de mission commerce à Clichy-sous-Bois, une meilleure articulation entre les stratégies des deux communes en matière de diversification des fonctions.

Clichy-Montfermeil, le Plateau : synergie entre les 4 fonctions urbaines

Le Plateau : 30 000 habts, 201 ha. Financement prévisionnel PRU après avenant 4 du 09/07/2009 : 534M€				
	Logements	Equipements	Commerces	Activités économiques
Logements	1548 reconstitution LLS sur site + 80 logts en accession privée fin 2017 + AFL	Notre Dame des Anges (NDA) : logts et halte-garderie en RdC	NDA : logts et commerces en RdC A. France : 1^{er} opération accession mixte logts et commerces en RdC	Concurrence sur le les financements et le foncier au profit du logement
Equipements/ services		Interventions sur de nombreux équipements scolaires, sportifs, culturels	Pôle mixte Notre Dame des Anges Pôle mixte A. France : à construire	Non
Commerces			Pôle de proximité : NDA Mac Do sur les flux routiers Futur pôle A. France et le marché à construire : quelle programmation?	Non
Activités économiques				Différées en fin PRU Avant le PRU: implantation via ZFU et projets européens

Légende : en gris et dans la diagonale : interventions pour chaque fonction ; en vert : synergie entre 2 fonctions ; en rouge : absence de synergie et/ou concurrence entre fonctions ; souligné : interventions à venir ou reportée en fin de PRU.

1.3. Beauval, à Meaux (77)

Le volet économique développé dans le cadre de la ZFU (et non du PRU)

A Beauval, dans les quartiers nord de Meaux, le développement économique a été peu traité dans le cadre du PRU, sauf sous l'angle de la restructuration des centres commerciaux existants. Mais « la restructuration économique des quartiers Beauval et Pierre Collinet s'inscrit dans un dispositif d'ensemble et un contexte d'agglomération en développement »²⁴. Les actions menées dans le domaine du développement économique et de l'emploi relèvent principalement d'autres dispositifs que le PRU, comme la ZFU et le CUCS qui interviennent spécifiquement sur les quartiers ou d'autres structures qui, bien qu'intervenant à des échelles plus vastes que le quartier, comme la CAPM ou la Maison de l'emploi, ont un impact déterminant sur l'activité économique et l'emploi. Les acteurs publics porteurs en ont été la ville, la CA du Pays de Meaux qui a pris la compétence développement économique en 2003, et la Maison de l'emploi.

²⁴ *Projet d'aménagement et de développement durable de la communauté d'agglomération du Pays de Meaux.*

La ZFU, créée en 1997 sur une superficie un peu plus large que le périmètre du PRU (297 ha), a créé des conditions favorables à l'accueil de nouvelles activités²⁵. Elle a aussi participé à la création d'emplois avec l'obligation d'embauche d'un tiers de personnes résidant dans le quartier pour les entreprises qui s'installent dans son périmètre. Face à une demande importante de locaux d'entreprises²⁶, la collectivité locale s'est appuyée sur les opérateurs privés ou sur les bailleurs sociaux. Différents types de montage financier ont été élaborés sur la base de partenariat public ou privé.

En 2014, le bilan de la ZFU était jugé positif par les acteurs (forte occupation des hôtels d'activités²⁷, tissu dense de PME, soutien au maintien des commerces de proximité, impact positif sur l'emploi). Mais le manque de foncier et d'immobilier adapté reste un problème, ainsi que l'augmentation du coût locatif de l'immobilier d'entreprise ou d'artisanat et du prix du m². Cette pénurie de foncier et de locaux qui va à l'encontre des volontés d'implantation des entrepreneurs, est identifiée dès le milieu des années 2000²⁸. Elle révèle un manque de stratégie en matière d'immobilier et de foncier d'entreprise de la part de la collectivité et est accentuée par le PRU qui réserve le foncier à la fonction résidentielle.

Dans la ZFU, les activités implantées se sont localisées en partie dans des zones dédiées et non mixtes, où elles n'ont pas d'impact sur l'animation urbaine de la partie résidentielle du quartier :

- zone artisanale des Platanes (23 ha),
- zone industrielle de 135 ha où ont notamment été construits un hôtel d'entreprises public (900 m² de bureaux) et 3 hôtels d'entreprises privés.

Une partie s'est installée dans le tissu urbain de la Zus, soit dans des bâtiments ad hoc (création d'hôtels d'entreprises, d'ateliers de locaux modulables, de bureaux), soit en pied d'immeuble des logements, dans le cadre d'une collaboration avec les bailleurs sociaux ou avec les opérateurs privés. Ces activités ont contribué à « animer » le quartier, au moins par les flux physiques des entrepreneurs et des salariés, sans que des problèmes d'usages liés à la cohabitation entre activités et logements ne soient signalés à Beauval. Les répercussions territoriales des activités économiques implantées dans le quartier en termes d'animation, de consommation sur place et d'utilisation de services et équipements locaux par les salariés et entrepreneurs (restauration, commerces, loisirs, sports) font l'objet de peu d'attention de la part des opérateurs et de la collectivité.

Un modèle de développement économique à l'échelle de l'agglomération, dont le quartier est bénéficiaire par les créations d'emplois

Si le développement économique n'est pas une thématique prioritaire du PRU, c'est aussi parce qu'il est pensé ailleurs et à une autre échelle par les élus. Il y a à Meaux une cohérence entre le PRU et les autres projets d'agglomération, et celle-ci est fondamentale de par la taille des quartiers concernés dans la commune et l'ampleur des programmes réalisés²⁹.

En matière de développement économique, de formation, d'emploi et d'insertion, le projet majeur de la CAPM et de la ville est la création du nouveau parc d'activités du Pays de Meaux (PAPM) de 160 ha situé à l'ouest de l'agglomération et financé par les fonds

²⁵ Au 31/12/2005, le nombre d'établissements existants dans la ZFU de Meaux était de 535 dont 94 « commerces de détail et réparations ». En 2006, 140 nouveaux établissements se sont installés dans la ZFU, dont plus de la moitié (77) sont des créations pures. Olivier Mandon, Tableau de bord des zones franches urbaines en Ile-de-France. Rapport d'activités 2005-2007, IAU idF, 2008.

²⁶ Evaluée à 15 demandes par mois en moyenne en 2007, étude Soded.

²⁷ En 2014, selon le service économique de la mairie en charge de la ZFU la fin annoncée du dispositif ZFU a engendré de la vacance.

²⁸ D'après des données de l'étude Soded, dès 2008, il n'y avait plus de potentialités foncières et peu d'offres immobilières (quelques hôtels d'entreprises privés) dans la ZFU de Meaux.

²⁹ La cohérence est forte dans le cadre du PRU¹ qui, dans le domaine de l'urbanisme et de l'aménagement, s'appuie sur le PPADD du PLU dont il reprend les orientations en matière d'habitat, de développement économique, de déplacements et de circulation. Le PLU a été révisé pour tenir compte des objectifs du PRU.

européens. Pour que le développement de ce projet urbain intégré (PUI) bénéficie aux habitants peu qualifiés de l'agglomération, et notamment ceux des quartiers nord, des outils ont été mis en place, notamment : création d'un poste de chargé de mission financé par le Fonds social européen (FSE), orientation des formations de l'Institut des métiers de l'artisanat (IMA) en fonction des besoins des entreprises et des profils des habitants de la Zus, convention de partenariat économique avec Immochan propriétaire du centre commercial « Les Saisons de Meaux » (clause d'insertion sociale concernant notamment les activités du bâtiment durant la phase de travaux)... Leur fonctionnement nécessite une bonne coordination entre les acteurs publics et privés (entrepreneurs, chambre de commerce et d'industrie (CCI), syndicats, etc.). Sur le plan urbain c'est via la mise en service d'un tramway reliant la Zus, la gare de Meaux et le site du PAPM, que les habitants pourront accéder à l'emploi situé à l'ouest de l'agglomération³⁰.

Mais le développement du PAPM a pris du retard et ses objectifs ont été revus à la baisse³¹. La crise économique a ralenti l'implantation d'entreprises. En outre, la lenteur des procédures liée en partie aux fonds européens a retardé la réalisation du projet. Aucune des opérations ne devraient sortir avant 2015. Dans ce contexte la création du TCSP est maintenue, mais la difficulté de son financement et de sa réalisation repoussera probablement les délais de sa livraison (après 2020). A court terme ce report met à mal la cohérence d'ensemble du projet d'agglomération.

Une politique commerciale d'agglomération qui entre en concurrence avec le pôle de la Verrière

A court et moyen terme, la création du centre commercial « Les saisons de Meaux » dans le PAPM aura aussi un impact sur l'organisation commerciale de l'agglomération et du quartier Beauval. Selon la CCI et la chambre régionale des métiers de l'artisanat (CRMA), la concurrence, déjà forte, sera renforcée au détriment des polarités commerciales les plus fragiles.

Ces inquiétudes sont confirmées par les évolutions récentes du pôle la Verrière rénové dans le cadre du PRU1 : fermeture de plusieurs commerces fin 2014, annonce d'un départ des Halles d'Auchan implanté au milieu des années 2000, rumeurs persistantes de fermeture. Sans que les orientations du projet ne soient encore finalisées, la ville prévoit une restructuration en profondeur dans le cadre du NPNRU du quartier Beauval. Les premières orientations de programme seraient les suivantes : démolition de logements sociaux et construction de logements en accession, diminution des superficies commerciales, restructuration des espaces publics et implantation de services publics³². Le projet doit être mis en œuvre dans les 10 ans à venir (2015-2025 durée du NPNRU). Ce changement d'orientation est justifié par la concurrence exercée par le PAPM et par la zone commerciale du nord du quartier (ZA autour du Leclerc qui fonctionne bien et retail park des Comtes de Champagne construit à la fin des années 2000 dans le cadre d'une initiative privée). « Il n'y a pas de place pour deux pôles commerciaux d'envergure dans les quartiers nord de Meaux », selon la direction de projet.

Ce nouveau projet peut se lire non comme un revirement mais comme la dernière étape d'une transformation visant à supprimer un pôle mixte qui restait populaire dans son offre commerciale et peu valorisant sur le plan architectural et urbain en un îlot mixant habitat, services publics et quelques commerces. Cela veut-il dire qu'il n'y a pas de place, dans le quartier Beauval, pour une polarité commerciale populaire et que la banalisation des

³⁰ De façon complémentaire au nouveau PRU dont le protocole de préfiguration doit être signé courant 2015, la construction de pépinières d'entreprises serait prévue dans le quartier Beauval.

³¹ Surface de 11 000 m² au lieu de 16 000 m² pour l'IMA qui devrait ouvrir ses portes pour la rentrée 2015.

³² Entretien direction de l'Action sociale, Meaux, 07/03/2014. Le contrat de ville devrait prévoir, en complément des actions déjà menées dans le CUCS, l'implantation de services de santé pour lutter contre la désertification médicale. Un autre enjeu est la réimplantation de locaux associatifs.

commerces doit nécessairement accompagner celle des logements ? C'est en tout cas dans cette direction que s'oriente le NPNRU.

La création d'un pôle plurifonctionnel de proximité autour de logements, commerces et équipements

Dans les quartiers nord c'est à l'échelle de la proximité et en articulation étroite avec la fonction résidentielle que se joue la mixité fonctionnelle. Le pôle de proximité mixte de Colbert qui regroupe autour d'une place ouverte au stationnement, une douzaine de commerces, un équipement socioculturel, deux groupes scolaires, l'antenne du bailleur social et un parc d'un hectare joue cette carte. Même si le projet n'est pas totalement réalisé, le bilan en est déjà globalement positif. Les commerces fonctionnent et attirent au-delà des îlots voisins, il en est de même pour l'équipement public.

C'est donc « ce modèle Colbert » que la ville entend reproduire en créant un nouveau pôle de proximité en rez-de-chaussée des immeubles à construire sur l'emprise de deux tours de logement social, Auvergne et Artois, qui seront démolies dans le NPNRU. A Meaux, la « banalisation » des logements et du commerce sont deux processus mis en œuvre conjointement par le PRU. Les revirements et incertitudes sur le devenir du centre commercial la Verrière illustrent aussi l'embarras de la ville par rapport à ce centre qui n'est « banal » ni au sens urbain ni au sens sociologique du terme mais qui est au contraire plutôt vétuste et spécialisé sur le plan de l'offre commerciale.

Meaux, Beauval : synergie entre les 4 fonctions urbaines

Beauval, 25 000 habts, 250 ha. Financement prévisionnel du PRU : 196 M€				
	Logements	Equipements	Commerces	Activités économiques
Logements	1491 reconstitution LLS + accession privées + AFL	Pôle mixte Colbert : logts et équipements d'échelle proximité et intercommunal (la Caravelle)	Colbert : logts et commerces en RdC logts	Non
Equipements		Construction Espace Caravelle + rénovation équipements scolaires + rénovation de 2 stades + aménagement parc bord de Marne + parc Chenonceau (GPV)	Colbert : commerces sur les flux d'équipement de proximité et intercommunal	Non
Commerces			Colbert : Pôle de proximité La Verrière : galerie commerciale à restructurer	Non
Activités économiques				Pas de projet Avant le PRU, implantation dans ZFU et projets EU (ZA, ZI, disséminées dans tissu urbain)

Légende : en gris et dans la diagonale : interventions pour chaque fonction ; en vert : synergie entre 2 fonctions ; en rouge : absence de synergie et/ou concurrence entre fonctions ; souligné : interventions à venir ou reportée en fin de PRU.

1.4. Val d'Argent nord à Argenteuil (95)

Un volet économique ambitieux en appui d'un pôle plurifonctionnel mais des erreurs de programmation

Dans le PRU d'Argenteuil, plusieurs équipements à vocation économique ou artisanale avaient été programmés dans la convention (locaux d'activités sur la dalle, construction d'un bâtiment de bureaux et d'un hôtel d'entreprises, finalement fusionné, viabilisation du foncier). Ce volet immobilier d'entreprise du PRU a connu des évolutions importantes et plutôt à la baisse mais est néanmoins resté plus ambitieux que dans les autres cas étudiés³³.

Le bâtiment Ouest situé en bordure de dalle du Val Nord sur la place de l'Europe a été livré. Ces 3 500 m² qui devaient être loués en partie à des acteurs privés n'ont pas trouvé preneurs au prix affiché (220 €/m² annuel alors que les prix du marché sont autour de 100 €/m²). Le bâtiment, qui est bien localisé (300 mètres de la gare) et bien inséré sur le plan urbain est aujourd'hui partiellement occupé par des institutions publiques (conseil général du Val-d'Oise, antenne de police), une partie reste vacante depuis le départ du GIP fin 2013. Au début des années 2010 le bâtiment au-dessus du Franprix a été restructuré pour accueillir des activités. A ce jour les locaux sont encore vacants.

En matière d'immobilier d'entreprise, l'opération phare, l'Ouvre boîte, n'a pas été financée par l'Anru mais par des fonds européens (Feder et FSE). La CA Argenteuil-Bezons en est gestionnaire. Le bâtiment, livré au printemps 2014, regroupe une couveuse d'entreprises, 6 ateliers locatifs en rez-de-chaussée et une dizaine de bureaux à l'étage. Ce lieu d'accueil des créateurs d'entreprises propose accompagnement et conseil. Une opération privée mitoyenne (groupe Kilic) propose aussi des ateliers en location. Le bâtiment devait à l'origine être situé en rez-de-dalle, mais il a finalement été localisé en bordure de quartier sur le boulevard de la Résistance. La commercialisation fonctionne bien (les locaux seraient pleins) et la plupart des entrepreneurs viendraient de la Zus³⁴. Bien qu'en bordure de quartier elle affiche une fonction de « couture urbaine » en raccrochant le quartier du Val d'Argent avec la zone d'activité voisine.

Dans Val d'Argent sud³⁵, situé au sud de la gare, des projets économiques très ambitieux avaient été travaillés au début des années 2010, en lien avec l'arrivée de la tangentielle Nord sur la gare, notamment un projet de campus scolaire privé et la commercialisation de terrains correspondant à un potentiel foncier de 20 000 à 30 000 m² d'activités. Tous ces projets, qui étaient portés par le GIP avec l'appui de l'Etat mais moins par la collectivité, ont été gelés. Plusieurs raisons sont avancées dont le report du projet de tangentielle, la mauvaise conjoncture liée à la crise économique. Mais au-delà, comme pour le bâtiment Ouest ces blocages montrent que le quartier, en dépit d'atouts d'accessibilité, peine à entrer dans le marché³⁶.

Un pôle plurifonctionnel de proximité soumis aux contraintes de la dalle

Le PRU a permis des avancées en matière de rénovation d'équipements et la finalisation du projet de restructuration des commerces qui avait été enclenché dès la fin des années 1990. Sur le plan urbain, équipements, commerces, logements et immobilier d'entreprise ont été regroupés sur la dalle autour de l'esplanade de l'Europe. Dans la convention, cette volonté de regroupement était plus marquée puisque le bâtiment l'Ouvre boîte devait être implanté en bord de dalle. Le regroupement géographique des commerces et équipements

³⁴Entretien avec la direction du Développement économique de la CA Argenteuil-Bezons, 08/09/2014

³⁵Des locaux d'activités ont été livrés dans le Val d'Argent sud en 2012.

³⁶La ZFU du Val d'Argent couvre 151 hectares (elle regroupe les deux Zus de Val d'Argent nord et sud). Au 31/12/2005, le nombre d'établissements existants dans la ZFU d'Argenteuil était de 378 dont 38 « commerces de détail et réparations ». En 2006, 101 nouveaux établissements se sont installés dans la ZFU, dont une majorité (76) sont des créations pures. O. Mandon, Tableau de bord des zones franches urbaines en Ile-de-France. Rapport d'activités 2005-2007, IAU îdF, 2008.

est conçu pour créer des pôles de centralité, qui doivent être les garants d'une animation urbaine et de la viabilité économique des commerces.

L'intervention sur le centre commercial d'origine (78 commerces) est antérieure au PRU et a été l'un des principaux enjeux du projet. Elle a été portée par l'Epareca, saisie par la ville en 1997, jusqu'en 2012, date où la commune décide de maîtriser l'attribution et la gestion locative des locaux commerciaux, via le bailleur AB Habitat. Le projet a permis de réduire le nombre de commerces (à une vingtaine), regrouper les commerces les plus qualitatifs autour de la rue piétonne et de l'esplanade, qui sont la partie la plus passante de la dalle, implanter une moyenne surface alimentaire sur une surface plus réduite. Le bilan est mitigé, les contraintes de la dalle continuant à peser sur la rentabilité des commerces. D'après l'Epareca, « la vocation de proximité réaffirmée permet de compenser en partie le handicap de l'implantation sur dalle (visibilité et accessibilité réduites depuis les flux routiers, renforcées par la rupture des voies ferrées)³⁷ » (voir chapitre 3.4).

Des interventions importantes ont aussi été réalisées sur les équipements :

- scolaires : réhabilitation de trois écoles et reconstruction d'une autre (sur les 5 du quartier) ;
- sociaux avec la construction du centre social Gavroche, des salles Saint-Just et Oxygène (centre de quartier), de l'équipement social Bérionne et la réhabilitation, réaménagement de plusieurs locaux (bailleurs, CPAM, centre social Conjugue, ville) ;
- sportifs, avec la réalisation d'un terrain de rugby, le déplacement du skate-park et des aménagements (stade de l'école, plateau sportif) notamment dans le secteur du Coudray, Romain Rolland (piste athlétisme, terrains de sports) qui a vocation à être un grand équipement sportif à destination du quartier mais ouvert sur l'extérieur ;
- en outre, la construction de la nouvelle coque de La Poste et la réhabilitation du bloc CPAM, commissariat sont terminées.

Ces équipements sont venus compléter l'offre existante (médiathèque, studios du Conservatoire, espace animation jeunesse...). Le Val d'Argent nord est donc aujourd'hui très bien équipé³⁸. La plupart des équipements fonctionnent en réseau (médiathèque, conservatoire, maison de quartier, salles associatives et espace animation jeunesse). La plupart sont à l'échelle de la proximité (quartier), certains ont pour ambition de rayonner plus largement (halle des sports, centre médical de santé de la dalle, lycée et collège, stade de rugby des Allobroges, médiathèque). La collectivité ne dispose pas d'éléments chiffrés (en tout cas accessibles) sur leur fréquentation par des personnes extérieures au quartier.

En tout état de cause ce qui est surprenant à Argenteuil c'est l'absence de clarté et de stabilité des intentions concernant le pôle central du quartier (la dalle et ses alentours mais aussi la gare). Pour l'actuelle municipalité le Val d'Argent nord est un pôle de proximité de quartier, à la fois sur le plan commercial et en termes d'offre d'équipements. Or les équipements et services y sont nombreux et diversifiés (commerces, mairie annexe, centre de santé, médiathèque, centre de loisirs, équipement culturel, commissariat...) et proches les uns des autres (densité). Ces caractéristiques pourraient en faire un pôle plus ambitieux et attractif pour des personnes extérieures au quartier. Or ce n'est pas la carte jouée actuellement par la ville qui ne cherche pas, par exemple par une politique volontariste à partir des équipements, à attirer des populations extérieures ni à attirer des commerces attractifs. Plusieurs indices montrent au contraire que la ville privilégie l'attractivité commerciale du centre-ville à celle de la dalle. La gare du Val d'Argent, située à proximité n'est pas non plus exploitée dans le PRU (pas de densification) alors qu'elle est à proximité du quartier et va, d'ici quelques années accueillir une station de la

³⁷ Fiche descriptive Val d'Argent, Epareca, site web.

³⁸ De nombreux projets sont aujourd'hui encore en suspens.

tangentielle³⁹. Et les projets ambitieux et d'échelle métropolitaine envisagés sur le quartier du Val d'Argent sud ont été différés ou abandonnés. De plus la revalorisation de la zone industrielle proche n'est pas non plus pensée en articulation avec le quartier.

Cet ancrage du quartier et du pôle dans l'échelle de la proximité s'explique aussi par le poids de l'histoire (traumatisme de la construction du quartier du Val d'Argent contre le centre-ville d'Argenteuil et l'avis des élus locaux), de la géographie (quartier déconnecté de son environnement sur le plan urbain et éloigné du centre-ville) et de la sociologie (quartier qui s'est paupérisé, à forte population immigrée). Et il est renforcé par la forme urbaine (la dalle) qui isole le quartier. Mais il ne contribue pas à l'attractivité des commerces.

Argenteuil, Val d'Argent nord : synergie entre les 4 fonctions urbaines

Val d'Argent, 27 000 habts, 225 ha. Financement prévisionnel du projet : 334,9M€				
	Logements	Equipements	Commerces	Activités économiques
Logements	6 % de démolitions, 466 reconstitutions, 2530 réhabilitations, 85 logts AFL, 30 logts accession	Pôle mixte la Dalle équipements et logts mais contraintes dalle	La Dalle : logts et commerces en RdC mais contraintes dalle	Non, contraintes dalle + implantation couveuse hors quartier
Equipements		Requalification et construction de nombreux équipements : scolaires, sociaux, socioculturels, sportifs	Pôle mixte la dalle équipements + commerces sur les flux	Réaffectation d'une partie des m ² bureaux pour services publics/équipements
Commerces			Pôle de proximité pour le quartier	Non
Activités économiques				1 immeuble de bureaux, 1 immeuble de couveuse

Légende : en gris et dans la diagonale : interventions pour chaque fonction ; en vert : synergie entre 2 fonctions ; en rouge : absence de synergie et/ou concurrence entre fonctions ; souligné : interventions à venir ou reportée en fin de PRU.

1.5. Articulation des logements, équipements, commerces et activités économiques et mise en synergie dans le projet urbain : bilan transversal

La première remarque concerne la difficulté de monter en généralité compte tenu des différences entre les quatre sites, du poids du contexte local et du petit nombre de cas étudiés. Quelques enseignements généraux peuvent néanmoins être proposés.

³⁹ La fréquentation de la gare du Val d'Argent est faible (5 000 à 10 000 entrants par jour) et elle offre une faible accessibilité aux bassins d'emplois et de populations. : moins de 200 000 emplois peuvent être atteints en moins de 30 mn à partir du pôle, DREIF, Potentiel de densification autour des axes et des pôles de transports en commun. Monographies par pôles, non daté.

Des interventions du PRU qui renforcent la fonction habitat dans les quartiers

Dans 3 des 4 PRU, le volet développement économique et création d'immobilier d'entreprise et d'activités non commerciales est resté absent ou limité. C'est seulement au Val d'Argent où il a été porté de manière plus ambitieuse. Un constat similaire a d'ailleurs été fait à l'échelle nationale : 2 % seulement du coût total des PRU sont, en moyenne, consacré au développement économique⁴⁰. Les montants consacrés au commerce pèsent à peine 0,7 % du montant total des projets de rénovation urbaine et entre 2,5 et 2,7 % des fonds investis par l'Anru d'après des chiffres nationaux⁴¹. En Île-de-France 67 % des investissements ont été consacrés au logement locatif social, 15 % aux aménagements publics et 10 % aux équipements⁴². La fonction habitat a donc été privilégiée et revalorisée dans le PRU1 au détriment de la fonction économique. Le contraire en somme de la mixité fonctionnelle affichée dans les textes...

Une concurrence pour le foncier entre fonction résidentielle et fonction économique

Cette marginalisation des interventions en faveur de l'économique s'explique d'abord par la concurrence pour le foncier entre activités économiques et fonctions résidentielles. Pourtant le manque de disponibilité foncière et immobilière était antérieur au PRU et déjà repéré dans les ZFU⁴³. Il a freiné l'implantation d'activités économiques dès le début des années 2000 à Argenteuil, Clichy-Montfermeil et Meaux, trois quartiers en ZFU, mais aussi dans d'autres quartiers franciliens⁴⁴. Face aux demandes d'entrepreneurs à la recherche de locaux en ZFU, les collectivités locales laissent généralement jouer les lois du marché. Quelques opérateurs privés et bailleurs sociaux investissent le marché « au coup par coup » mais, dans un tissu contraint et sans vision stratégique globale ni projet coordonné, la construction de l'offre reste très inférieure à la demande locale. Une enquête menée par la CMRA Île-de-France auprès d'un échantillon de 100 chefs d'entreprises⁴⁵ montre que seuls 38 % des artisans franciliens en ZUS disposent d'un local d'activité distinct de leur domicile. Cette situation réduit les capacités de structuration de l'entreprise et pose des problèmes de visibilité et de transmission de l'activité. Pour Orhan Kilic, entrepreneur qui a investi à Clichy-sous-Bois, Argenteuil ou Chanteloup-les-Vignes, les besoins existent et les conditions sont réunies dans certaines communes en PRU pour rentabiliser de l'immobilier d'entreprise, à condition d'avoir des disponibilités foncières, d'accepter un niveau de rentabilité modeste et d'adopter une gestion locative adaptée face à des entreprises qui restent fragiles sur le plan économique (entretien du 11/02/2014).

Un constat similaire a été fait sur la ZFU Bellevue dans l'étude du Credoc sur la mixité fonctionnelle dans l'agglomération nantaise : « L'examen de la cartographie de la zone franche fait apparaître le caractère à la fois éclaté et excentré des programmes d'immobilier d'entreprise. Le manque de disponibilités foncières explique le caractère périphérique des implantations. A part le projet Anru, associé à des démolitions, les programmes immobiliers se sont faits au gré des disponibilités foncières, au coup par coup. Le développement de ces programmes procède d'une logique opportuniste »⁴⁶.

⁴⁰ CESE, 2008. *Un rapport du CESER* Intégration des quartiers sensibles et politique régionale du logement (Nicole Smadja, 28 janvier 2010) signale un seul exemple de développement d'activités tertiaires à l'intérieur d'un PRU : à Gennevilliers (92), projet de parc tertiaire à l'emplacement d'une barre démolie. Signalons aussi dans le quartier du Chaperon 1 - Le suivi ne portait pas spécifiquement sur la mixité fonctionnelle. 2 - N. Smadja, G. Esposito, B. Guigou, ORF, mars 2011. 38 IAU idF – La mixité fonctionnelle : un objectif à définir et négocier, au cas par cas Vert à Arcueil-Gentilly (94), un projet de construction de locaux tertiaires sur le boulevard bordant le quartier.

⁴¹ François Kossman, « Les enjeux des commerces de proximité », in Les Cahiers de Profession Banlieue « Les commerces de proximité dans les quartiers », juin 2011.

⁴² Au 31/12/2013, enquête livraison Anru.

⁴³ Le lien entre les deux dispositifs aurait pu être facilité par le nombre de quartiers concernés à la fois par le dispositif ZFU et par le dispositif PRU : 80 % des ZFU françaises ont bénéficié d'un projet de rénovation urbaine.

⁴⁴ Cette pénurie d'offre foncière et immobilière dans les ZFU franciliennes a été souvent soulignée dans le Club des ZFU de l'IAU idF.

⁴⁵ Respectant la représentation de la population de l'ensemble des entreprises identifiées en ZUS d'Île-de-France.

⁴⁶ Isabelle Van de Walle, 2009, op. cit., p. 113.

Dans les sites, les activités économiques sont le plus souvent regroupées dans des zones qui leur sont exclusivement dédiées (zone industrielle de la Fosse Maussoin à Clichy, parc d'activités intercommunal de la Haute Borne à Clichy, zone industrielle, retail park et zone d'activités des Platanes à Meaux). Sur le plan urbain ces zones fonctionnent comme des isolats sans lien avec la ville. Mais les activités économiques sont parfois disséminées dans le tissu urbain de la ZFU, soit dans des bâtiments ad hoc (hôtels d'entreprises, ateliers, bureaux), soit en pied d'immeuble des logements, dans le cadre d'une collaboration avec les bailleurs sociaux⁴⁷ ou avec les opérateurs privés.

Les collectivités locales et les opérateurs immobiliers accordent une attention diverse à l'impact territorial des activités économiques (en termes d'embauche notamment). Elles cherchent peu à influencer sur la sélection des entreprises en ZFU ou sur leurs potentialités d'embauche, prennent peu en compte la dimension « animation urbaine » susceptible d'être générée par l'activité économique, ainsi que les retombées en termes de consommation des salariés sur le territoire.

La dynamique de création d'entreprises générée par les ZFU n'a donc pas été « appropriée » par les collectivités locales qui considèrent ce dispositif comme un outil fiscal et non comme un levier pour construire un projet stratégique de territoire⁴⁸. Elle est restée peu articulée à la politique de développement économique du territoire.

- A Clichy-sous-Bois et à Montfermeil⁴⁹, les difficultés des collectivités à construire une stratégie de développement économique s'expliquent d'abord par la précarité financière de l'agglomération, par la faiblesse de l'ingénierie au regard des besoins du territoire et par l'urgence et l'ampleur des interventions sur les logements privés et publics. En donnant des moyens pour agir sur le logement, le PRU a renforcé la tension sur le foncier au détriment des activités. La politique de développement économique de l'agglomération est restée longtemps balbutiante. Elle se construit progressivement depuis quelques années⁵⁰.
- A Beauval, la ville et la CA, qui prend la compétence développement économique en 2003, laissent agir des opérateurs privés ou s'appuient sur les bailleurs sociaux⁵¹. Leurs objectifs ne relèvent pas d'une volonté de réponse à des besoins exprimés par les acteurs économiques et encore moins du souhait d'introduire de nouvelles fonctions économiques sur le territoire. Si l'économie n'est pas une thématique prioritaire du PRU, c'est parce qu'il est pensé et décliné ailleurs, dans les documents de planification (Scot, PLU) et qu'il s'appuie sur d'autres secteurs, l'ouest de l'agglomération (PAPM) notamment. Les quartiers nord sont d'abord conçus comme pôle de main-d'œuvre, le rôle de la collectivité et de ses partenaires étant de faciliter l'accès à l'emploi de ses habitants peu qualifiés.
- A Argenteuil, le manque de cohérence sur le devenir du quartier et sa place dans l'agglomération expliquent les difficultés du volet économique du PRU. Tensions dans la gouvernance, poids des contraintes urbaines liées à la dalle mais aussi

⁴⁷ La contribution des bailleurs sociaux au développement économique se manifeste depuis les années 1970 et 1980 dans l'exercice de trois volets du métier :

- la qualité résidentielle, cœur du métier, est un facteur clé d'attractivité y compris économique ;
- l'offre renouvelée d'habitat crée potentiellement des emplois et de l'insertion pour le quartier ;
- l'immobilier d'activité est un autre levier via les transformations d'usages de logements en locaux d'activités, souvent pour des TPE, la construction d'immobilier d'entreprise, d'équipements publics... Les bailleurs sociaux devront, d'après des annonces de l'USH et de la CDC en 2014-2015, relancer leur investissement sur l'immobilier d'activité et être un opérateur plus actif du développement économique dans les quartiers.

⁴⁸ La genèse du dispositif des ZFU et le fonctionnement du champ de la politique de la ville où l'arène politique prime sur l'arène technique. Contribuant à l'expliquer. Jane Rasmussen : « Quand l'arène politique s'en mêle : la mise en place des zones franches urbaines », in Joseph Fontaine et Patrick Hassenteufel, p. 211-232.

⁴⁹ Les arbitrages de terrains ayant déjà été réalisés dans le cadre du PRU, il n'est plus possible de mener une réflexion globale « logements, développement économique, développement commercial », Sofred.

⁵⁰ Parmi ces signes : embauche d'un responsable du développement économique en 2012, mise en place d'un Pace (projet dédié à la construction d'entreprises), relance du Club des entrepreneurs créé en 2007.

⁵¹ Les outils nécessaires pour construire un plan d'action font défaut : observation du marché par exemple.

difficultés à surmonter le traumatisme de la construction du Val d'Argenteuil et à le concevoir comme un quartier « ordinaire » sont aussi des facteurs explicatifs.

- Dans le quartier Tertres et Cuverons, la fonction économique qui avait été programmée en fin de PRU, a été transférée sur le quartier mitoyen de la DGA. Ce choix, qui semble légitime du fait de la petite taille du quartier, reporte sur le quartier voisin le pari de la mixité fonctionnelle. L'avenir dira s'il était pertinent.

Une justification du report du volet économique à la fin du PRU serait la nécessité d'attendre un changement d'image pour attirer les acteurs économiques. Or si les élus souhaitent attirer des entreprises importantes, la réalité du tissu économique local doit aussi être prise en compte : c'est généralement celui d'un territoire pauvre avec une majorité de TPE et d'autoentrepreneurs, dont le profil sociologique est proche de celui des habitants (majorité d'étrangers et d'immigrés, pas ou peu diplômés, avec de faibles ressources financières).

« La réalité culturelle du territoire est à prendre en compte. Elle se reflète dans le tissu économique local... Il faut accepter de travailler avec les pauvres et les migrants des cités, prendre en compte le paysage ethnique de l'entreprenariat local, par exemple le fait qu'il y a une importante communauté turque présente depuis 30 ou 35 ans et qui est très investie dans le secteur de la confection » (direction du Développement économique et de l'Emploi, CA).

Immobilier d'entreprises, hôtels d'activités	
<i>Source : IAU ÎdF, B. Guigou, sauf mention contraire</i>	
Argenteuil, la dalle : l'Ouvre boîte, pépinière d'entreprises	Argenteuil, la dalle : immobilier de bureaux
	
ZFU Clichy-Montfermeil, le Plateau : Hôtel d'activités	ZFU Clichy-Montfermeil, le Plateau : Hôtel d'activités
	

Une mixité fonctionnelle résidentielle autour de la triade logements, équipements et commerces

Dans les sites étudiés la combinaison et l'articulation entre logements, équipements et commerces dans des polarités mixtes de proximité fonctionne, sous certaines conditions dont celle d'une accessibilité suffisante. C'est donc autour de cette triade logements, équipements et commerces que s'observe une mixité fonctionnelle que nous avons qualifiée de résidentielle. Elle est d'abord au service des « résidents »⁵², entendus au sens large de ceux qui habitent le territoire mais aussi ceux qui y travaillent et ceux qui y passent.

Dans ces pôles mixtes, le commerce joue un rôle essentiel. Il constitue la première activité créée dans les ZFU : d'après les données Urssaf du 31/12/2013, le commerce regroupe 23,2 % du total du tissu des entreprises dans les ZFU⁵³. Les acteurs s'accordent sur l'importance de la fonction commerciale et sur son rôle majeur dans la construction matérielle et symbolique du renouveau du quartier. Cette idée, partagée par les professionnels et les élus, est renforcée dans des quartiers où chacun pense que l'évolution du commerce doit accompagner l'évolution du peuplement et de l'image du lieu. Le commerce est donc une bonne entrée pour étudier la mixité fonctionnelle sous l'angle de ses effets urbains.

⁵² Dans le Trésor de la langue française, l'adjectif résidentiel est défini comme « partie d'une ville où dominant les maisons d'habitation (d'un certain standing) ». Un résident est une « personne qui réside habituellement dans un lieu, en particulier dans une résidence ».

⁵³ Les autres activités sont : service aux entreprises (249 établissements actifs soit 19,4 %) ; construction (185 établissements actifs soit 14,4 %) ; activités de services aux personnes (167 établissements actifs soit 13 %). O. Mandon, tome 2, annexe 1.

2. Le commerce dans les quartiers : une équation complexe

Les chapitres suivants portent sur le commerce dans les quartiers en rénovation urbaine au travers d'un cadrage sur la fonction commerciale puis d'une analyse de 4 polarités commerciales : Val d'Argent à Argenteuil, Plateau à Clichy-Montfermeil et quartiers nord de Meaux⁵⁴. Le dernier s'appuie sur des entretiens avec des commerçants pour interroger leurs modes de vie et leurs perceptions du quartier.

En plus des sources déjà utilisées (« littérature grise » du PRU, entretiens auprès des acteurs du projet et visites de sites), l'étude s'appuie sur des entretiens qualitatifs auprès d'une trentaine de commerçants installés dans ces pôles. Ces entretiens ont été menés dans les boutiques, durant des moments de pause. Le contact a été facile mais certaines questions (sur la trajectoire personnelle ou les dimensions économiques de l'activité) n'ont pas toujours reçu de réponse. Les informations recueillies sont donc hétérogènes⁵⁵. Pour comprendre les points de vue des usagers concernant les espaces publics, entre 12 et 38 questionnaires ont été passés dans chacune des polarités auprès d'usagers⁵⁶.

2.1. Dans les grands ensembles, une conception erronée du commerce⁵⁷

Une vision abstraite du commerce comme équipement

La pensée urbaine qui a donné lieu à la construction des grands ensembles conçoit les commerces comme des équipements. Leur programmation s'appuie sur des normes prescrivant des surfaces à construire selon les poids de population. Cette pensée centralisatrice, rationaliste et normative, se décline, dès la fin des années 1950 dans les grilles d'équipements du rapport Dupont puis dans la circulaire Sudreau-Fontanet (1961).

Dans ces textes, le commerce est conçu comme un service aux habitants et non comme une activité économique devant répondre à des demandes dans un contexte concurrentiel. La conception de l'activité commerciale y repose sur l'idée erronée selon laquelle le grand ensemble fonctionne comme un isolat, sans lien avec son environnement mais avec des habitants captifs. Ceci explique que la taille des équipements commerciaux soit établie uniquement à partir du nombre d'habitants sans prendre en compte l'offre commerciale extérieure. Les grilles d'équipements s'appuient aussi sur l'idée d'unité de voisinage, les commerces étant conçus comme des supports à l'animation sociale.

Définitions et typologie des centres commerciaux (source : SCET, 1995)

Un centre commercial est un groupe de magasins de détail généralement bâti sur un plan d'ensemble et comportant des parties et services communs, notamment un parc de stationnement (Panorama Points de Vente). Les centres commerciaux forment un ensemble hétérogène.

Les centres à attraction régionale : de grande dimension, ils peuvent réunir entre 100 et 200 commerces, totalisant au moins 30 000 m² de GLA, et pouvant dépasser les 100 000 m². Leur zone de chalandise regroupe en moyenne de 80 000 à 200 000 habitants.

⁵⁴ Une polarité commerciale est définie comme un sens d'espace qui regroupe des commerces, des équipements publics, des services et qui attire des flux de personnes.

⁵⁵ Voir guide d'entretien en annexe du tome 2 (chapitre 2).

⁵⁶ Voir grille du questionnaire en annexe du tome 2 (chapitre 2) (questions fermées et quelques unes ouvertes soit un temps de passage entre 10 et 20 mn par questionnaire). L'axe 3 de la consultation du Puca portait sur les effets sociaux, socio-économiques et urbains des interventions menées au nom de la mixité fonctionnelle (et non pas seulement escomptés ou proclamés a priori). L'étude s'inscrit dans l'axe 1 (sur les logiques d'acteurs) et dans l'axe 3 du Puca. Nous avons passé 72 questionnaires : 37 sur la dalle à Argenteuil, 15 à Notre-Dame des Anges à Montfermeil, 15 à Colbert et 15 à la Verrière à Meaux. Le questionnaire proposait à la fin quelques questions ouvertes. Voir questionnaire en annexe.

⁵⁷ Le terme commerce est employé par commodité mais il s'agit bien du commerce et de l'artisanat.

Les centres à attraction intercommunale : leur surface est comprise entre 5 000 et 30 000 m² GLA. Ils bénéficient souvent de la présence d'une grande surface, d'une galerie marchande de 30 à 50 boutiques spécialisées et de services. La zone de chalandise regroupe entre 50 000 et 150 000 habitants.

Les centres commerciaux de proximité regroupent le plus souvent entre 15 et 30 boutiques. Leur zone de chalandise peut s'étendre à plusieurs quartiers.

Les centres commerciaux de quartier regroupent une surface d'environ 1 000 à 2 000 m² GLA et 6 à 15 boutiques autour d'une supérette et éventuellement de quelques services. « Généralement intégrés à des ensembles immobiliers de logements, ils desservent une population habitant à 10 mn à pied environ et assurent une fonction essentielle d'animation de la vie de quartier. C'est dans cette dernière catégorie que se classent la plupart des centres commerciaux en difficultés ».

Dès les années 1960, le commerce dans les grands ensembles connaît des difficultés économiques

Mais cette vision abstraite se heurte d'emblée à la réalité des pratiques. Dès le milieu des années 1960, les difficultés économiques du commerce des grands ensembles apparaissent. En 1965 une enquête sur les habitudes d'achat de la population des grands ensembles relève une tendance à l'évasion commerciale vers les commerces des centres-villes⁵⁸. En 1966, un rapport relève les principales erreurs de conception des centres commerciaux des grands ensembles : leur petite taille (les 2/3 compteraient moins de 10 boutiques de petite surface), l'absence de parking, l'insuffisance des voies d'accès et le manque de visibilité, les prix de vente excessifs des m² commerciaux (la commercialisation se faisant par l'intermédiaire de la CDC et des bailleurs sociaux). Et le rapporteur du groupe « urbanisme commercial » à la commission du commerce du cinquième plan écrit que « la majorité des 550 centres commerciaux construits dans les nouveaux ensembles d'habitation depuis 15 ans donnent des résultats très décevants »⁵⁹.

Ces difficultés sont renforcées par la construction de centres commerciaux de banlieue dans les années 1960 et 1970 qui provoquent une rapide et profonde mutation de l'appareil commercial. D'après le schéma directeur d'aménagement et d'urbanisme de la région parisienne (SDAURP) de 1965, 15 centres régionaux doivent permettre la restructuration et la redynamisation de la banlieue, l'objectif étant « de mettre à la disposition des banlieusards des services commerciaux comparables à ceux du centre de la capitale » et de concevoir ces centres comme de véritables espaces d'animation urbaine⁶⁰. A titre d'exemple l'aire de chalandise du centre commercial de Belle Epine, ouvert le 27 septembre 1971 à Thiais (Val-de-Marne), compte environ 44 communes représentant à l'époque plus d'un million d'habitants.

Des difficultés renforcées en Île-de-France

La spécificité du contexte francilien renforce les difficultés des commerces dans les quartiers. Trois caractéristiques propres à l'Île-de-France sont relevées en 2000 par le groupe de travail « commerces » dans le cadre de l'évaluation régionale du contrat de plan Etat-Région 1994-1999⁶¹:

- la concurrence renforcée due au surdimensionnement de l'équipement commercial des quartiers. En Île-de-France la densité des centres commerciaux est une fois et demie supérieure à ce qu'elle est en province. Cette concurrence s'est mise en place très tôt ;
- la multiplicité des intervenants, liée à la taille et au potentiel économique de la région ;
- l'absence de régulation de l'offre commerciale.

⁵⁸ Centre d'études du commerce

⁵⁹ Cité par Etienne Thil dans « Les inventeurs du commerce moderne », Paris, Arthaud, 1966, p. 188.

⁶⁰ Julia Moro, « L'activité des centres commerciaux en banlieue », in Le Val-de-Marne. Anthologie : 1964-2014, sous la direction d'Emmanuel Bellanger et Julia Moro, 2014.

⁶¹ Jacques Bravo (président) et Thomas Kirsbaum (rapporteur), Rapport final de l'instance d'évaluation de la politique de la ville en Île-de-France, préfecture d'Île-de-France, conseil régional d'Île-de-France, janvier 1999

Depuis, le processus de mutation du commerce se poursuit et les comportements d'achat des consommateurs évoluent (montée des mobilités, volatilité, montée d'internet). Des processus de concentration de plus en plus marqués de l'activité commerciale en termes de capital, d'outils de production et d'espaces sont identifiés. Le commerce traditionnel qui représentait l'essentiel du secteur jusqu'au milieu du 20^e siècle, ne réalise plus que 16 % de l'ensemble des ventes du commerce de détail. Un nouveau modèle économique s'impose dans le commerce de détail, celui du discount (écoulement de grandes quantités et application de faibles marges)⁶².

Ces mutations ont des conséquences sur le commerce des quartiers où l'équipement commercial apparaît souvent en repli, si ce n'est sinistré. « Les deux tiers des Zus disposent d'un équipement commercial. La plupart des centres créés lors de la construction des quartiers d'habitat social ont vu leur activité décliner, pour certains jusqu'à la disparition complète. Les boutiques d'origine ont fermé une à une, remplacées en partie par des commerces dits « ethniques » (boucherie, épicerie, coiffure...) ou bien laissant seul le supermarché souvent repris par une enseigne de hard discount. De véritables friches commerciales continuent à accroître l'image sinistrée de ces quartiers »⁶³.

⁶² Pascal Madry,

⁶³ Bruno Maresca., Laurent Pouquet, « Le commerce dans les cités. Un potentiel qui requiert du volontarisme et de l'innovation », *Credoc, Consommation et Modes de vie*, n°144, 30 juin 2000

Un environnement commercial concurrentiel

Source : IAU îdF, B. Guigou, sauf mention contraire

Montfermeil, centre-ville



Montfermeil, centre commercial les 7 îles



Meaux, centre-ville commercial

CA du Pays de Meaux, projet du centre commercial les saisons d'Auchan

Source : site web CAPM



Meaux, Beauval, retail park

Meaux, Beauval, zone d'activités commerciales



Les enquêtes de terrain de l'Epareca confirment l'acuité des problèmes

Deux enquêtes de l'Epareca (2008 et 2010) dressent un état des lieux de l'activité commerciale dans les quartiers prioritaires (195) et supplémentaires (255) de l'Anru⁶⁴. Elles portent principalement sur les polarités commerciales, entendues comme « un ensemble commercial qui présente une unité de fonctionnement et d'usage pour le consommateur ».

Ces enquêtes confirment les difficultés de l'activité commerciale dans les Zus. Le niveau d'attractivité y est faible au regard des critères que sont le nombre de commerces, la présence d'une locomotive alimentaire susceptible d'attirer des flux du quartier et de l'extérieur, la présence de commerces « incontournables » c'est-à-dire utilisés au quotidien et le taux de remplissage des boutiques. Ces enquêtes constatent (tableau) :

- des polarités plutôt de faible taille (médiane de 10 boutiques, 54 % ont moins de 12 commerces) ;
- la présence d'une locomotive alimentaire dans la moitié des polarités seulement serait susceptible de capter une clientèle de proximité et de passage ;
- en revanche la présence d'au moins un commerce incontournable (boulangerie, pharmacie, tabacs/presse/loto, café) dans la plupart des sites ;
- des taux de vacance supérieur à 15 % (considéré comme le seuil critique) dans 29 % des polarités.

Etat des lieux de 196 polarités commerciales en Zus par l'Epareca : répartition par taille

	Pôle d'hyper proximité : entre 0 et 5 boutiques	Pôle de proximité entre 6 et 12 boutiques	Vocation élargie au quartier : entre 13 et 20 boutiques	Vocation élargie au-delà du quartier : < 20 boutiques	Total
Taux de répartition des polarités selon le nombre de boutiques	16 %	38 %	24 %	22 %	100 %

Etat des lieux de 196 polarités commerciales en Zus par l'Epareca : taux de vacance

	Pas de vacance	Vacance < 15 % (seuil critique)	Vacance comprise entre 15 et 30 %	Vacance > 30 %	Total
Taux de vacance	46 %	25 %	17 %	12 %	100 %

Source : EPARECA pour l'Onzus, Onzus 2011

Lecture : 16 % des polarités ont entre 0 et 5 boutiques.

L'intégration des équipements commerciaux dans leur environnement est un autre critère d'attractivité. Or l'enquête révèle :

- une conception spatiale souvent datée et peu fonctionnelle (difficultés d'accès dues à l'absence de passage piétons, des surélévations, des passages étroits, un étalement des commerces...)

⁶⁴ Les résultats des enquêtes de 2008 et 2010 ont été publiés sous forme de fiches de présentation du pôle disponibles sur le site web de l'Epareca (caractéristiques du dispositif commercial existant : nature et composition, atouts et difficultés, contexte sociodémographique du quartier et de la commune, environnement urbain, caractéristiques du projet Anru et des interventions sur le tissu commercial, conclusions et préconisations). Deux articles ont aussi été publiés dans le rapport annuel Onzus de 2009 et 2011. Une nouvelle enquête va être lancée en 2015 sur les quartiers éligibles au NPNRU, en l'élargissant aux activités artisanales. Les résultats devront être publiés fin 2015. Voir aussi résultats de l'enquête de l'Epareca en annexe du tome 2 (chapitre 2) et les résultats d'une enquête de la Chambre régionale des métiers de l'artisanat (CRMA) en annexe du tome 2 (chapitre 2).

- un enclavement fréquent par rapport au reste de l'agglomération (isolement, enclavement physique (topographie, cours d'eau...) ou urbaines (voies ferrées, autoroutes, centres hospitaliers...);
- et un environnement fortement concurrentiel, ce critère ayant le mérite d'élargir l'analyse au-delà du quartier.

2.2. Les incertitudes de l'action publique face aux difficultés du commerce dans les quartiers

Une mise en place très progressive des outils d'action

Face à ces difficultés la revitalisation des centres commerciaux devient un enjeu d'action publique porté par différents acteurs : l'Union HLM, la DIV, le réseau CDC (SCET, SCIC). Des années 1990 au lancement du PNRU, des réflexions⁶⁵ et des expériences de revitalisation commerciale conduites notamment par la SCET et la SCIC sont menées⁶⁶. En 1996 le Pacte de relance pour la ville (PRV), voté par l'ensemble des partis politiques, met l'accent sur « le traitement économique du chômage qui est le premier fléau des quartiers difficiles ». Des exonérations fiscales accompagnent la création d'entreprises.

Le pacte crée l'Etablissement national public d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux (Epareca), pour accompagner les collectivités locales dans la reconquête de leurs zones commerciales et artisanales de proximité. L'objectif est aussi de pallier l'absence d'investisseur public en capacité de restructurer le commerce de banlieue puisqu'il intervient en qualité de promoteur, d'investisseur et d'exploitant des centres commerciaux de proximité.

Mais la montée en régime de l'outil sera très progressive. De 1997 à 2005, la structure reste dotée de très faibles capacités d'action (une dizaine de centres commerciaux restructurés durant la période). Puis elle connaît une phase de développement dans la période 2006-2012 (27 centres commerciaux restructurés durant la période et un montant de 8 à 10 M€ investi chaque année). Un rapport de la Cour des comptes, suite à un contrôle sur les comptes et la gestion durant la période 2001-2012, relève la modernité de son modèle d'intervention et une gestion globalement optimisée, tout en appelant à un rééquilibrage de ses interventions sur le territoire et à un renforcement des actions de maîtrise des risques juridiques, opérationnels et économiques dans les opérations conduites⁶⁷. Conforté par ce rapport, l'Epareca s'engage pour la période 2013-2015 dans un nouveau contrat d'objectifs avec des moyens renforcés, une convention de partenariat avec l'Anru (2013) et la création d'une société commune avec la CDC (2014). L'établissement devrait exploiter une cinquantaine de centres commerciaux d'ici fin 2015⁶⁸.

Le projet de loi de finances 2015 met parallèlement en place des mesures complémentaires en faveur du développement économique, des commerces et de l'artisanat dans les quartiers (encadré). Pour les commerces la mesure phare en est l'exonération sur les impôts locaux des commerces situés dans l'un des 1 300 quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV).

⁶⁵ Menées par la Délégation interministérielle à la ville (DIV) et l'Union HLM.

⁶⁶ Par exemple, Union HLM : Guide pratique du commerce des quartiers d'habitat social janvier 1995 ou SCET : Revitaliser les centres commerciaux en difficulté dans les quartiers. Guide à l'usage des opérateurs, novembre 1995.

⁶⁷ Le critère de la durabilité économique des investissements est désormais mieux pris en compte dans la décision d'investissement via cinq paramètres : aspect concurrentiel, insertion urbaine, configuration et montage du projet, sécurité, adhésion des commerçants sur place.

⁶⁸ Soit une quinzaine d'opérations nouvelles entre 2013 et 2015 pour un investissement de 75 M€.

Encadré : Acteurs et outils du développement commercial dans les quartiers

1989 : création du Fisac, Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce

1996 : Pacte de relance pour la ville et création des ZFU

1998 : création de l'Epareca, Etablissement national public d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux, en application de la loi du Pacte de relance pour la ville

2013 (décembre) : convention de partenariat Anru / Epareca pour rendre plus efficace les interventions sur le commerce et l'artisanat et favoriser la mutualisation des moyens¹

2014 :

- création d'une société commune Epareca/ CDC « Foncièrement quartier » (juin) ;
- convention d'objectifs 2014-2020 pour les quartiers prioritaires de la politique de la ville entre l'Etat et la CDC.
- renforcement des moyens du Fisac (deux appels à projet par an)

2015 (projet de loi de finances) :

- création des territoires entrepreneurs en remplacement des ZFU
- les commerces de proximité installés dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV) bénéficient d'une exonération portant sur les impôts locaux (CET et TFPB).

La rénovation des polarités est un processus complexe dont le bilan est inégal

Les évaluations de l'Epareca sur les opérations restructurées en montrent les avancées mais aussi les difficultés et les obstacles⁶⁹. Les principaux résultats des bilans engagés en 2012 et 2013 font apparaître les points suivants : un retour positif sur la fonctionnalité et la qualité architecturale des projets immobiliers ; une offre commerciale plus diversifiée mais qui reste fragile ; un environnement urbain qui n'est pas toujours stabilisé et peut constituer un frein au fonctionnement de l'activité commerciale ; le caractère déterminant de la localisation pour capter une clientèle externe au quartier ; des chiffres d'affaires prévisionnels rarement atteints à court terme ; des difficultés à faire évoluer les représentations subjectives sur les polarités commerciales. Le tableau ci-dessous illustre la situation pour deux centres commerciaux franciliens sur lesquels l'Epareca est intervenue et où des difficultés se maintiennent. Ces difficultés ont conduit l'Epareca à adapter ses modes d'intervention sur les plans urbains, financiers et opérationnels mais aussi, ce qui est important, en insistant sur l'accompagnement de l'opération immobilière en termes de communication, de gestion dans la durée via une présence et une coordination régulière des acteurs (bailleurs/commerçants), d'accompagnement dans la durée des commerçants (formations...).

⁶⁹ Données transmises par l'Epareca, 03/11/2014

Synthèse de l'évaluation de l'Epareca sur 2 centres commerciaux francilien – Source Epareca

	La Courneuve (92) – centre commercial la Tour	Garges-lès-Gonesse (95), centre commercial Arc en Ciel
Nbre de m ² commerciaux	932 m ²	2 120 m ²
Date d'intervention de l'Epareca	2005	2012
CA moyenne surface alimentaire (2012)	3,8 M€	4,1 M€
Recette locative	234 K€	698 K€
Taux de vacance (2012)	12 %	7 %
Taux d'impayés de loyers (2012)	3 %	25 %
Améliorations suite à l'intervention	Amélioration de l'ambiance et de l'état général du bâti	Amélioration de l'état général du bâti
Dysfonctionnements restants suite à l'intervention	Sentiment d'insécurité et victimation ; difficultés économiques des commerçants ; faible pouvoir d'achat des habitants ; tensions entre commerçants ; non respect des baux commerciaux ; occupation abusive par des jeunes	Qualité médiocre des commerces ; sentiment d'insécurité ; insuffisance des flux dans la galerie ; tensions entre commerçants ; CA nettement inférieur au prévisionnel.

D'une façon plus générale et en dépit de moyens renforcés la question commerciale reste un problème dans les quartiers en politique de la ville.

Dans tous les rapports publics récents⁷⁰ (ministères, Parlement, Conseil économique et social, rapports de l'Observatoire national des Zus), elle est principalement abordée sous l'angle du sous-équipement en commerces de proximité, soit selon une approche quantitative et un indicateur dont les fondements sont à interroger.

Un indicateur quantitatif dont les présupposés sont à interroger

Ce constat de sous-équipement s'appuie sur un indicateur unique, le nombre d'équipement commercial pour 10 000 habitants à l'échelle de la Zus. Sa méthodologie mérite d'être interrogée. Le taux d'équipement commercial des Zus est établi à partir du répertoire Sirene de l'Insee qui identifie les équipements exerçant une activité de commerce ou de service marchand. Comme le souligne le rapport du Credoc, « le principe du taux d'équipement commercial est d'évaluer la densité du tissu commercial à l'intérieur de la Zus au vu du nombre d'habitants ». Ce taux est aussi l'indicateur de performance de la politique publique en faveur de l'équipement commercial. A ce titre il est utilisé dans le programme « Ville » (147) du projet de loi de finances 2015.

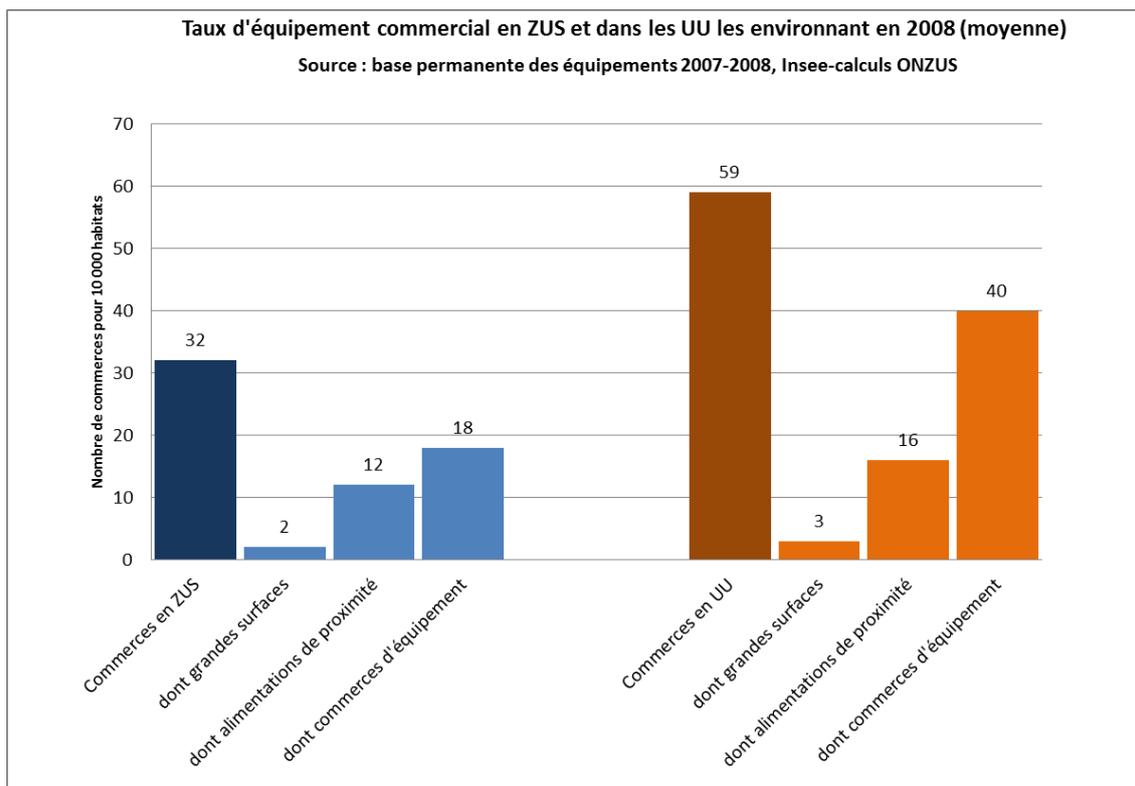
Le graphique page 35 (à partir des données de l'Onzus 2009, issues de la base permanente des équipements⁷¹) illustre les écarts des taux d'équipements commerciaux pour 10 000 habitants entre les Zus et les unités urbaines les environnant. En moyenne⁷² les Zus comptent de 1,5 à 2 fois moins d'équipements commerciaux que le reste de l'unité

⁷⁰ CESE, 2008, 2009, Onzus 2009.

⁷¹ Le taux d'équipement est le nombre d'équipements pour 10 000 habitants. La source en est le fichier Sirene de l'Insee. Du fait de la non correspondance entre géographie des Iris et des Zus (le territoire d'une Zus peut se distribuer sur plusieurs Iris sans les englober complètement), le rapport ne considère pas ici les Zus stricto-sensu mais le plus petit groupe d'Iris contenant une Zus (Onzus, rapport 2009, p. 162).

⁷² Les écarts sont plus forts si l'on compare les médianes (Onzus, 2009).

urbaine qui les abritent, soit un taux de 32 commerces pour 10 000 habitants en Zus contre 59 pour 10 000 habitants dans les unités urbaines qui les englobent⁷³.



Si l'on détaille les résultats par type d'équipement (graphique ci-dessus), le retard des Zus n'est pas uniforme. Les commerces d'équipement font défaut dans les Zus (plus de 2 fois moins présents), les taux de grandes surfaces et de commerces d'alimentation de proximité sont en revanche assez proches en Zus et dans l'unité urbaine.

Le rapport 2009 de l'Onzus souligne aussi la très forte hétérogénéité dans la distribution de l'indicateur d'équipement commercial d'une Zus à l'autre.

Or l'enquête « Vie de quartier » conduite en 2001 par l'Insee⁷⁴ et exploitée dans le rapport Onzus 2004 montre que le niveau d'équipement commercial des Zus est très variable selon le type de commerce considéré et que le sous-équipement doit être relativisé pour les commerces de proximité les plus utilisés. Les écarts sont les plus faibles « pour les commerces d'alimentation générale et supérettes, les commerces de fruits et légumes, les pharmacies, les commerces de viande et boucheries et les supermarchés : le niveau d'équipement des Zus est alors proche de celui des autres quartiers... (...) seuls 4 % des ménages vivant en Zus n'ont pas de boulangerie proche de leur domicile, 5 % n'ont pas de magasin d'alimentation (...) » (rapport Onzus 2004).

Au final cet indicateur présente de fortes limites :

⁷³ D'après un article intitulé « Etat des lieux et perspectives d'avenir du commerce dans les territoires prioritaires de la politique de la ville », rédigé par l'Epareca dans le même rapport de l'Onzus (2009), le taux serait de 11,4 établissements pour 10 000 habitants en 2008 (contre 34,9 pour la France entière au recensement de 1999). Nous ne savons pas expliquer cet écart.

⁷⁴ Cette enquête s'appuie sur un autre type de méthode (enquête auprès des habitants) et sur un indicateur qui est l'accessibilité des lieux d'achat depuis le domicile sur la base non d'une distance métrique mais d'un temps de trajet estimé par l'habitant entre son domicile et le commerce. Les résultats de cette enquête reposent sur une méthodologie spécifique puisque le périmètre examiné ne se restreint pas aux ZUS mais compte tous les commerces accessibles en moins de 10 ou 20 minutes à pied depuis le domicile de l'enquêté, par conséquent des commerces situés dans la Zus ou hors de la Zus. La partie variable « Vie de quartier » de l'enquête permanente sur les conditions de vie des ménages (EPCV) porte sur les perceptions et usages de leur quartier par les habitants et inclut des questions sur les équipements, y compris commerciaux, les services... L'avantage principal de cette méthode est de ne pas « sanctuariser » le périmètre de la Zus mais de prendre en compte, au moins sur le principe, les potentialités de déplacement des habitants.

- D'une part, parce qu'il agrège des types de commerces dont l'usage est très variable ce qui conduit à « niveler » des besoins pourtant très différents (commerces d'usage quotidien sont mis « sur le même plan » que des commerces d'usages beaucoup moins fréquents). Or ce sont bien ces commerces qui sont utiles au quotidien pour les habitants.
- D'autre part, et c'est un argument majeur, parce qu'il ne tient pas compte des commerces implantés hors Zus et qui sont facilement accessibles pour les habitants des quartiers.

Avec cet indicateur, l'action publique entérine l'idée selon laquelle les Zus sont des isolats et les habitants des Zus des consommateurs captifs contraints à la fréquentation de commerces de proximité. Or les études sur les pratiques de consommation des habitants des Zus montrent une réalité très différente.

2.3. Les pratiques commerciales des habitants des Zus

L'enquête de terrain montre la diversité des pratiques commerciales des usagers dans les 4 polarités mixtes. A Argenteuil par exemple, la très grande majorité des interviewés sont mobiles, disposent d'une voiture et/ou utilisent les transports en commun. Seule une petite minorité, en l'occurrence des femmes adultes ou âgées, est « captive », c'est-à-dire ne possède pas de voiture, n'utilise pas les transports en commun et ne sort pas du quartier (ou très rarement). Ces femmes fréquentent les commerces de la dalle, le Simply Market du Val d'Argent sud et quelques commerces accessibles à pied.

Pour les autres, les pratiques de consommation sont les suivantes :

- le ravitaillement alimentaire dans des grandes surfaces, en voiture, une fois par semaine, ou par mois (carrefour de Sartrouville, Auchan de la Défense),
- les courses d'appoint dans la semaine, effectuées rapidement après une journée de travail (les commerces de la dalle, de la rue Utrillo, par exemple),
- la consommation « de loisirs » (habillement notamment) dans le centre-ville d'Argenteuil, ou sur Paris et la Défense,
- la fréquentation des marchés (celui d'Argenteuil, mais aussi de Sarcelles).

Ces enseignements sont-ils généralisables?

Une étude de l'Epareca (2010) constate qu'en l'espace de 10 ans, les comportements d'achat ont profondément changé et que de moins en moins de personnes sont captives et dépendantes d'une offre commerciale de proximité, en partie du fait du désenclavement des quartiers et de la voiture qui, plus nettement que les transports en commun, accroît les possibilités de choix en matière de consommation⁷⁵.

L'étude déjà citée de B. Maresca et L. Pouquet du Credoc sur le commerce dans les cités (2000⁷⁶) montre que « les comportements des consommateurs de banlieue sont aujourd'hui plus en phase avec l'évolution des modes de vie des jeunes ménages dans les centres urbains » et « s'éloignent de plus en plus du schéma d'approvisionnement classique des ménages populaires ». Parmi les principaux résultats : l'importance des dimensions non fonctionnelles de la consommation que sont les dimensions symboliques, les désirs de loisirs, de convivialité, d'évasion et de distraction. « Dans les cités, plus nettement qu'ailleurs, se rendre au grand centre commercial régional ou dans un centre-ville est aussi une distraction qui répond au besoin d'évasion de ménages qui ont peu d'occasions de sorties ». Besoin de proximité et besoin d'évasion coexistent et expliquent que « les habitants puissent à la fois réclamer d'avoir sur place plus d'offre commerciale et des services, et préférer, chaque fois qu'ils le peuvent, fréquenter les zones commerciales

⁷⁵ Transmis par l'Epareca

⁷⁶ Bruno Maresca et al., *op.cit.*, 2000

plus attractives qui sont loin de leur quartier ». Une autre étude exploratoire du Credoc (2009) fondée sur des entretiens approfondis auprès de 12 ménages de deux Zus franciliennes⁷⁷ montre la recherche d'un éventail de choix (gamme de produits, marques, prix, type de magasins et d'urbanité) le plus large possible par des ménages qui n'aspirent pas nécessairement à faire l'ensemble de leurs courses dans leur quartier. Bien au contraire...

Ces études montrent qu'hormis la contrainte budgétaire et les caractéristiques spécifiques de la dimension identitaire de la consommation⁷⁸, « il n'y a pas de spécificité très marquée des pratiques de courses alimentaires dans les quartiers Zus »⁷⁹. Ici comme ailleurs les habitants veulent avoir le choix et demandent à la fois davantage de commerces de proximité et la liberté de fréquenter davantage de commerces à l'extérieur.

2.4. Essai de reformulation des termes de l'équation commerciale

« Le développement du commerce de proximité, porteur de lien social et de développement économique, est un des leviers pour améliorer concrètement et durablement les conditions de vie des habitants. » (François Lamy, ministre de la Ville).

« Il paraît décisif pour les habitants des quartiers populaires – alors qu'un nouveau plan (NPNRU) se prépare – que l'offre commerciale puisse être mise au niveau des logements, des équipements et des espaces publics rénovés. Et que plus généralement parlant, les responsables publics fassent de la rénovation du commerce dans ces quartiers l'une de leurs priorités politiques » (association d'élus Ville et Banlieue, mai 2014).

Elus, professionnels et habitants s'accordent sur le caractère indispensable des commerces de proximité et, dans le même temps, sur la difficulté à faire vivre des commerces dans les quartiers en politique de la ville. Dans quels termes cette « équation commerciale » est-elle posée dans les quartiers en rénovation urbaine ?

Un enjeu urbain : un bouquet de critères, parmi lesquels l'accessibilité et la gestion

La question commerciale dans les quartiers, nous l'avons mis en évidence dès le premier chapitre, est d'abord urbaine. Il y a aujourd'hui consensus entre les acteurs impliqués dans l'équation commerciale sur les conditions urbaines de fonctionnement d'un pôle commercial. Les études de cas confirment bien l'impact des facteurs principaux que sont la lisibilité et la scénographie, l'accessibilité et le stationnement, le confort d'usage et la sécurité, la gestion⁸⁰. Il y a aujourd'hui globalement consensus sur le fait que les commerces doivent être regroupés dans l'espace et non disséminés, qu'ils doivent être très accessibles, notamment en voiture (ce qui suppose du stationnement), et très visibles. Le premier chapitre montre l'existence d'un « modèle urbain » de pôles mixte de proximité. Dans ce type de pôle les commerces sont en rez-de-chaussée des immeubles de logements, à proximité d'équipements et services pour intensifier les flux et très accessibles, notamment en voiture (stationnements) et à pied.

Les études de cas décriront de façon précise et contextualisée les principes urbains qui ont guidé la conception des 4 polarités et la façon dont elles fonctionnent et sont appréciées par les usagers et les acteurs. Comment fonctionnent les pôles qui correspondent au

⁷⁷ Xavier Mordret et Bruno Maresca, « Commerces et zones urbaines sensibles. Politiques publiques et besoins des habitants, Credoc, Cahier de recherche n°260, décembre 2009.

⁷⁸ « Pour certaines familles interrogées, ... (les commerces exotiques) occupent une place privilégiée dans l'ensemble des lieux qu'ils fréquentent (...) Par ailleurs les commerces exotiques sont les lieux de référence où l'on rencontre les autres du quartier, où on est vu par les autres du quartier ; ils agissent comme des hauts lieux de construction identitaire, dans un domaine, les pratiques culinaires pour lesquelles l'origine culturelle de la famille imprime une marque importante ». Xavier Mordret, op. cit., p. 59

⁷⁹ Xavier Mordret, op. cit., p. 63

⁸⁰ Voir F. Kossman, op.cit. 2011.

modèle urbain de pôle mixte de proximité et ceux qui sont construits sur des principes urbains différents ?

Un enjeu économique : logique privée versus logique de service public

Le commerce doit, pour les élus, jouer un rôle de service public, de service de proximité pour la population. Mais c'est aussi une activité économique qui s'exerce dans un contexte concurrentiel et qui doit être rentable pour perdurer⁸¹. Or le contexte des quartiers en politique de la ville rend cet objectif difficile en raison :

- de la faiblesse du pouvoir d'achat des ménages, de la baisse de la dépense alimentaire dans les quartiers (-15 % contre -4 % à l'échelle nationale⁸²) et des pratiques de consommation très dispersées ;
- du coût de plus en plus important des investissements initiaux pour les commerçants : pour aménager et agencer 400 m² de surfaces commerciales, constituer le stock et la trésorerie de départ, il faut environ 400 000 € d'investissements⁸³. Pour des porteurs de projets, cela suppose d'avoir un apport personnel qui représente 30 à 40 % de l'investissement, ce qui est élevé pour des personnes éloignées de l'emploi ;
- de la diminution concomitante de leurs marges (une boulangerie doit générer 450 K€ de CA pour être rentable contre 260 K€ il y a 10 ans). Dans la conjoncture actuelle, toutes les activités commerciales sont touchées dans les centres suivis par l'Epareca, à part les banques et les pharmacies ;
- le coût de l'immobilier reste pourtant très modéré dans les quartiers en rénovation urbaine : en moyenne, toute activité confondue, les loyers sont de l'ordre de 100 € m²/an, ce qui est un avantage compétitif pour le quartier⁸⁴. Mais la rénovation contribue en général à une augmentation de ces charges fixes ce qui peut déséquilibrer les commerçants les plus fragiles⁸⁵ ;
- un autre facteur est la difficulté à équilibrer les bilans financiers des opérations commerciales qui coûtent en général plus cher qu'elles ne rapportent.

Ce constat général doit être nuancé, les situations économiques des commerces en Zus variant selon les sites, la nature des commerces et les commerçants. Dans certains cas, l'activité commerciale peut être rentable. Mais comme elle ne l'est pas nécessairement, la nécessité de financements publics complémentaires est aujourd'hui admise, au moins pour une période limitée.

« Dans les opérations commerciales situées dans les quartiers en politique de la ville, le montant des charges foncières qui peuvent être revendues pour équilibrer l'opération est en général très faible... Dans les opérations Anru il n'est pas rare que les recettes soient négatives... D'où un déficit, financé par l'Anru » rappelle F. Kossman, expert du commerce⁸⁶. De plus la valeur locative (et donc vénale) du commerce ne couvre pas le prix de revient de l'opération. D'où un coût pour l'opérateur, qui peut être un bailleur social, un opérateur privé ou un investisseur (classique ou foncières locales ou familiales) et la nécessité de financements par les pouvoirs publics pour monter le volet commercial de

⁸¹ Même si l'évaluation de la rentabilité a une dimension subjective et n'est pas la même d'un commerçant à l'autre.

⁸² Source Epareca, 2010

⁸³ Les investissements pour ouvrir une boulangerie ou une boucherie sont par exemple conséquents, du fait de la technicité des métiers.

⁸⁴ Christelle Jubien, « L'Epareca : un outil au service de la revitalisation des commerces de proximité des quartiers sensibles », Les Cahiers de Profession Banlieue, juin 2011. Dans tous les cas les loyers doivent être adaptés au chiffre d'affaires des commerçants : d'après les experts, le loyer doit être de 4,5 % du chiffre d'affaires du commerçant.

⁸⁵ Cet effet secondaire est pointé par Pascal Mardry dans un article sur « Le commerce des quartiers de grand ensemble au défi de la mixité sociale », in Commerce et ville ou commerce sans la ville ?, sous la dir. de Arnaud Gasnier, Presses universitaires de Rennes, 2010. D'après l'auteur la rénovation urbaine pourrait menacer la rente commerciale des quartiers de grands ensembles sous l'impact de deux facteurs conjugués : la baisse du nombre d'habitants et l'arrivée de populations plus aisées qui élargirait sa zone d'approvisionnement, ce qui se traduirait par un effet revenu quasi nul sur la dépense de proximité. Le second argument peut être valable pour les quartiers où il y a un réel accroissement de la mixité sociale, mais c'est loin d'être un cas de figure fréquent.

⁸⁶ François Kossman, op. cit., 2011.

l'opération d'urbanisme. Une fois les cellules livrées se pose la question des loyers. Là encore dans le cadre des PRU, il est admis que les loyers soient en dessous des prix du marché, au moins les premières années, pour permettre aux commerçants de trouver un équilibre économique. L'Epareca applique ce principe et dispose en principe de 4 ans pour réaliser l'opération et la remettre sur le marché. Mais cette règle est régulièrement renégociée, le temps de portage étant plus long que prévu. En effet en 4 ans les chiffres d'affaires prévisionnels, calculés en amont via des études de potentiels, ne sont que trop rarement atteints et la situation est rarement stabilisée sur le plan commercial et urbain⁸⁷. Les arbitrages sont plus difficiles pour des collectivités confrontées à ces problèmes et tiraillées entre volontarisme politique (maintenir coûte que coûte des services commerciaux aux habitants) et réalisme économique. Jusqu'où aller dans le soutien aux commerces de proximité ? Pour les élus le volontarisme l'emporte souvent. Qu'en est-il dans les 4 pôles ?

Un enjeu politique : banalisation *versus* spécialisation

Le commerce dans les quartiers populaires est aussi un enjeu politique : des commerces oui mais pour qui ? Dans des quartiers en rénovation urbaine où le changement de peuplement est attendu de la diversification de l'offre de logements, les commerces doivent accompagner cette évolution du peuplement et de l'image. L'idée partagée par les élus et les professionnels, est de programmer une offre commerciale qui anticipe sur les attentes des futurs habitants et/ou qui attire des habitants extérieurs au quartier. Il s'agit de faire évoluer l'offre et d'accompagner une « montée en gamme », une normalisation, une « banalisation » de l'offre qui viendrait remplacer une offre obsolète, trop « spécialisée », peu attractive ou, au contraire (et c'est un paradoxe dans les quartiers), une offre obsolète, dont l'image pose problème, mais très rentable et attractive (c'est le cas à Anatole France).

Que signifient pour les acteurs, les termes de banalisation et de spécialisation ? Quelles catégories sociologiques recouvrent-ils ? Quels sont les commerces et les commerçants que les acteurs veulent éviter et ceux qu'ils recherchent ? Est-ce des commerces non rentables, qui génèrent des nuisances, qui donnent une mauvaise image, est-ce des commerces « ethniques » ? Et si c'est le cas dans quel sens faut-il comprendre le terme « ethnique » ? Banaliser le commerce suppose d'agir sur la programmation de l'offre, travail qui est au cœur de plusieurs polarités commerciales étudiées. Sur le plan opérationnel, comment les acteurs programment-ils cette offre ?

⁸⁷ Christelle Jubien, *op.cit.* 2011.

3. Etude de cas de quatre polarités mixtes

Quelles ont été les interventions menées dans le cadre des PRU pour résoudre les dysfonctionnements commerciaux ? Quels ont été les choix en matière de localisation des commerces et de programmation des fonctions présentes sur le pôle ? Celles-ci sont-elles conçues en articulation les unes avec les autres et en appui du projet urbain ? Quel bilan les acteurs (collectivité locale, commerçants, usagers du pôle) en font-ils ?

Pour répondre à ces questions l'étude s'est appuyée sur l'analyse de 4 pôles mixtes (logements, commerces, équipements) situés à Argenteuil, Clichy-sous-Bois–Montfermeil et Meaux⁸⁸.

Deux sont de petites polarités de quartier, construites dans le cadre du PRU et positionnées sur des flux de passage : il s'agit de Notre-Dame des Anges dans le quartier du Plateau à Montfermeil et de la place Colbert dans les quartiers nord à Meaux. Les deux autres sont des polarités commerciales de plus grande taille construites dans les années 1970 et restructurées avant et/ou pendant le PRU : la Verrière dans les quartiers nord à Meaux et la dalle dans le quartier du Val d'Argent à Argenteuil. Dans ces quartiers, les projets de démolition-reconstruction de pôles commerciaux ou de restructuration de ces pôles ont été menés à bien et des éléments de bilan peuvent déjà en être tirés.

Les études de cas présentent les points suivants : historique du projet urbain ; urbanisme, accessibilité et aire de chalandise des commerces ; nature et qualité de l'offre commerciale ; appréciation des espaces publics (conception, gestion, tranquillité) ; appréciation des relations sociales dans les espaces ; stratégie pour l'avenir.

Les tableaux suivants présentent les principales caractéristiques des pôles mixtes.

⁸⁸ Ces pôles ont été choisis parce qu'y étaient regroupés plusieurs fonctions générant des flux et parce qu'ils avaient l'objet d'investissements dans le cadre du PRU. Pour le choix, il y a consensus entre l'avis des acteurs interviewés dans la première phase de l'étude et nos propres observations. Le quartier Tertres et Cuverons n'a pas été retenu car le pôle commercial ne sera pas livré avant 2017.

Pôles commerciaux de proximité neufs

	Calendrier	Programmation d'origine et du PRU	Accessibilité	Des commerces pour qui ?	Modalités de commercialisation	Propriété juridique
Notre Dame des Anges Montfermeil	2010 : avenant ANRU 2012 : 1er commerces 2016: fin des travaux	Ex CC Bargue (démoli) <u>2015</u> : 10 commerces <u>A terme</u> : 2 parcelles à commercialiser	Sur flux automobiles, bonne visibilité, stationnement, confort d'accès piétons. Très bonne accessibilité. En limite du pavillonnaire	Rayonnement communal et intercommunal commerces et halte-garderie	Binôme commune et bailleur.	Locaux propriété de I3F et AFL
Colbert Meaux	2005/ 2016	Ex CC Colbert (démoli) <u>Janvier 2015</u> : 16 commerces de 80 à 100m ² , une moyenne surface Franprix. <u>A terme</u> : quelques commerces supplémentaires	A proximité de l'axe routier structurant du quartier, 70 places de parking, sur un mail piéton et sur des flux d'équipements, confort d'accès piétons. Très bonne accessibilité	Pole de proximité mixte : commerces en RdC, espace Caravelle à rayonnement commune, parc 1 ha, cabinet médical, équipements scolaires	Commerçants relogés + nouveaux commerçants + commerçants qui quittent la Verrière (banques). Choix en partie orienté par la ville	Locaux propriété de la SAIEM (maîtrise publique) et de Bouygues Immobilier. Pas de problème de gestion

Pôle commercial des années 70 restructuré avant et/ou durant le PRU 1

	Calendrier	Programmation d'origine et du PRU	Accessibilité	Des commerces pour qui?	Modalités de commercialisation des cellules	Propriété juridique
La dalle (Argenteuil)	Mi 90: 1ere études. 2002/2005 : 1er tranche de livraison 2007/2014 : 2ème et 3ème tranches avec retards, en finalisation.	Pôle commercial d'échelle régionale ou intercommunale en 1970, CC de milliers de m2 et 78 commerces Sur dalle : 25 commerces (Franprix), services, bureaux (commissariat, CG 95), nombreux équipements A proximité: équipements scolaires et sportifs (projet de stade)	Problèmes d'accessibilité (pas de voiture, problème de livraison, faible visibilité Flux piétons importants vers la gare	habitants du quartier, pôle de proximité mais nombreux équipements, bureaux, services	Par la ville et AB Habitat. Tensions	2012, rachat des locaux commerciaux par AB Habitat et convention de sortie avec l'Epareca. Géré par ABH
La Verrière (Meaux, phase 1)	2004/ 2009	1972 : CC de 15 000m ² , grande enseigne, 50 commerces sur galerie couverte, pôle de loisirs (cinéma, salle de jeux, drugstore) 2014 : 65 commerces dont hypermarché discount (Halles d'Auchan), création d'une galerie supplémentaire par Immochan, services publics implantés durant le PRU (MJD, Mairie de quartier)	Bonne visibilité. Bonne accessibilité, parking gratuit. PRU, ouverture du centre vers l'extérieur	Habitants quartiers nord, communes voisines, salariés des zones voisines Juxtaposition entre l'ancienne galerie commerçante peu qualifiée, un pôle de services créé par la ville et la partie neuve de l'hypermarché et sa galerie. En concurrence avec d'autres polarités existantes ou à créer (PAPM)	Immochan pour grande enseigne (adaptée à la clientèle), pas de maîtrise du choix par la ville Porté par la ville avec le privé (Immochan et copropriété privée)	Privée

3.1. La place Notre-Dame des Anges à Montfermeil : la construction d'un pôle commercial accessible et attractif

3.1.1. Historique du projet : une démolition/reconstruction

La place Notre-Dame des Anges est située dans le quartier du Plateau à Montfermeil à un km du centre de la commune. Antérieurement, les activités commerciales du Plateau se concentraient sur deux petits centres :

- le centre commercial Anatole France (CCAF) situé au cœur du Plateau (le « secteur central ») à Clichy-sous-Bois,
- le centre commercial Bargue, situé au sud des Bosquets à Montfermeil, à la lisière du secteur PRU et du tissu pavillonnaire.

Le projet de convention du PRU de Clichy-Montfermeil en 2004 prévoyait « la démolition du centre commercial Bargue et la reconstitution d'un petit pôle autour du rond-point des Hautes Bornes » (ancien nom de la place Notre-Dame des Anges). Comme pour le centre commercial Anatole France, l'objectif était de pérenniser l'offre commerciale tout en la rendant plus attractive, via un urbanisme de rue et à des cellules en pied d'immeubles.

Le centre commercial Bargue au début des années 1980	Le centre commercial Anatole France en 2014
	
<p>Source : Rapport évaluation du PRU de Clichy-Montfermeil, Partie VI, p.11, 2013.</p>	<p>Source : B. Guigou, IAU îdF</p>

Le projet s'inscrit dans un programme plus large de réaménagement de la place Notre-Dame des Anges (NDA). Il s'agissait de créer un lieu articulant le quartier des Bosquets (habitat collectif) et le centre de Montfermeil, qui soit en même temps une porte d'entrée dans la ville et un espace d'animation proposant des services et commerces de proximité.

D'importantes évolutions du projet

Dans le projet initial, les commerces devaient être traités en phase complémentaire du PRU, après les logements (démolition des copropriétés dégradées et relogement dans le parc social). De plus, il n'était prévu qu'un nombre limité de commerces sur la place, la polarité commerciale principale devant rester le « secteur central » avec le centre Commercial Anatole France (CCAF) et le marché forain. Plusieurs raisons expliquent qu'une polarité commerciale à part entière ait vu le jour sur la place NDA, alors même que le CCAF n'est pas encore démoli.

- Le fait, acté dans la convention de 2004, que chacune des deux villes ait son propre urbaniste pour travailler à l'élaboration et au suivi du projet sur sa partie du secteur

PRU.⁸⁹ En effet, le maire de Montfermeil avait souhaité faire appel à son propre urbaniste, Michel Ricard, pour réaliser le plan-guide des Bosquets.

- La démarche proactive du maire de Montfermeil de création d'une polarité commerciale de proximité sur la place NDA, dans le cadre de sa stratégie commerciale pour sa commune. Et la rencontre avec la volonté et le savoir-faire du bailleur Immobilière 3F. L'objectif était de créer une place qui réponde aux besoins de la population de Montfermeil, et pas uniquement du quartier des Bosquets.⁹⁰
- Le retard pris dans le projet d'aménagement du secteur central⁹¹.

En février 2010, l'avenant 5 à la convention Anru vient valider la programmation commerciale en pied d'immeuble des constructions neuves d'Immobilière 3F sur la place Notre-Dame des Anges. Neuf cellules commerciales et d'activités sont prévues en rez-de-chaussée de deux programmes de logements sociaux (704 m² pour Q1 nord et 767 m² pour P3, soit un total de 1 471m² de commerces et services, voir plan-guide)⁹².

Plan-guide de la place Notre-Dame des Anges	La place Notre-Dame des Anges
<p>Source : Rapport d'évaluation du PRU de Clichy-Montfermeil, Partie IV, p.30, 2013.</p>	<p>Source : AFTRP</p>

Mise en œuvre du projet

Les premiers commerces ouvrent en 2011-2012.

A l'été 2014, la programmation est complétée par la livraison de trois cellules commerciales dans le nouvel îlot Q2 de l'association foncière logement (AFL, 22 logements locatifs libres, environ 300 m² de surfaces commerciales). L'AFL est passée par un commercialisateur, ce qui a permis de recueillir de nombreuses demandes. La sélection s'est faite en concertation avec la commune, en tenant compte des souhaits de la commune et des exigences du propriétaire en termes de solidité financière.

Début 2015, deux parcelles restent à commercialiser :

- La parcelle N2 sud, où un programme de logements sociaux est prévu avec environ 400 m² de commerces en rez-de-chaussée. La chargée de mission commerces et artisanat de Montfermeil a commencé à travailler sur la programmation commerciale avec l'OPHLM.

⁸⁹ « L'élaboration et le suivi du contenu du projet ont été confiés à deux urbanistes : Michel Ricard pour la partie Montfermeil, Laurent Bécard pour la partie Clichy. Laurent Bécard est par ailleurs missionné sur une fonction de suivi et de mise en cohérence de l'ensemble du PRU. » Convention Anru Clichy-Montfermeil 2004, p. 13.

⁹⁰ Entretien du 22/01/2015 avec la chargée de mission commerces et artisanat à la ville de Montfermeil.

⁹¹ Voir la section consacrée au centre commercial Anatole France.

⁹² Ces cellules commerciales n'avaient pas été prévues dans la convention Anru 2004, or elles doivent être financées à enveloppe constante de subvention pour l'Anru. L'avenant 5 prévoit donc le redéploiement de subventions Anru à l'intérieur de la maquette financière de la subvention afin de financer l'opération.

- La parcelle Q3, pour laquelle plusieurs projets ont été évoqués notamment une résidence senior. La présence, en arrière de la parcelle, de l'entreprise agro-alimentaire Aspasia, est toutefois un problème en raison de ses nuisances visuelles, olfactives et sonores. Une solution serait de lui proposer de déménager sur une autre parcelle, mais il n'est pas évident de trouver du foncier disponible pour une entreprise de cette taille (une des plus importantes de Montfermeil). La ville n'exclut pas de laisser la parcelle vacante pour quelque temps, ce qui permettrait d'accueillir des Algeco ou autres dispositifs de stockage pendant les travaux du tramway T4.

3.1.2. Urbanisme, accessibilité, aire de chalandise des commerces⁹³

Un soin particulier accordé à l'espace public et à l'architecture

La place se caractérise par une architecture contemporaine mais de facture classique, en rupture avec l'urbanisme de grand ensemble des Bosquets, afin de renforcer l'unité du quartier et de reconstituer un tissu urbain traditionnel. Des principes urbains ont été imposés par le plan-guide dans le but de créer un secteur homogène et de renforcer sa vocation d'entrée de quartier. Les immeubles doivent être :

- strictement alignés sur la rue ;
- composés d'un soubassement en rez-de-chaussée pour des commerces et services ;
- les stationnements en sous-sols sont privilégiés, le stationnement aérien est interdit en bordure de parcelle et sur une bande de 3 m de profondeur.

L'espace public a également bénéficié d'un soin particulier. Un mail planté d'arbres structure la place et permet de distinguer le trottoir des places de stationnement à durée limitée. Un terre-plein végétalisé sépare ces stationnements de la chaussée, favorisant ainsi les circulations piétonnes. Tous ces aménagements accentuent le caractère urbain de la place.

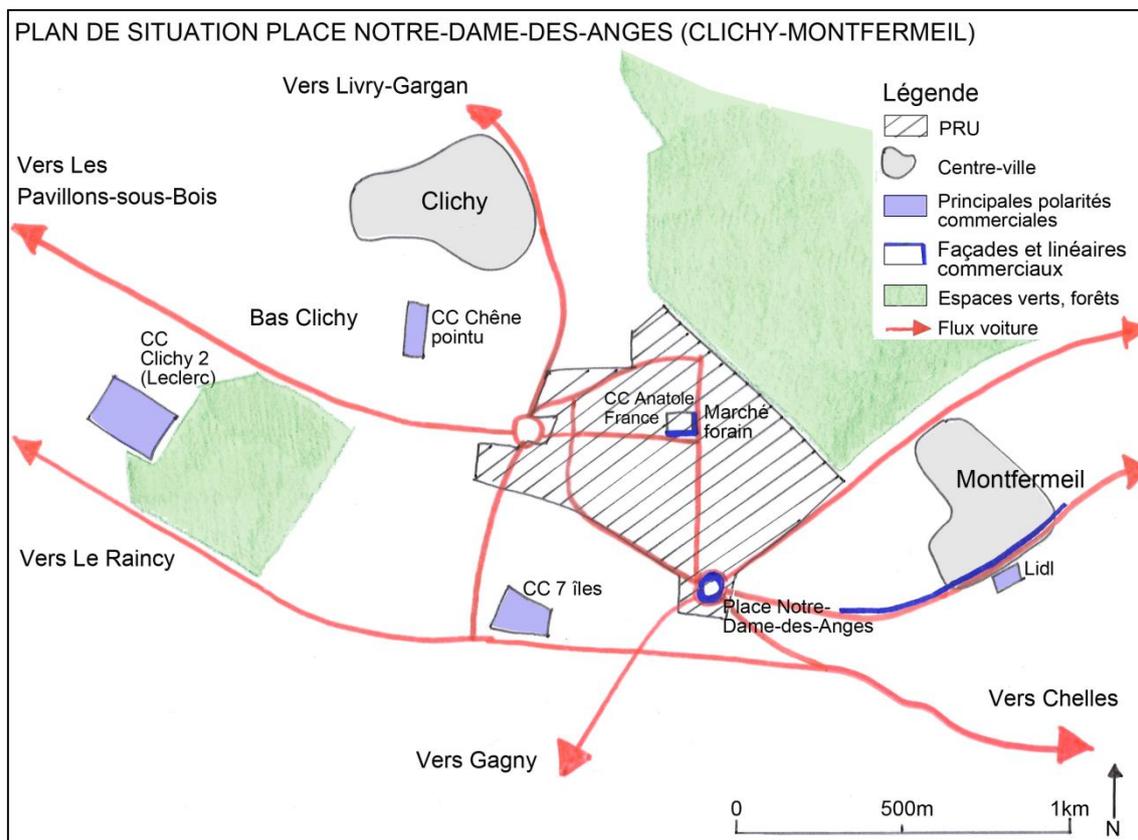
Un traitement de l'espace public soigné	Un soin particulier apporté à l'architecture
	
<p>Source : Ville de Montfermeil</p>	<p>Source : IAU idF, B. Guigou</p>

Une excellente accessibilité routière

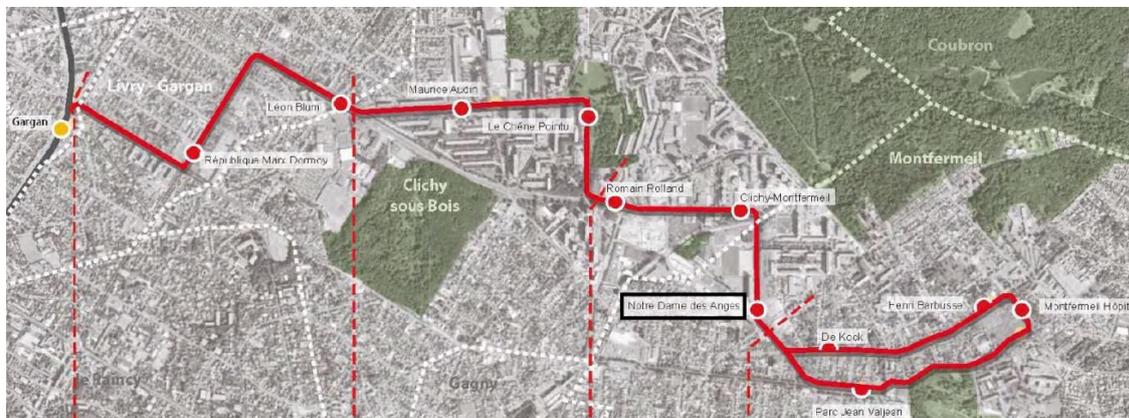
La place Notre-Dame des Anges a été conçue comme un lieu de flux et de passage desservi par des voies qui relient les villes alentours. Celles-ci sont notamment empruntées par des personnes allant de Chelles à la gare RER du Raincy, ou de Clichy à Gagny. De plus, à horizon 2019 la place sera desservie par une station du tramway T4, à mi-chemin du secteur central du Plateau et du centre-ville de Montfermeil.

⁹³ L'aire de chalandise constitue le vivier local de clientèle potentielle.

Plan de situation place Notre-Dame des Anges (IAU îdF, Adélaïde Bardon⁹⁴)



La future station Notre-Dame des Anges dans le projet de tracé de débranchement du T4



Source : Avant-projet du débranchement du T4, 2014, p.62.

Une diversité limitée des fonctions

Un équipement public a été implanté en pied d'immeuble : il s'agit d'une halte-jeu pour les habitants de la commune résidant aux numéros pairs, tandis que la halte-jeu du centre-ville est réservée aux numéros impairs. Ce système permet une mixité entre quartiers et une fréquentation de la place par des personnes des différents quartiers de la ville.

⁹⁴ Les schémas ont été réalisés par Adélaïde Bardon, IAU îdF.

Une aire de chalandise élargie aux communes voisines

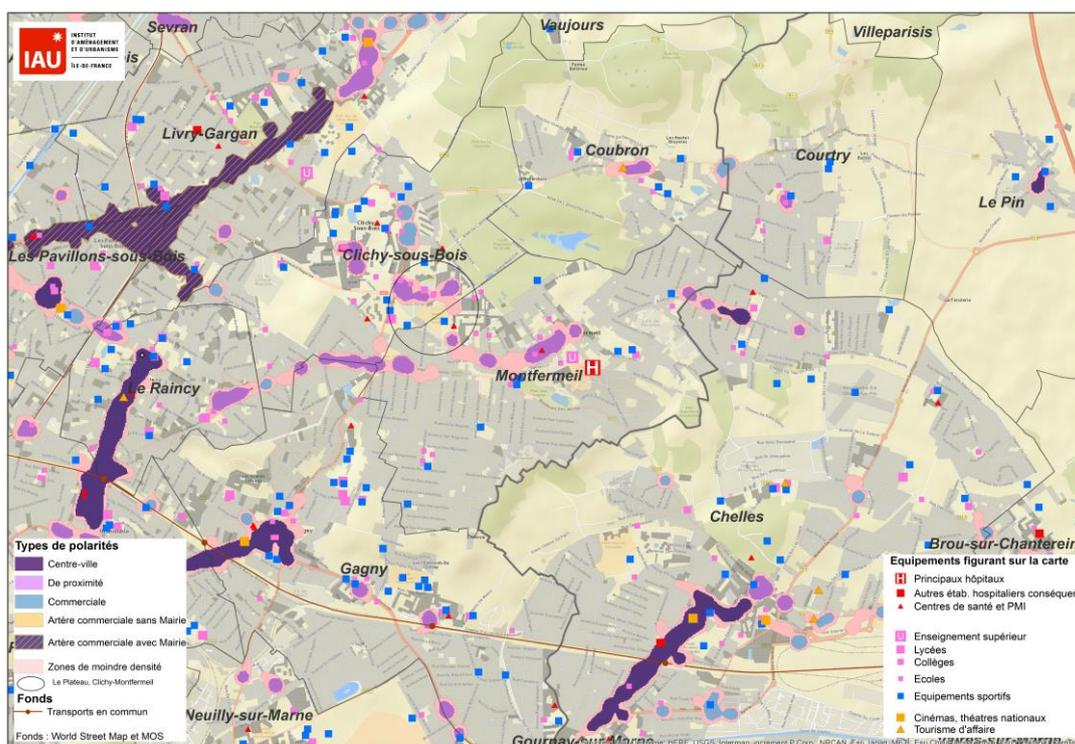
Il n'existe pas encore d'étude de chalandise de la place NDA. Les informations recueillies par la chargée de mission auprès de commerçants conduisent cependant aux premiers constats suivants.

- La clientèle de la boulangerie vient de Montfermeil, mais aussi de Gagny, Clichy, Chelles, Le Raincy, Coubron, du fait de sa bonne réputation.
- L'opticien attire une clientèle de Clichy, Gagny, Aulnay, jusqu'à Paris.
- L'institut de beauté a réussi à fidéliser sa clientèle de Gagny et du Raincy, mais attire aussi une population de Clichy-sous-Bois qu'elle ne s'attendait pas à avoir.

L'observation et les questionnaires confirment que la place est fréquentée non seulement par des habitants des Bosquets venus à pied, mais aussi par des automobilistes d'autres quartiers de Montfermeil (notamment le quartier pavillonnaire de Franceville) ou des communes alentours (notamment Gagny). A l'heure du déjeuner, des automobilistes s'arrêtent à la boulangerie. La plupart des usagers interrogés viennent pour la boulangerie ou les commerces et services liés à la santé : pharmacie, laboratoire d'analyses médicales (le seul de la commune), cabinet médical.

Jusqu'à sa fermeture en décembre 2014 pour cause de mauvaise gestion, le Franprix était peu fréquenté, plusieurs usagers jugeant son offre « pas terrible ». Pour l'alimentaire, les pôles plus importants alentours sont davantage fréquentés, en particulier le Simply Market du centre commercial des Sept îles et le Leclerc de la Fosse Maussoin à Clichy-sous-Bois. Pour les achats occasionnels (habillement, équipement de la maison...), il faut aller plus loin, dans les centres commerciaux de niveau régional de Rosny 2 et de Chelles 2.

Polarités d'équipements et de services à Clichy-sous-Bois et Montfermeil



Lecture de la carte : La carte met en évidence des polarités de centre-ville ou d'artères commerciales avec Mairie situées dans des communes voisines (Livry-Gargan, Le Raincy, Gournay-sur-Marne). D'après la modélisation il n'y a de polarité de centre-ville ni à Clichy, ce qui correspond au vécu des acteurs, ni à Montfermeil, ce qui est en contradiction avec le vécu

des acteurs pour qui le centre ancien autour de la rue Barbusse est une une polarité de centre-ville.

Il y a en revanche un chapelet de polarités de proximité : les Sept îles, à cheval sur 3 communes avec plusieurs grandes enseignes et une vingtaine de commerces et, à Clichy, le centre commercial du Chêne Pointu, de Clichy 2, des Marronniers, des Genettes, de la Fausse Maussoin, du quartier du Plateau..., l'éclatement de ces petits pôles révélant l'absence d'une centralité historique.

3.1.3. Offre commerciale : programmation et appréciation des usagers

Actuellement, la place Notre-Dame des Anges comprend dix cellules commerciales en rez-de-chaussée de trois immeubles, pour un total d'environ 1 800 m². Depuis la fermeture du Franprix fin 2014, neuf de ces dix cellules sont occupées.

L'offre commerciale de la place Notre-Dame des Anges (NDA) début 2015			La place NDA Source : ville de Montfermeil
			
Gestionnaire	Îlot	Commerces	
I3F	P3	Laboratoire d'analyse médicale Biofutur	
		Pharmacie	
		Cabinet médical	
		Halte-jeu	
Q1 nord	Boulangerie		
	Opticien		
	Franprix (fermé)		
AFL	Q2	Primeurs	
		Cabinet dentaire	
		Institut de beauté	

Une programmation de l'offre commerciale fortement négociée

Dès l'origine, l'objectif du maire fut de favoriser l'installation d'enseignes de qualité afin de contribuer au désenclavement des Bosquets et à l'amélioration de l'image du quartier, déjà bien engagés par l'aménagement de la nouvelle place. Les commerces et services devaient également répondre aux besoins de la population de Montfermeil, et pas uniquement de celle des Bosquets. Il s'agissait notamment d'éviter les commerces trop connotés « communautaires », tel un kebab ou un taxiphone. Le choix de faire venir l'enseigne Franprix plutôt qu'un hard discount est révélateur de cette volonté de changer l'image du quartier.

Afin de maximiser les chances de réussite, la ville a souhaité attirer des commerces ayant déjà une expérience positive dans leurs activités. Une directive fut de proposer un emplacement sur la place NDA en priorité à des commerçants déjà implantés sur la commune, qui fonctionnaient bien mais avaient des besoins spécifiques non satisfaits (locaux plus grands, neufs, meilleure accessibilité...). Ce fut le cas des premiers commerces et services à s'installer sur la place :

- **Le laboratoire d'analyse médicale Biofutur** était déjà implanté sur la commune (rue de Courtais), mais cherchait des locaux neufs, plus grands et avec une meilleure visibilité et accessibilité.
- Le départ du laboratoire a conduit **la pharmacie**, qui était adjacente au laboratoire, à déménager sur la place NDA.

Pour deux autres commerces déjà présents dans la commune, le choix fut d'ouvrir une seconde implantation sur la place NDA :

- **La boulangerie** déjà implantée en centre-ville et réputée, fonctionne très bien. Le maire leur a proposé un second emplacement sur la place NDA.

- **Le primeur** est déjà installé dans la galerie commerçante du LIDL, dans le centre-ville de Montfermeil. LIDL, qui souhaitait s'agrandir, avait proposé aux propriétaires de racheter leur fonds de commerce. Ces derniers se sont alors vus proposer l'une des cellules commerciales du programme AFL de la place NDA. Entre-temps la vente de leur commerce à LIDL n'a pas eu lieu car le tracé du futur T4, qui doit longer le LIDL a remis en cause le projet d'extension du supermarché. Les responsables du primeur gardent donc leur commerce « historique », en plus de ce nouveau local.

Par ailleurs, deux cellules accueillent des commerces venant de communes voisines :

- **L'opticien** est déjà locataire d'I3F à Aulnay-sous-Bois. Il cherchait une seconde implantation. Il a donc été approché par la ville qui lui a proposé un local sur la place NDA. Il a mené son étude de marché et a décidé de s'installer.
- **L'institut de beauté** était installé à Gagny dans un petit espace de 20 m². Sa responsable recherchait un local plus grand et moins exposé à la concurrence (il existe déjà plus de 10 salons de beauté à Gagny mais seulement 2 à Montfermeil).

La négociation avec l'enseigne Franprix s'est faite entre la direction régionale de l'enseigne et le bailleur I3F propriétaire des locaux, sur la base d'un accord d'accueil dans un site parisien attractif et une contrepartie d'implantation à Montfermeil⁹⁵.

La gestion locative des cellules commerciales par I3F est classique ; il n'y a pas de problèmes d'impayés.

Une offre commerciale très appréciée

Initialement, l'offre commerciale devait être tirée par la supérette Franprix. Cependant, des problèmes de gestion ont abouti à sa fermeture fin 2014. L'observation de la fréquentation réalisée sur site, corroborée par la majorité des usagers et par la chargée de mission commerce⁹⁶, conduit à affirmer que la locomotive de la place n'est pas le Franprix mais la boulangerie. Ce commerce bénéficie d'une très bonne réputation au-delà de la commune.

Hormis le Franprix, l'offre est plutôt jugée de qualité. Outre la boulangerie, les services liés à la santé (laboratoire d'analyse médicale, pharmacie, opticien) sont particulièrement appréciés. Un défaut pointé par plusieurs usagers concerne le manque d'offre alimentaire, accentué depuis la fermeture du Franprix. Le souhait de la ville est de réimplanter une alimentation de proximité en remplacement du Franprix. Par ailleurs, l'offre alimentaire s'est enrichie avec l'arrivée du primeur en novembre 2014.

3.1.4. Appréciation des espaces publics : conception, gestion urbaine, tranquillité

Un réaménagement très apprécié, une place perçue comme un lieu de passage

De l'avis des usagers comme des commerçants, le réaménagement de la place Notre-Dame des Anges (NDA) est une réussite architecturale et urbaine, qui contribue à améliorer l'image du quartier. La place est globalement considérée comme bien aménagée, bien entretenue, propre.

Pour autant, elle est rarement qualifiée de « centralité » de quartier, mais est davantage un lieu de flux, de passage. La plupart des personnes viennent en voiture et repartent sans s'attarder. Pour qu'elle « fasse centralité », il faudrait que la place NDA accueille des commerces plus nombreux et plus diversifiés, en particulier des lieux de vie générateurs d'animation et de rencontres comme un café ou un restaurant.

Certains pointent également une desserte insuffisante en transports en commun et regrettent le retard pris par le prolongement du T4 qui devait être livré en 2015 mais est

⁹⁵ Entretien du 13/02/2014 avec le directeur département Commerces et Locaux professionnels à I3F.

⁹⁶ Entretien du 22/01/2015 avec la chargée de mission commerces et artisanat à la ville de Montfermeil.

désormais prévu pour 2019-2020. Plusieurs commerçants ont indiqué que l'arrivée du T4 avait fait partie des critères ayant déterminé leur décision de s'implanter place NDA.

Gestion urbaine et tranquillité

La place est considérée comme plus tranquille et plus sûre depuis son réaménagement. La création de places de stationnement et l'installation de caméras de vidéosurveillance sont particulièrement appréciées. Pour la responsable de l'institut de beauté, cela a contribué à rassurer les clientes de son ancien salon situé à Gagny, et à les convaincre de venir dans ce quartier malgré sa réputation.

Il n'y a pas de problèmes de gestion urbaine de proximité signalés dans cet espace. Plusieurs usagers ont cependant fait part de leurs inquiétudes, ils craignent que les aménagements ne se dégradent rapidement faute d'entretien et de gestion adéquats.

3.1.5. Relations entre usagers et commerçants

Du fait de l'installation récente des commerçants (entre 2011 et 2014), le recul est encore insuffisant pour évaluer leur activité. Cependant, hormis « l'accident » du Franprix, tous les commerces et services d'origine sont encore en activité. Ceci témoigne à minima de la pertinence du projet commercial de la place NDA.

Certains commerçants font état de débuts difficiles.

- Comme indiqué plus haut, le premier défi de la responsable de l'institut de beauté fut de convaincre ses clientes de Gagny de la suivre dans un quartier ayant « mauvaise réputation ». Quelques semaines après son installation elle n'avait réussi à attirer que quelques clientes des Bosquets, du fait de tarifs jugés trop élevés. Elle a pourtant baissé ses tarifs.
- Les débuts du primeur ne sont pas simples. Beaucoup ont leurs habitudes au marché du secteur central (Anatole France) et ce type de boutique leur renvoie une image trop « haut de gamme ». Cependant, selon la chargée de mission commerce de la ville, « les gens commencent à se rendre compte que le rapport qualité/prix est meilleur qu'au marché. Il faut un peu de temps avant que les gens ne changent leurs habitudes et reviennent vers le commerce de proximité, ce qui n'est pas évident dans le quartier. »⁹⁷

D'autres commerces fonctionnent bien du fait de la qualité de leur offre. L'opticien attire une clientèle bien au-delà de la commune car il propose une gamme de lunettes étendue (des premiers prix aux grandes marques) à des prix attractifs, qu'il est reconnu professionnellement et qu'il travaille avec des ophtalmologistes.

Enfin, une des raisons ayant convaincu certains commerçants de s'installer place NDA est le faible montant des loyers. En 2010, prenant acte du fait que le loyer d'équilibre de 145 €/m²/an était trop élevé dans l'état du marché local, l'avenant 5 à la convention Anru plaidait pour un loyer initial de 75 €/m² annuel, avec une hypothèse d'augmentation de 3 % par an. En 2015, le prix du loyer est de 75 € HT pour les locaux d'immobilière 3F et de 80 € HT pour ceux de la Foncière Logement.

Des relations limitées entre commerçants

A l'heure actuelle, les relations entre commerçants semblent limitées. Il n'y a pas d'association de commerçants.

Les relations des commerçants avec la ville

La plupart des commerçants rencontrés ont de bonnes relations avec la ville. De l'avis général, la réussite du projet est en partie due à la très forte implication du maire dans le

⁹⁷ Entretien du 22/01/2015

choix des commerces. La présence au quotidien et depuis 2012 d'une chargée de mission commerces et artisanat est également très appréciée.

3.1.6. Enjeux et stratégie pour l'avenir

L'aménagement de la place NDA a bénéficié d'un portage politique affirmé du maire de Montfermeil et de la direction de l'Immobilière 3F⁹⁸. La stratégie, qui dépasse le cadre du PRU et des Bosquets, est de contribuer à l'amélioration de l'image de la ville et au renforcement de son armature commerciale. C'est aussi de créer un lieu de flux et de brassage, à l'interface entre le quartier Anru, les quartiers pavillonnaires et le centre-ville. Symptomatique est le souhait constant du maire d'éviter tout commerce à connotation « communautaire » sur la place NDA.

Pour achever le projet, la ville souhaite implanter d'autres commerces:

- un tabac-presse. Actuellement il en existe un dans le centre commercial des Sept îles et un autre dans le centre-ville ;
- une brasserie/restauration, en évitant la restauration rapide ou communautaire ;
- un distributeur automatique de billets (DAB). Des démarches ont été effectuées en ce sens, cependant les banques ne souhaitent pas installer un DAB sans installer une agence physique, si possible au meilleur emplacement en termes de flux/visibilité. Or la ville souhaite réserver le meilleur emplacement pour une brasserie.

Si elle constitue une réussite sur les plans urbain, architectural et commercial, cette opération conduit cependant à repenser la stratégie commerciale qui avait été définie pour le PRU. Il s'agissait de conserver le « secteur central » (centre commercial Anatole France et marché forain de Clichy-sous-Bois) comme principale polarité commerciale du quartier, et de n'implanter qu'un nombre réduit de commerces et services sur la place NDA. Aujourd'hui l'enjeu est d'éviter une éventuelle concurrence entre les deux polarités.

Un poste de chargé de mission animation et développement commercial a été créé en août 2014 par la ville de Clichy-sous-Bois, à l'instar de ce qui existe à Montfermeil. Cela devrait permettre aux deux villes de travailler de façon plus complémentaire sur une stratégie commerciale concertée. Parmi les pistes évoquées :

- le secteur central devant accueillir la gare du Grand Paris à l'horizon 2024, il s'agira de lui réserver les commerces dédiés aux usagers du métro du type services de conciergerie (pressing, cordonnerie...) ;
- une fois le tramway en service, il est prévu d'implanter un linéaire commercial (voire un peu de bureaux et d'activités) le long du tracé reliant les deux places (rue Utrillo).

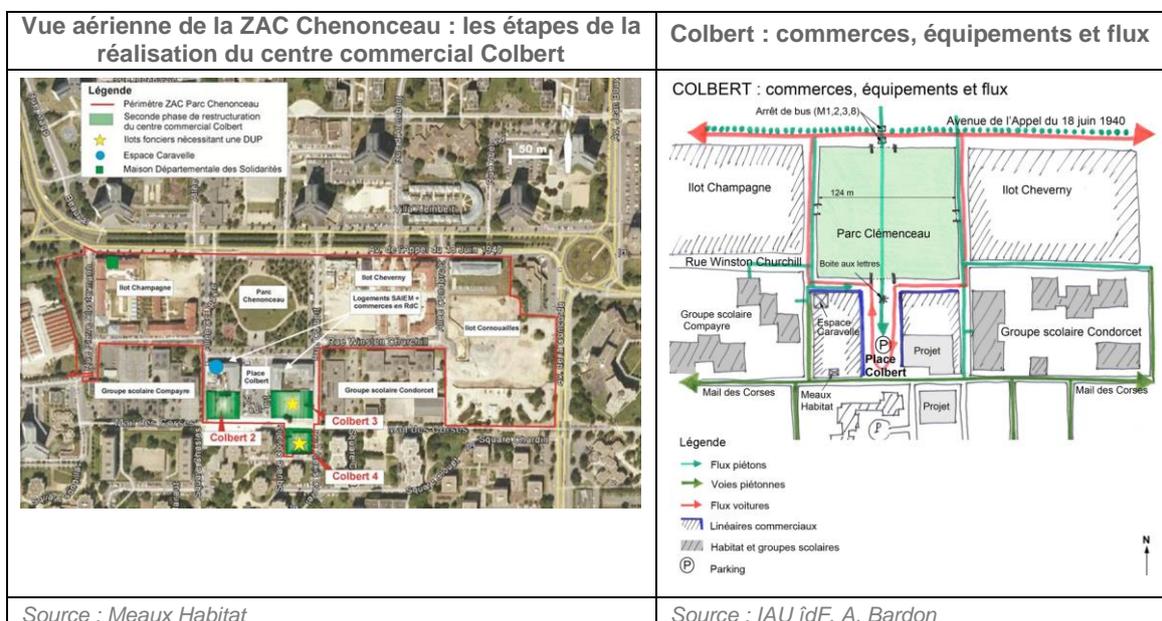
⁹⁸ 13F, qui gère des commerces en pied d'immeuble depuis 25 ans, a un département commerces et locaux professionnels (son activité concerne à 80 % le commerce (1 200 commerces en Île-de-France) et à 20 % l'économique. La commercialisation se fait soit en direct, soit par le biais d'un commercialisateur. Ce métier est, pour le directeur du département, assez éloigné de ceux de la construction et du logement social. 13F entend à l'avenir, développer les activités de commerce dans son patrimoine (entretien du 13/02/2014, directeur département commerces et locaux commerciaux).

3.2. La place Colbert à Meaux : la construction d'un pôle de quartier attractif

3.2.1. Historique du projet : une démolition/reconstruction et la création d'un pôle plurifonctionnel

Le nouveau pôle commercial Colbert est situé dans les quartiers nord de Meaux à 3 kilomètres de la gare et du centre-ville et à environ 500 mètres du centre la Verrière.

Antérieurement au PRU, cette partie de quartier disposait d'un petit centre commercial construit dans les années 1960 et présentant de graves dysfonctionnements : vétusté, insécurité, isolement des flux. Dans le cadre du PRU le réaménagement de cette partie du quartier a été programmée et une Zac (Chenonceau) créée. Le projet a permis une restructuration en profondeur du quartier avec des démolitions/reconstructions, la création d'une nouvelle offre de logements privés, d'un espace vert (parc Chenonceau), de la place Colbert, de voiries, d'un pôle de commerces et services en pied d'immeuble et d'un équipement culturel (espace Caravelle).



Il y a eu peu d'évolutions du projet mis à part des retards dus à des refus de vente de propriétaires des locaux commerciaux sur 2 îlots en particulier (Colbert 3 et 4) qui ont fait l'objet d'une déclaration d'utilité publique (DUP). En 2005 a débuté la première phase de restructuration de l'ancien centre commercial Colbert. Début 2015, le nouveau pôle regroupait 13 commerces en rez-de-chaussée d'immeubles neufs situés sur la rue Winston Churchill et sur la place Colbert. Le programme prévoit la création de 16 boutiques entre 80 et 100 m² (cellules commerciales Bouygues qui auraient déjà trouvé preneurs, dont une banque) ainsi que l'implantation d'un cabinet médical à la place du Franprix (expropriation projetée avec relocalisation de la moyenne surface). Au sud du mail des Corses, il reste des cellules de l'ensemble commercial désaffecté qui devront être démolies lors des tranches suivantes. En 2016, tout devrait être finalisé.

Le projet a été évalué à 2,8 M€ HT. La maîtrise d'ouvrage a d'abord été portée par la ville seule puis en partenariat avec Meaux Habitat (à partir de la création de la Zac), qui a pris en charge l'aménagement. Différents opérateurs sont intervenus : outre Meaux Habitat, la SAIM (SA Immobilière d'Economie Mixte), Bouygues Immobilier pour la construction d'un immeuble en accession. Aujourd'hui la plupart des locaux commerciaux sont propriétés et gestion de la SAIM, ce qui permet d'en conserver une maîtrise par les pouvoirs publics. Les locaux construits par Bouygues resteront sa propriété.

Comment fonctionne ce site qui présente, selon la ville, de « bonnes évolutions »⁹⁹?

3.2.2. Urbanisme, accessibilité, aire de chalandise

Un urbanisme de qualité et un pôle multifonctionnel

La place se caractérise par une architecture contemporaine mais de facture classique, en rupture avec l'urbanisme de grand ensemble des quartiers nord de Meaux. L'objectif est de renforcer l'unité du quartier et de reconstituer un tissu urbain traditionnel sur le modèle de l'îlot. Les immeubles sont alignés sur la rue et composés d'un soubassement en rez-de-chaussée destiné à accueillir des commerces et services.

L'espace public a également bénéficié d'un soin particulier : larges trottoirs plantés, terre-plein central, amélioration des circulations piétonnes...

Deux équipements publics ont été implantés : le parc Chenonceau (1 hectare) et l'espace Caravelle qui regroupe une médiathèque, des salles de spectacles et de loisirs. Deux groupes scolaires étaient d'ores et déjà implantés sur la place Colbert. Avec les commerces, l'ensemble de ces services génère du passage.

Une assez bonne accessibilité

Ce pôle commercial est accessible par différents modes de transport :

- à pied par les rues environnantes et au sud par le mail des Corses ;
- en transports en commun : l'arrêt Parc Chenonceau au nord du parc est situé sur l'axe central des quartiers nord. Il est desservi par 3 lignes (M1 et M2, environ 20 minutes jusqu'à la gare de Meaux, et M8 plus long). Pour y accéder, les usagers peuvent traverser le parc ;
- en voiture, même s'il n'est pas situé sur un axe important, il est proche de l'avenue de l'Appel du 18 juin 1940. Au centre de la place Colbert, desservie par une voirie en U, le parking central compte 70 places de stationnement gratuites.

Si le site est jugé facilement accessible à pied (notamment grâce au mail des Corses) et en voiture¹⁰⁰, tous soulignent la déficience des transports en commun (faible fréquence, surcharge des bus, manque de fiabilité, etc.)¹⁰¹. Ce sentiment serait dû, selon les pouvoirs publics, à une faible visibilité de l'offre davantage qu'à une déficience du service.

Aire de chalandise : un pôle qui joue la complémentarité

Selon les commerçants, leurs clients seraient en majorité du quartier. Ce sont des habitants ou des personnes qui travaillent dans le quartier ou à proximité. Depuis sa restructuration, le pôle attire aussi des habitants des communes rurales alentours¹⁰². Les questionnaires auprès des usagers le confirment : 12 des 15 interviewés habitent le quartier, 2 dans la commune (la Pierre Collinet) et un dans une commune rurale. Le pôle attire aussi une clientèle « d'opportunité », qui vient y faire ses courses sur son trajet domicile-travail, à la sortie de l'école, du centre Caravelle ou du parc Chenonceau. « C'est bien pratique d'y faire ses courses sur le chemin du retour », affirme une mère de famille. La présence de la boulangerie qui est connue pour sa qualité, contribue à l'attractivité commerciale. Le bar tabac PMU attire aussi une clientèle importante.

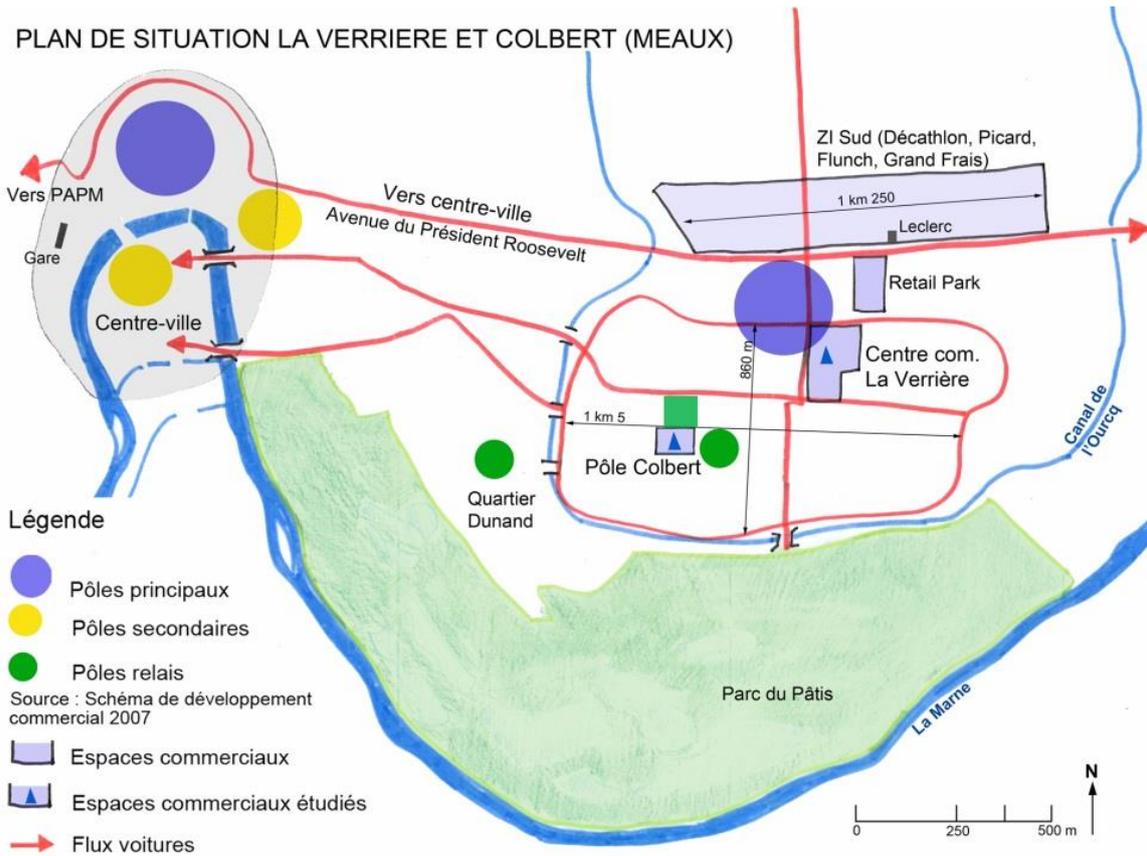
⁹⁹ Une « enquête » commandée par la mairie (documentaire) sur la perception de la mise en œuvre du PRU par la population a montré que si les changements étaient vécus différemment selon les usagers et les secteurs d'activités, la plupart était plutôt favorable à l'existence du PRU et à sa poursuite.

¹⁰⁰ Entretiens réalisés auprès de 7 commerçants (sur 13) et de 15 usagers (7 femmes et 8 hommes, 11 vivants dans le quartier depuis longtemps - c'est-à-dire plus de 10 ans avant les travaux)

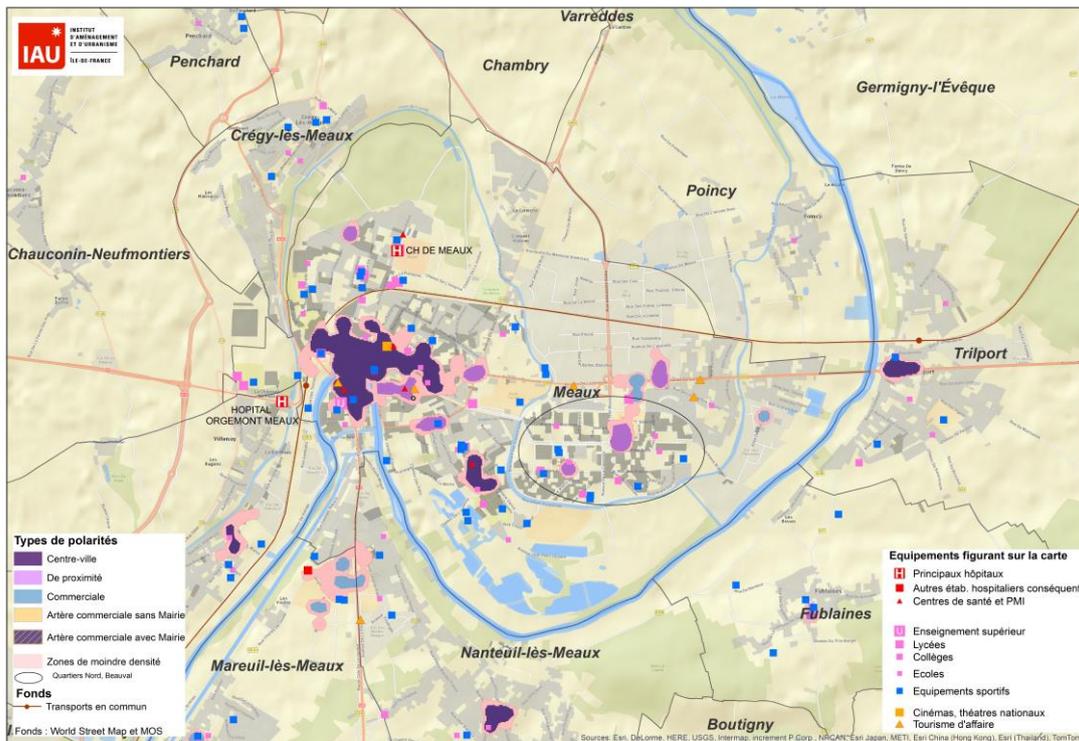
¹⁰¹ Aucun des usagers interrogés n'utilisent les transports en commun pour se rendre à la place Colbert (10 viennent à pied et 5 en automobile). Deux ont parlé spontanément des problèmes de desserte par les autobus.

¹⁰² Communes n'ayant pas forcément de commerces.

PLAN DE SITUATION LA VERRIERE ET COLBERT (MEAUX)



Polarités d'équipements et de services à Meaux



Lecture de la carte : A Meaux la carte met en évidence le poids du centre-ville historique qui regroupe près de 500 commerces. Plusieurs pôles apparaissent dans les quartiers nord :

- l'un est constitué autour du centre commercial de la Pierre Collinet, à l'ouest du canal. Il est vécu par les habitants et acteurs comme un pôle de proximité et non comme une « polarité de centre-ville » ;
- sur la partie Beauval, la typologie modélisée correspond au vécu des habitants. Il y a plusieurs pôles de proximité : Colbert, la Verrière, la ZA sur la route de Trilport et un pôle commercial (retail park des Comtes de Champagne et partie de la ZI au nord).

L'espace Caravelle : un élément fort d'attractivité

L'espace Caravelle a été financé dans le cadre du PRU. Il connaît une forte fréquentation. Sur les 528 inscrits aux activités culturelles, 60 % habitent les quartiers nord, 26 % des d'autres quartiers de Meaux et 14 % viennent d'autres communes. Parmi les 4 642 inscrits à la médiathèque, l'essentiel vient des quartiers nord¹⁰³. Cet équipement attire donc des populations extérieures au quartier. La mixité de sa programmation culturelle, les tarifs « sur mesure », son fonctionnement en réseau avec le centre Luxembourg situé au centre-ville contribuent à son ouverture. L'espace Caravelle joue un rôle d'intégrateur/animateur social et culturel : public familial, « touche culturelle » des fêtes de quartiers. Sur les 15 personnes interrogées, deux se rendaient à l'espace Caravelle et 9 le fréquentent régulièrement. La Caravelle emploie en outre une majorité d'habitants du quartier.

Une place perçue comme un pôle de proximité

La place Colbert est perçue comme un « pôle de proximité » ou « de dépannage »¹⁰⁴, mais pas comme un lieu central. Pour la plupart des personnes interviewées le centre du quartier est à la Verrière. Certains déclarent qu'il n'y a pas de centre, d'autres considèrent que la vieille ville est le seul vrai centre de Meaux. Ici, ce n'est « pas le vrai centre, mais un petit centre » selon un usager. Presque tous fréquentent d'autres centres commerciaux (Leclerc ou Auchan principalement), pour leurs « courses de la semaine ». Ces centres ne rentrent pas en concurrence avec Colbert, qui se positionne sur une offre complémentaire et de proximité, ne dépendant pas d'une clientèle captive¹⁰⁵.

3.2.3. Offre commerciale : une offre satisfaisante et attractive

L'offre commerciale est limitée mais relativement diversifiée. 14 usagers sur 15 disent venir à Colbert d'abord pour l'offre de commerces/restauration.

Le pôle compte actuellement 13 locaux commerciaux occupés : à l'angle une pharmacie, un salon de coiffure, une boulangerie, un Franprix, et une pizzeria. En face, une banque la Société générale, un PMU, tabac, presse, une deuxième banque la CIC puis une troisième banque ouverte début 2015. Dans la rue Winston Churchill, on retrouve une épicerie, un opticien, une auto-école, et la pharmacie qui fait l'angle avec la place Colbert. Au pied de l'immeuble de Bouygues Immobilier livré en 2014, une agence de l'Opac de Meaux s'est installée.

Colbert : évolution de la vacance commerciale (2009 à 2014)		Colbert : des commerces en pied d'immeuble <i>Source : IAU îdF, C. Gosselin</i>
Nombre de commerces en 2009	13 dont 8 ouverts	
Nombre de commerces en 2014	13 dont 13 ouverts	
Taux de vacance 2009	38 % (5 vacants)	
Taux de vacance 2014	0 % (pas de vacances)	

Sources : données Epareca et observations de terrain

¹⁰³ Enquête ville, chiffres fournis par la ville, 2014.

¹⁰⁴ Termes employés dans les entretiens.

¹⁰⁵ Seule 1 personne sur 15 considère que la place Colbert est centrale pour le quartier, alors même que cette personne affirme ne pas sortir souvent loin de chez elle.

La vacance, qui était importante en 2009 s'est résorbée. Les cellules se commercialisent rapidement. De nombreux commerçants ont souligné la qualité des nouveaux locaux (grands et fonctionnels, bien que présentant certains problèmes de conception), bien plus performants que les anciens, d'après ceux qui étaient déjà présents.

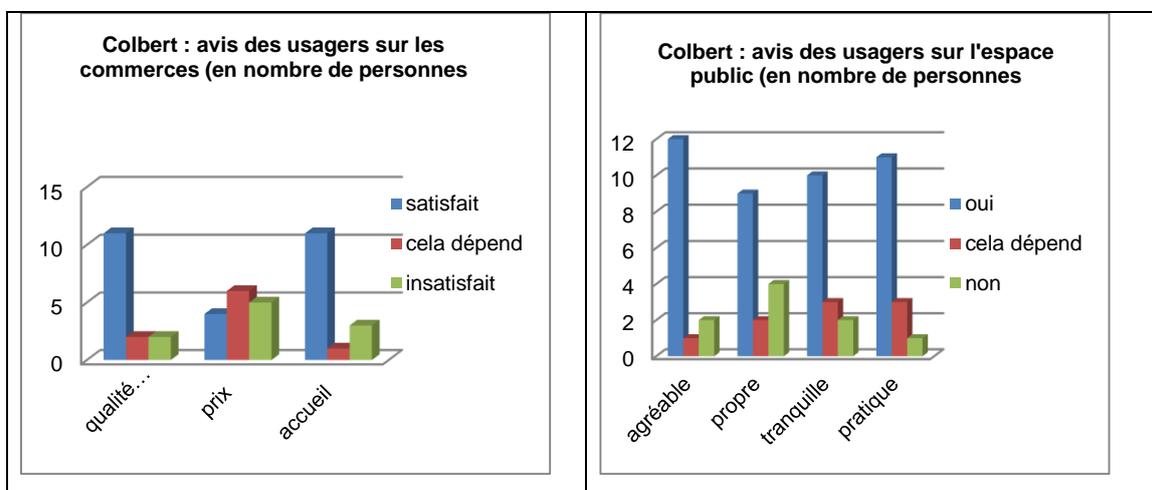
Programmation commerciale des porteurs de projet

Il y a eu un fort portage politique concernant la restructuration de la place Colbert, y compris sur le volet commercial. Des efforts en matière de concertation (consultation des habitants avant les travaux) auraient également été faits d'après la direction de projet.

La direction de projet est intervenue dans la programmation commerciale, d'abord en faisant en sorte que les commerces « nobles » de l'ancien pôle soient relogés, puis en favorisant l'arrivée de nouveaux commerçants dynamiques (notamment par une politique attractive de baux commerciaux). Ces opérations ont été menées par la direction de projet mais les élus de la ville de Meaux s'y sont aussi impliqués.

Appréciation des usagers

Ces commerces de proximité sont considérés comme de bonne qualité et leur prestation est jugée satisfaisante. Mais l'appréciation des prix reste mitigée. « Non ce n'est pas du tout bon marché », « on regarde les prix » affirment plusieurs interviewés. La boulangerie, la pharmacie et le tabac sont particulièrement appréciés et jouent un rôle « moteur ». En revanche, pour plusieurs interviewés, « les autres commerces ne valent pas le coup ». Alors que le Franprix était décrit comme « une locomotive attractive » dynamisant l'offre de proximité en 2009, il connaît des difficultés : faiblesse du chiffre d'affaires, faible qualité de la devanture, offre peu diversifiée et chère, etc. (préférence des usagers pour le Leclerc ou les Halles d'Auchan). Les autres commerces ont un monopole au moins jusqu'à la Verrière, ce qui est suffisant pour des commerces de proximité.



En revanche, la diversité de l'offre commerciale est insuffisante d'après les habitants, les salariés et les commerçants : manque de magasins de prêt-à-porter (!) d'offre de restauration et de cafés/bars, de primeurs, de fleuristes, etc. Certains soulignent la redondance de l'offre au sein de la place : « ici on construit trop [...] de banques ».

3.2.4. Appréciation des espaces publics : conception, gestion urbaine, tranquillité

Une qualité de l'espace public qui favorise l'attractivité commerciale

Les espaces sont globalement appréciés par les usagers et les commerçants, qui les trouvent « agréables » et « pratiques »¹⁰⁶. « J'aime bien les aménagements, comment les choses sont organisées », affirme un usager. Certains problèmes ponctuels sont toutefois pointés notamment le stationnement qui serait insuffisant ou le caractère trop minéral de la place (nécessité de « verdissement »).

Les travaux sont jugés très positivement et contribuent à une amélioration de l'image du quartier¹⁰⁷. Mais celle-ci resterait négative pour ceux qui n'y habitent pas. En outre, les habitants du quartier, s'ils reconnaissent que les nouveaux immeubles sont « beaux », pointent du doigt le fait que la rénovation s'est accompagnée d'une flambée des prix, tant pour les commerces que pour les logements. « Ce n'est pas pour moi ces logements, c'est trop cher » est une phrase entendue à plusieurs reprises¹⁰⁸.

L'impression est celle d'un lieu tranquille¹⁰⁹, ce que confirment les commerçants et usagers qui apprécient la configuration des lieux et la mise en place de caméras de vidéosurveillance. « Il n'y a pas de problème, je me sens en sécurité même quand je rentre tard le soir » a affirmé une personne interrogée. « Il me semble que c'est mieux », confirme un ancien habitant qui vient au moins deux fois par semaine, car « il y a moins de densité, donc moins de monde, donc ça paraîtrait logique qu'il y ait moins de problèmes ». Les commerçants vont dans le même sens, en soulignant toutefois quelques petits larcins, « mais comme dans tous magasins finalement ».

Certains dénoncent « un manque d'animation » depuis les travaux : « Maintenant c'est mort », ou « c'est tristounet ». La sociabilité dans l'espace public semble assez peu développée, même si beaucoup de gens semblent se connaître, ce qui renforce le sentiment de proximité. La place est plutôt un lieu de passage qui s'anime à la sortie des écoles. On peut supposer que le stationnement au centre de la place nuit à la sociabilité. En revanche certaines boutiques sont des lieux de sociabilité, c'est par exemple le cas du salon de coiffure.

Un autre problème soulevé par les habitants est celui de la voiture et du stationnement. Auparavant, « l'espace public avait très peu été conçu pour la voiture, aucun enfant n'avait à traverser une route » déplore un usager.

Gestion urbaine et tranquillité

L'espace public est jugé propre par la plupart des usagers¹¹⁰ et commerçants. Cela n'empêche pas certains de déplorer la « saleté des gens du quartier » (en général). Les commerces et leurs façades sont de qualité. Il n'y a pas de problème de gestion apparent et signalé, même si la devanture du Franprix est moins bien entretenue que les autres. Il n'y a pas non plus de problème de tranquillité publique apparent et signalé.

¹⁰⁶ Respectivement 12 et 11 sur 15 interrogés

¹⁰⁷ Ils sont 13 à penser que les travaux ont amélioré le quartier et son image

¹⁰⁸ Des habitants du quartier nous ont dit que les nouveaux 3 pièces étaient loués 780 €/mois hors charges

¹⁰⁹ 10 sur 15 des interrogés qualifient la place Colbert de « tranquille »

¹¹⁰ 9 sur 15

La place et l'entrée du Franprix	Commerces en rez-de-chaussée face au parc
	
<p>Source : crédit IAU îdF, B. Guigou</p>	

3.2.5. Relations usagers et commerçants

Les commerçants ont d'abord une clientèle d'habituels. Le pouvoir d'achat des clients étant limité, tous font attention aux prix proposés (promotions, prix le plus bas possible, crédits occasionnels ce qui ne poserait pas de problème, la clientèle étant « réglo »). Les horaires sont extensifs : ouverture tardive, « fermeture quand il n'y a plus de clients ». Certains offrent une forme de « service à la demande » pour leur clientèle, par exemple via la commande de produits spécifiques sur demande. Seul un ou deux commerçants rencontrent de grosses difficultés économiques et sont dans une logique de « survie ».

Les relations entre commerçants

L'association de commerçants, dont la gérante du salon de coiffure est présidente, regroupe les commerçants de la place. Mais la participation/implication est inégale, la plupart étant dans une position « suiviste ».

Les relations des commerçants avec la ville

Les commerçants se disent satisfaits des initiatives de la mairie. Certains déplorent toutefois l'augmentation progressive des loyers (prévue dès l'origine semble-t-il). Et la plupart souhaiterait davantage de communication, notamment pour accompagner l'arrivée des futurs commerçants.

3.2.6. Appréciation globale du pôle et devenir

D'après les acteurs rencontrés, le pôle de proximité Colbert fonctionne bien aujourd'hui. Il est accessible, bénéficie de la présence de deux équipements attractifs (le parc et l'espace Caravelle) et est complémentaire de l'offre commerciale alentour. Ses petits commerces qualitatifs et spécialisés sont notamment complémentaires des grandes surfaces et boutiques du centre commercial la Verrière qui garde une mauvaise image auprès des usagers que nous avons interrogé. La qualité a de plus été de rigueur pour l'aménagement de la place et du bâti.

Aujourd'hui, la plupart des personnes interviewées se disent optimistes quant à l'avenir du quartier : « un changement qui va dans le bon sens » selon un usager. En revanche, la plupart semble inquiète quant à la montée des prix (des produits vendus dans les commerces, des baux commerciaux et des logements), et à l'exclusion progressive qu'elle générerait, selon eux, pour les habitants du quartier.

3.3. Le centre commercial la Verrière à Meaux : un pôle mixte

3.3.1. Historique du projet de restructuration du centre commercial

Le centre commercial la Verrière est situé dans les quartiers nord de Meaux à 3,5 km de la gare et du centre-ville et à 500 mètres du pôle commercial Colbert.

Cet équipement de 15 000 m² de Shon, construit en 1972, était composé dès l'origine d'une grande enseigne alimentaire de près de 6 000 m² de surface de vente, d'une cinquantaine de commerces en copropriété de part et d'autre d'une rue couverte, et à l'extrémité de la galerie marchande, d'un pôle de loisirs dit le drugstore, comprenant bar, billard, boîte de nuit, cinéma, restaurants. L'ensemble est doté d'un parking en surface de 1 200 places, resté propriété de l'aménageur. Sur le plan juridique le centre était constitué de trois grosses copropriétés :

- celle de la galerie marchande (cellules commerciales, allée marchande, parking souterrain, espaces publics),
- celle de la résidence Debussy qui est adossée à la galerie marchande côté ouest,
- celle du drugstore à l'entrée sud.

Le centre a été rapidement confronté à des problèmes de sécurité et le pôle de loisirs à des dégradations importantes. L'enseigne locomotive a plusieurs fois changé (Super M à l'origine, Intermarché ensuite et les Halles d'Auchan depuis le milieu des années 2000).

Des restructurations partielles dans le cadre du PRU 1

Concernant la restructuration de la galerie commerciale (allée Jean-Louis Barrault), la ville avait fait appel à l'Epareca mais refusé le projet de démolition et reconstruction totale de la galerie ainsi que la déclaration d'utilité publique (DUP) qui lui avaient été suggérées. La décision de la mairie était motivée par des raisons financières : l'opération aurait été déficitaire du fait des limites de construction (copropriétés habitat en dessous). Les interventions sur le centre ont donc relevé principalement de l'initiative privée¹¹¹ : Immochan a racheté les locaux et y a installé les Halles d'Auchan, enseigne discount particulièrement adaptée à la clientèle, qui emploie principalement des habitants du quartier. Immochan a fermé la cafétéria et y a réalisé une galerie marchande.

Sur les autres composantes du centre commercial (galerie marchande extérieure), les interventions menées dans le cadre du PRU ont été ponctuelles et relèvent davantage de l'embellissement (reprise des sols de la galerie marchande ou mise en place d'un nouveau mobilier urbain). Des services publics ont toutefois été implantés (maison de la justice et du droit, mairie de quartier, commissariat).

En revanche, des travaux ambitieux ont été menés dans le cadre du PRU sur la reconfiguration des espaces publics et ont permis l'ouverture du centre commercial sur le quartier notamment côté rue Bazin (giratoire arboré, réaménagement de l'entrée du centre avec une place avec stationnement aménagée à l'emplacement de l'ancien drugstore qui a été démoli en 2006). Il n'y avait alors plus que deux copropriétés sur le centre. Ces interventions sur l'environnement du centre commercial ont généré une dynamique au sein de la copropriété de logements mitoyenne qui a récemment voté le ravalement des façades des boutiques de la galerie marchande.

En 2009, une fois l'opération achevée, le bilan suivant avait été tiré : « si l'enseigne les Halles d'Auchan s'avère très adaptée à la clientèle au niveau de son offre et a dépassé ses prévisions en termes de résultats, les commerces de la galerie marchande principalement à vocation ethnique sont peu qualitatifs. Malgré sa taille, l'aire de chalandise de

¹¹¹ La ville a mis en place un régime d'arrêté municipal sur la dalle, ce qui permettrait une gestion quasi-publique sans passer par la maîtrise foncière. Entretien du 09/02/2015, directeur du PRU.

l'équipement ne dépasse pas le quartier et est concurrencée par plusieurs pôles commerciaux existants et en projet. Selon la CCI, les nouveaux projets de développement commerciaux envisagés par la ville risquent de déstabiliser les enseignes alimentaires »¹¹²

Clôture du PRU 1 et NPNRU : un changement radical de stratégie

Pourtant en janvier 2015, plusieurs commerces de la galerie de la Halle d'Auchan étaient fermés, la fréquentation de la grande surface était en baisse et des rumeurs de « fermeture définitive » circulaient. Un courrier du maire adjoint délégué au commerce aux foires et marchés et aux animations, adressé aux commerçants en janvier 2015, annonçait le renforcement de la concertation engagée ces dernières années et une rencontre trimestrielle avec chaque commerçant afin de recueillir ses opinions, attentes et ressentis concernant son activité et le quartier. Ce courrier concluait en appelant les commerçants à travailler avec la ville pour « rendre le quartier plus attractif, affirmer son identité, accompagner son évolution et développer des animations »¹¹³.

Entre 2009 et janvier 2015 la ville de Meaux a été confrontée à des dégradations et dysfonctionnements dans la gestion de la galerie et de l'occupation des cellules commerciales. Elle renforce alors son intervention sur le contrôle de la réglementation de voirie, intensifie l'accompagnement, via l'instauration de préemption des baux commerciaux et d'un DPU renforcé sur les lots de copropriété des commerces identifiés comme « générateurs de nuisances »¹¹⁴. L'objectif, d'abord curatif, est de transformer la situation du centre commercial en profondeur et de faciliter l'installation de commerces plus qualitatifs. La clôture du PRU1 et le nouveau programme national de renouvellement urbain (NPNRU) 2015-2024 sur les quartiers nord de Meaux¹¹⁵ vont donner à la ville cette opportunité.

3.3.2. Urbanisme, accessibilité, aire de chalandise¹¹⁶

Un urbanisme obsolète

L'urbanisme de la Verrière, typique d'un centre commercial de périphérie, est obsolète : les commerces sont implantés de part et d'autre d'une rue couverte, dans des bâtiments en barrettes (R+0), en partie sur un parking souterrain. L'enseigne Halles d'Auchan et la galerie qui la jouxte sont sur la même configuration. La galerie est mitoyenne d'une résidence, d'où des problèmes d'usages (nuisances sonores...).

En dépit d'une rénovation légère mi 2000, la qualité urbaine et architecturale n'est pas au rendez-vous, les circulations sont peu lisibles et les problèmes de gestion et d'usages nombreux.

Une forte implantation d'équipements publics et de services de proximité

Après la démolition du pôle de loisirs en 2006 la ville a implanté des équipements publics dans la galerie (maison de la justice et du droit, mairie de quartier, antenne du commissariat de police etc.). Une poste et une antenne EDF offrent aussi leurs services. Ces équipements de proximité et ces services ne rencontrent pas de problème apparent ou signalé¹¹⁷. Nous n'avons pas de données sur leur fréquentation.

¹¹² B. Guigou et al., 2009

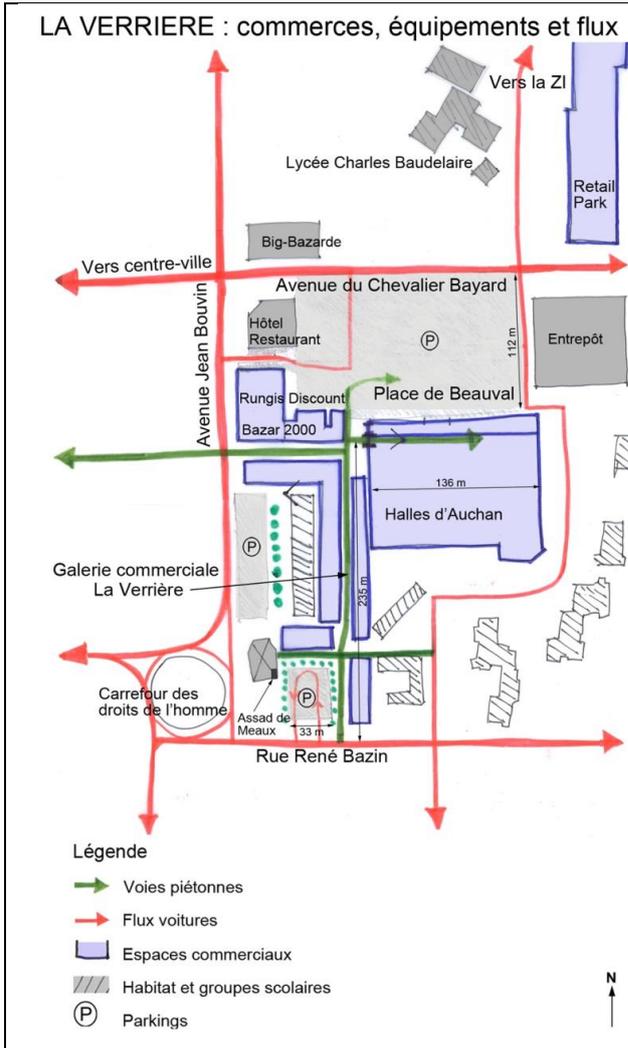
¹¹³ Il rappelait l'ouverture d'une permanence hebdomadaire du comité consultatif du Quartier de la Verrière et de sa propre permanence.

¹¹⁴ Conseil municipal du 20 septembre 2012

¹¹⁵ Les quartiers nord de Meaux ont été reconduits comme quartier prioritaire de la politique de la ville (QPV) et font partie de la liste des quartiers prioritaires du nouveau programme national de renouvellement urbain (NPNRU) 2015-2024.

¹¹⁶ Fin janvier 2015.

¹¹⁷ Nous avons fait passer une dizaine de questionnaires auprès d'usagers à la Verrière en octobre 2014.



Source : crédit IAU îdF, B. Guigou



Source : crédit IAU îdF, C. Gosselin



Source : crédit IAU îdF, C. Gosselin



Source : crédit IAU îdF, E. Charron

Une bonne accessibilité automobile et piétonne

Le centre commercial est sur des flux routiers importants, à proximité de l'entrée de ville, visible. Il est facilement accessible (parkings gratuits, arrêts de bus à proximité).

Mais l'environnement commercial est très concurrentiel. A l'échelle de la CA, trois pôles sont identifiés (voir plan de situation p. 51) :

- le centre-ville offre une densité et une diversité commerciale importante : rues commerçantes, supermarchés, centre commercial, marchés. Mais, d'après le Scot, la fréquentation a diminué, avec de nombreuses fermetures, une offre appauvrie et de moins en moins adaptée à la demande. D'où un dispositif de requalification du cœur de ville avec un volet commercial ;
- la Verrière/ zone industrielle/ retail park avenue des Comtes de Champagne. Des commerces spécialisés s'étant développés le long de la RN3, avenue de la Victoire (Brico, décathlon, But, concessionnaires automobiles) et dans la zone industrielle (centre commercial Leclerc très fréquenté), l'opération du retail park s'est faite dans la continuité de la mutation de la zone industrielle située en limite nord du quartier vers de l'activité commerciale. Le promoteur de cette opération privée, la Compagnie de Phalsbourg, a développé sur 7 000 m² un nouvel espace commercial de 7 magasins (Babou, Kiabi, Etam...) et un restaurant. Sans faire partie du périmètre Anru et sans être financée par l'Anru, ce retail park qui a ouvert en 2006, a pour ambition de participer au développement économique de ce secteur et de renforcer la vocation commerciale du quartier avec l'installation d'équipements de moyenne gamme plus qualitatifs. Il a développé une offre d'emplois adaptés à la population des quartiers.
- Mareuil-les-Meaux et Nanteuil-les-Meaux, au sud de l'agglomération, qui centralise une part importante des surfaces commerciales de l'agglomération. En bordure de l'A104, visible, facilement accessible elle regroupe de nombreuses enseignes de périphérie de ville consacrées à l'équipement de la maison, de la personne, des restaurants, hôtels et, depuis 2009, un Carrefour market.

Le projet du pôle économique et commercial PAPM à l'ouest de l'agglomération¹¹⁸ va renforcer le caractère très concurrentiel de l'environnement commercial. Ce parc a en effet vocation à accueillir des entreprises liées principalement au commerce (création du centre commercial « Les Saisons de Meaux » développé par Immochan), à la logistique (plateforme Prologis pour le groupe C&A) et aux PME-PMI. L'objectif est de développer l'offre d'emploi sur le Pays de Meaux. L'installation d'un nouveau centre de formation, l'IMA (Institut des métiers et de l'artisanat) est en outre programmée sur le site.

Aire de chalandise, un centre de proximité pour une majorité

Les personnes interviewées¹¹⁹ habitent majoritairement dans les quartiers nord de Meaux, quelques-unes viennent des communes limitrophes. Elles viennent principalement à pied (10), tous les jours ou plusieurs fois par semaine, pour faire leurs courses. Le centre propose aussi des services (poste, maison de la jeunesse...), des restaurants et terrasses. La Verrière joue donc un rôle de centre commercial de proximité, les usagers fréquentant aussi d'autres centres commerciaux situés à proximité (Leclerc et autres commerces de la ZI, le retail park, le centre-ville...). Mais il a aussi un rayonnement à une échelle plus large.

3.3.3. Offre commerciale

En 2009, l'enquête de l'Epareca identifiait 52 commerces dont 50 étaient en activité (2 locaux vacants). Son bilan, très positif, se concluait par : « pôle commercial récemment remis à niveau et fortement attractif grâce au rayonnement de l'hypermarché ». En octobre 2014 le nombre de commerces ouverts était équivalent.

Une offre diversifiée mais redondante

L'offre commerciale est large mais redondante. Ainsi, les restaurants, bars, cafés (11, très fréquentés par les hommes), les boulangeries (7), les boucheries halal (4) et les magasins de prêt-à-porter (5) sont surreprésentés. Il y a 3 épiceries « ethniques » et de nombreux produits adaptés aux attentes de la clientèle locale (halal, vêtements...). On observe également 5 salons de coiffure, 3 pharmacies et 3 banques. Les 3 grandes surfaces sont

¹¹⁸ Situé sur les communes de Chauconin-Neufmontiers et Villenoy.

¹¹⁹ 15, dont 12 femmes et 3 hommes et environ la moitié de personnes de plus de 60 ans.

positionnées sur une offre bon marché : 2 dans l'alimentaire (Auchan et Rungis Discount), 1 dans l'équipement au foyer (Bazar 2000).

Un gros marché non sédentaire (94 étals) a lieu tous les dimanches matins et attire une population importante, bien au-delà du quartier. Ce marché forain apporte de l'animation, même si ses activités sont peu diversifiées et restent peu qualitatives à l'image des commerces du centre.

L'offre en services est importante avec une prédominance du domaine médical (6 centres médicaux - généralistes ou spécialisés comme la radiologie - et 1 service d'aide aux personnes âgées). 4 équipements publics complètent ce pôle commercial : une antenne du commissariat, la cellule d'aide pour la recherche d'emplois des personnes en difficultés (CARED), la mairie de quartier et la maison de la justice et du droit et la Régie du Pays de Meaux. Il y a aussi une agence EDF et une poste.

Programmation commerciale : jeu du marché et droit de préemption économique

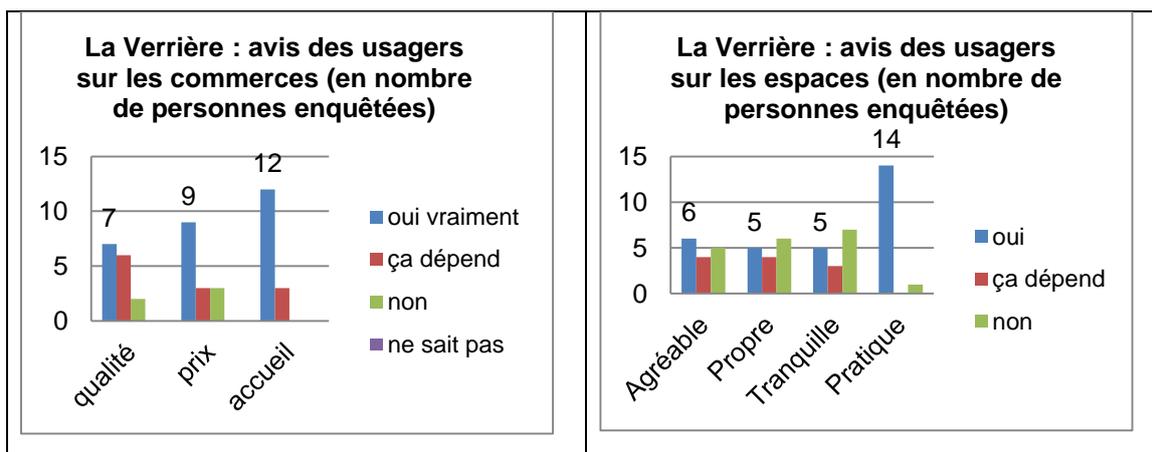
Les mouvements commerciaux sur ce site se font par le jeu du marché mais la ville a mis en place un droit de préemption économique des baux commerçants pour mieux contrôler le type d'activités qui pourraient être présentes dans le centre¹²⁰. Pour la ville cette méthode permet d'intervenir sur les transmissions de commerces et d'assurer la diversité des commerces en place. La commercialisation des coques implantées dans la galerie jouxtant Auchan a été faite par Immochan.

On note aussi des problèmes concernant la gestion du centre commercial (syndic Nexity, copropriété où la plupart des commerçants sont locataires).

Une appréciation mitigée de l'offre par les usagers

Les avis sur les commerces sont mitigés : 7 seulement les considèrent comme de qualité, 2 comme de mauvaise qualité et 6 « ça dépend ».

En revanche les commerces sont appréciés pour leurs prix attractifs (9 en sont satisfaits, à l'exception des Halles d'Auchan perçue comme chère), pour leur accueil (12 satisfaits) et le centre est aussi considéré comme très pratique (concentration de commerces et bonne accessibilité) et très animé (flux importants, offre de restauration, cafés, terrasses). Le marché du dimanche matin contribue à l'animation.



Parmi les principaux griefs, on note le manque de diversité des commerces (une dizaine de boutiques de vêtements, 5 ou 6 coiffeurs et 5 ou 6 boulangeries, restauration rapide et, a contrario, manque de certains commerces).

¹²⁰ Entretien chef de projet rénovation urbaine, direction de l'urbanisme et du développement durable, 07/03/2014.

« Il n'y a que des grecs et des boulangeries ». « Les commerces sont chers, je préfère le Leclerc qui est bien meilleur marché que l'Auchan. Et les autres boutiques ne s'adressent qu'à une seule clientèle (elles vendent toutes les mêmes vêtements) ». « Le quartier est accessible mais je préfère aller du côté du Leclerc qui est de meilleure qualité ». « Il faut diversifier les commerces, implanter des commerces français car il y a trop de commerces ethniques » (entretien usager).

De nombreux commerces, particulièrement alimentaires, sont qualifiés « d'ethnique » par les usagers : boucheries halal, épicerie/primeurs ethniques ou exotiques (comme annoncé sur l'enseigne), restaurants, restauration rapide, salons de thé. A l'observation les commerces « banals », entendus comme « distribution de produits et de services à une population dont n'est pas issue le commerçant » sont plus nombreux que les commerces exotiques, entendus comme « distribution de produits spécifiques à une population dont n'est pas issue le commerçant » et les commerces communautaires, entendus comme « distribution de produits et services spécifiques à une population dont est issue le commerçant »¹²¹. A l'observation toujours les signes d'identité allochtone (enseignes en chinois, noms de boutiques à consonance étrangère, affichage halal, foulards et costumes de fête « orientaux », produits alimentaires africains ou antillais...) renvoient à une pluralité de références et de pratiques culturelles et non à un groupe ou une communauté constituée.

3.3.4. Appréciation des espaces du pôle mixte : conception, gestion urbaine, tranquillité

Des opinions différentes

Dans les réponses aux questionnaires satisfaction et insatisfaction s'équilibrent à peu près (sur le caractère agréable, la propreté et la tranquillité). Seul le côté pratique et fonctionnel du centre est plébiscité. Le centre est aussi considéré comme très animé (café, restaurants, marché), ce qui est vu positivement ou pas. Certains apprécient beaucoup le côté animé du lieu : « tout le monde se connaît, ce qui certes génère du bruit, mais ce n'est pas gênant. Pour moi la Verrière est vraiment une centralité et accessible facilement ». « J'aime bien le quartier, il est vivant par rapport à chez moi, il est agréable et sympa ». D'autres ont un point de vue critique, soit en référence à une époque antérieure où « c'était mieux », soit en raison de problèmes de sécurité (« les gens ont peur »), de la très forte présence masculine dans les espaces ou de l'importance des commerces « ethniques »

Le centre a été rénové *a minima*. Les personnes interviewées s'accordent sur le fait que les travaux ont été insuffisants et qu'ils n'ont pas, ou à peine, changé l'image et l'attractivité du centre. En revanche les travaux d'aménagement des espaces extérieurs (voirie, stationnement, circulations, espaces publics) et l'installation de services publics et médicaux qui drainent une nouvelle clientèle sont perçus positivement.

A l'exception des terrasses des cafés et restaurations rapides, l'espace n'est pas conçu pour que l'on s'y attarde. Pourtant l'observation un mercredi après-midi (14 heures) montre beaucoup d'allées et venues, des gens de tous les âges qui passent, les femmes essentiellement qui font leurs courses et ont l'air pressé, même si elles prennent parfois le temps de s'arrêter pour discuter. L'espace est très masculin, des hommes sont installés sur les terrasses des cafés, bars, restaurants. « Ils regardent, donnent l'impression de surveiller En tant que femme, je me sens regardée de façon assez intrusive voire hostile » (usager).

Gestion urbaine et tranquillité

La galerie commerçante semble mal entretenue : excréments de pigeons (fientes sur les vêtements des boutiques de prêt-à-porter signalées à maintes reprises par les

¹²¹ Emmanuel Ma Mung, « L'expansion du commerce ethnique. Asiatiques et Maghrébins dans la région parisienne », in Revue européenne des migrations internationales, vol.8, n°1, 1992, p. 40-41.

commerçants etc.), papiers-gras, chewing-gum, etc. L'impression générale est celle d'un laisser-aller et la requalification n'est pas évidente sauf du côté de la place dont l'aspect est plus urbain. Les avis des clients et des commerçants convergent sur la saleté, le manque d'entretien, les problèmes d'hygiène (nécessité de davantage d'agents municipaux), le besoin de requalification des espaces publics (sol, espaces verts, etc.) et d'amélioration de la sécurité (bagarres mentionnées, vols, besoin de vidéosurveillance, etc.).

Pour les commerçants les travaux dans la galerie ont, au mieux, été insuffisants et inutiles, au pire contre-productifs (nouveaux revêtements de sols glissants, toiture où nichent les pigeons...). « Ils se sont trompés de combat » résume un commerçant.

3.3.5. Relations entre usagers et commerçants

Les relations usagers/commerçants

Les rapports avec la clientèle sont très divers : rapports distants pour la plupart, certains jouant au contraire un rôle d'animation et de fidélisation des clients. Le marché du dimanche matin élargit la zone de chalandise (gens de la campagne, etc.) et a un effet « dopant » sur la fréquentation des commerces et l'animation du centre. Dans les entretiens avec les commerçants deux questions centrales ressortent :

- la faiblesse du pouvoir d'achat de la clientèle ;
- des problèmes de tranquillité récurrents malgré les caméras de vidéosurveillance (vols, bagarres, alcool...). Dans la galerie sont souvent désignés comme responsables des problèmes les « immigrés » dont la présence est effectivement visible aux terrasses des restaurants et cafés. Une partie serait, d'après les entretiens, des immigrés très récents, Tunisiens, Lybiens ou Syriens réfugiés suite aux printemps arabes.

Les relations entre commerçants

L'association de commerçants est peu ou pas connue et « en sommeil ». La plupart ont entendu parler d'une association mais ne savent pas si elle fonctionne. De l'avis général, il n'y a pas d'actions collectives (animation, communication...), ce que certains regrettent. « Davantage de solidarité entre commerçants permettrait d'avoir plus de poids auprès des pouvoirs publics et de monter des actions intéressantes, mais il faudrait que tout le monde joue le jeu » (entretien). Cette mise à distance n'est pas générale, certains, anciennement implantés dans le quartier, connaissent tout le monde.

Les relations avec la collectivité locale

Du côté des commerçants domine un sentiment de n'être ni écouté, ni suffisamment pris en considération par la ville. C'est notamment le manque d'information sur les intentions de la ville qui pose problème. Pour certains une rénovation lourde voire une démolition est nécessaire.

3.3.6. Appréciation globale du pôle et vision du devenir

Au moment des entretiens (de septembre 2014 à janvier 2015), usagers et commerçants s'interrogeaient sur le devenir du centre, perçu comme incertain. Les entretiens pointaient un cumul de dysfonctionnements urbains, spatiaux, économiques et sociaux. Des problèmes de gestion persistent, ainsi que des problèmes fonciers (superposition en volume...). L'image des commerces reste peu valorisée (spécialisation ethnique) et en décalage avec le changement, au moins d'image, du quartier (entretiens acteurs et usagers). Le bilan demeure donc très mitigé.

A partir de 2015 dans le cadre de la convention de clôture du PRU1, les tours Auvergne et Artois, proches de la Verrière, vont être démolies ce qui va libérer du foncier. L'objectif de la ville est de créer un nouveau pôle commercial de proximité en rez-de-chaussée des immeubles qui sera construit sur le foncier libéré par la démolition des deux tours.

L'opération devrait se faire « à la manière de Colbert » avec l'implantation d'une dizaine de commerces « qualitatifs » sur une place piétonne. De façon complémentaire la ville souhaite conforter les pôles commerciaux alentours (centre commercial Leclerc).

Il n'est pas prévu de démolitions à la Verrière. L'idée serait de « laisser faire la concurrence » avec pour effet de « précipiter l'évolution » en cours (augmentation récente de la vacance suite au départ de commerçants dans la galerie Immochan). Les « meilleurs commerces » s'installeraient sur le pôle de proximité Auvergne/Artois et le centre pourrait se restructurer autour d'une offre commerciale plus réduite, plus qualitative et à l' « échelle quartier ». La restructuration se ferait ainsi « naturellement » par « évaporation » des commerçants, la baisse progressive de la valeur marchande des biens locatifs commerciaux facilitant la restructuration. Les commerces les plus qualitatifs et en bonne santé économique pourraient être réinstallés sur la place Beauval (parking d'Auchan). Les coques vides pourraient accueillir de nouveaux services et/ou équipements, l'espace public étant requalifié. Des incertitudes demeurent sur le devenir de l'enseigne les Halles d'Auchan qui subit une forte évasion commerciale. Celle-ci va s'accroître avec l'ouverture prochaine d'un grand centre commercial dans le PAPM. Plusieurs hypothèses sont envisagées dont la fermeture (les employés des enseignes restantes seraient mutés dans le PAPM) ou la réduction de la superficie de l'hypermarché et des parkings. En janvier 2015, le constat est qu'« il n'y a plus d'avenir pour deux hyper » (Auchan et Leclerc).

Pour la collectivité ce scénario aurait pour avantage :

- de résoudre les dysfonctionnements de mitoyenneté entre la galerie commerçante et la copropriété Debussy en créant en vis-à-vis un espace public ouvert ;
- de libérer du foncier pour la construction de logements (publics et privés pour plus de mixité sociale) et de « redonner une dimension humaine au quartier »¹²².

Sur le plan financier, l'opération pourrait s'équilibrer via deux mécanismes : dans un premier temps la baisse de la valeur marchande des commerces du centre liée à la phase de restructuration et, dans un second temps, l'utilisation du foncier libéré pour la construction de nouveaux logements (libres et sociaux, pour apporter de la mixité sociale). La ville garde aussi un contrôle par le PLU puisque la zone est en zonage commercial.

Si la réflexion sur le devenir du centre commercial la Verrière n'est pas finalisée, les principales orientations sont arrêtées : diminution des surfaces commerciales, « montée en gamme » des commerces restants, ouverture du centre sur l'extérieur du quartier, opération de logements sur une partie du foncier libéré.

¹²² Entretien avec le directeur de l'urbanisme, 09/02/2015

3.4. La dalle du Val d'Argent nord à Argenteuil : un pôle mixte sous contraintes

3.4.1. Historique : un projet au long cours de restructuration du pôle commercial

La dalle du Val d'Argent nord est située dans l'ancienne Zup du Val d'Argenteuil, à environ 500 mètres de la gare du Transilien et à 3 km du centre-ville d'Argenteuil.

Historiquement, le cœur commercial du Val d'Argent est conçu autour de la dalle centrale du Val nord de 4 ha¹²³. Surdimensionné (78 commerces), ce cœur commercial a rapidement rencontré des difficultés. Reconstituer l'histoire du projet de restructuration du pôle commercial est une gageure : il s'est déroulé sur une vingtaine d'années (depuis 1993 et le lancement du GPU et du GIP), a donné lieu à de nombreuses études, mobilisé de nombreux acteurs, y compris les commerçants qui ont été consultés à l'époque¹²⁴.

Sur le Val d'Argent nord, la majeure partie de l'intervention s'est déroulée avant la signature de la convention Anru et s'est poursuivie durant le PRU. Renforcer l'attractivité commerciale du quartier a en effet été un des principaux enjeux du projet. Pour cela il a été décidé de renforcer le pôle sur la dalle, les activités les plus qualitatives ont été regroupées sur la place de la Commune et l'esplanade de l'Europe, la section la plus passante de la dalle. Le petit pôle des Musiciens constitué de quelques commerces et également situé au Val nord a été maintenu.

Le redéploiement de la structure commerciale a permis de :

- concentrer les commerces, réduits à 25, sur l'espace central du quartier ;
- implanter une moyenne surface alimentaire sur une surface plus réduite. Celle-ci est ouverte depuis le 15 mai 2005 sous l'enseigne Leader Price puis sous l'enseigne Franprix ;
- construire une liaison verticale entre le parking et les commerces en diminuant la surface de vente de l'hypermarché.

Pour mener à bien le projet, une société par actions simplifiée (SAS)¹²⁵ a été créée à parité entre l'Epareca, que la ville saisit sur ce projet en 1997, et la Caisse des dépôts et consignations. Elle a acquis auprès de la ville 12 boutiques commerciales, une moyenne surface alimentaire et un plateau de 3 bureaux en étage du Leader Price. La livraison s'est échelonnée entre 2002 et 2005. Une troisième phase concernant 9 boutiques situées en pied d'immeuble (copropriété Thorez) a ensuite été lancée. Fin 2012, la ville, l'Etat et l'Epareca constatent des difficultés pour la mise en œuvre des actions de restructuration des commerces de la dalle sur cette dernière étape (neuf locaux restants) : retards sur les acquisitions de commerces et sur les travaux de restructuration.

Ces retards s'expliquent par les difficultés de négociation de la ville auprès de propriétaires privés (mise en œuvre de la DUP), par la difficulté du montage juridique (sortie de commerces des deux copropriétés de logements dont ils dépendent), et par l'importance

¹²³ La Zup du Val d'Argenteuil comptait deux quartiers. Au Val d'Argent sud, quartier d'urbanisation mixte à dominante pavillonnaire doté de grandes emprises d'équipements hospitaliers, le commerce était moins développé en raison de sa proximité avec les pôles du centre-ville. Le pôle secondaire Marcel Cachin, qui a aussi été rénové, fonctionne tant bien que mal.

¹²⁴ Voilà comment l'urbanisation de la dalle était « vendue » au moment de sa conception : « Au cœur du projet, la Dalle est présentée, avec son centre commercial intégré à l'habitat, comme un lieu à forte densité urbaine autour duquel rayonnent des immeubles et des équipements, un lieu de rencontres et d'échanges en même temps qu'une aire de détente et de distraction. Le programme prévoit 5 000 logements locatifs, dont la moitié est réalisée par l'Office d'HLM d'Argenteuil-Bezons, et 3 000 logements en accession à prix moyens. Le caractère attractif du quartier est renforcé par un programme d'équipements : groupes scolaires, collèges, lycée, stades, crèches... Sans oublier des équipements intercommunaux inédits comme un drugstore-cinéma face à la future gare ou un parc de loisirs à la Bérionne. » Extrait de l'exposition « Inventer la ville. Histoire urbaine du Val, Musée d'Argenteuil en mars 2005.

¹²⁵ La SAS est à la fois société de capitaux, ce qui la rapproche de la société anonyme, et une société de personnes, ce qui en fait une société mixte. Elle se distingue surtout de la SA par la grande liberté qui est laissée aux associés.

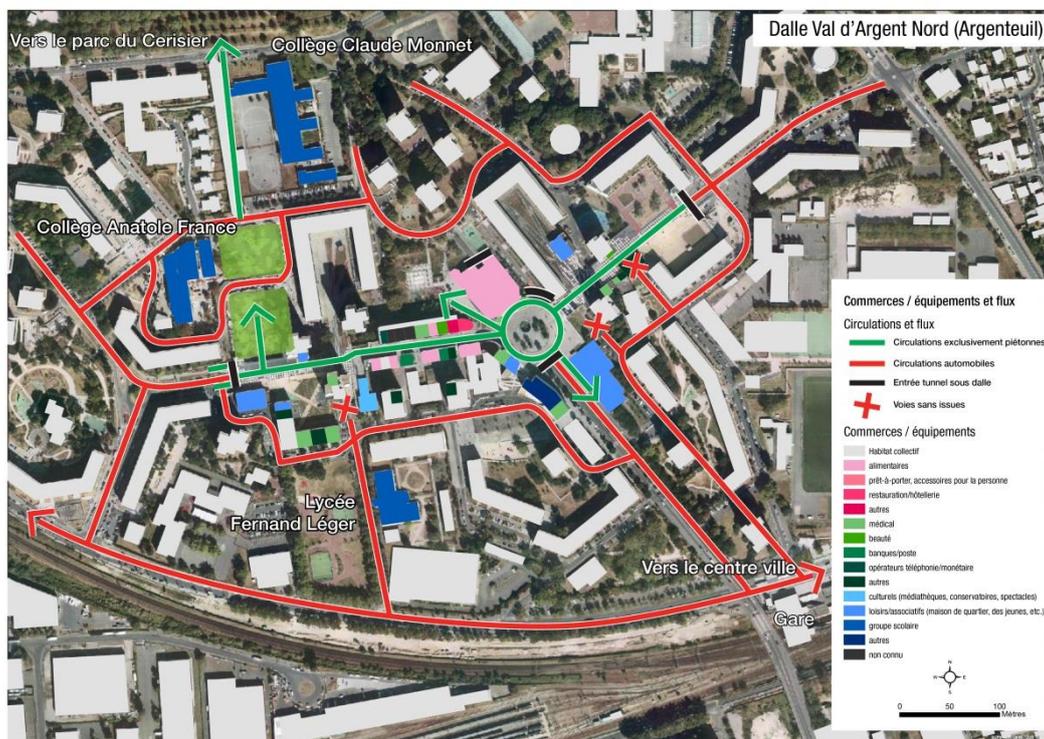
des travaux à réaliser (mise aux normes et remise à niveau des façades, restructuration des accès pour quatre locaux, éventuels aménagements intérieurs).

Mais la stratégie de commercialisation fait l'objet d'approches différentes selon les partenaires (ville, Epareca, CDC), alors même qu'il est difficile de convaincre des commerces attractifs et économiquement viables de s'implanter sur la dalle et que la situation économique de certains commerces reste fragile. Les divergences concernent aussi la destination des locaux commerciaux vacants situés en bordure est de la dalle nord : faut-il maintenir des commerces en pied d'immeuble dans cette partie du quartier, au risque de concurrencer ceux de la place de la Commune de Paris et de l'esplanade de l'Europe. Ou faut-il trouver une autre destination à ces locaux ? Enfin le montant jugé trop élevé des baux que propose l'aménageur est aussi source de désaccord.

En octobre 2012, la commune décide de maîtriser l'attribution et la gestion locative des locaux commerciaux. En faisant racheter les commerces par l'Office public de l'habitat Argenteuil-Bezons (ABH) (comme elle l'a fait en centre-ville), elle met en place un dispositif incompatible avec les missions et les responsabilités de l'Epareca. En décembre 2012, la ville signe une convention de sortie avec l'Epareca qui se retire du site.

Aujourd'hui l'offre commerciale sur la dalle est structurée autour d'une vingtaine de commerces et services de proximité et d'un marché hebdomadaire de plein-vent de 60 bancs. La dalle est aussi un espace multifonctionnel où voisinent commerces, services, équipements publics et privés. Leur attractivité est à l'échelle de la proximité ou à l'échelle plus large de la ville et de l'intercommunalité.

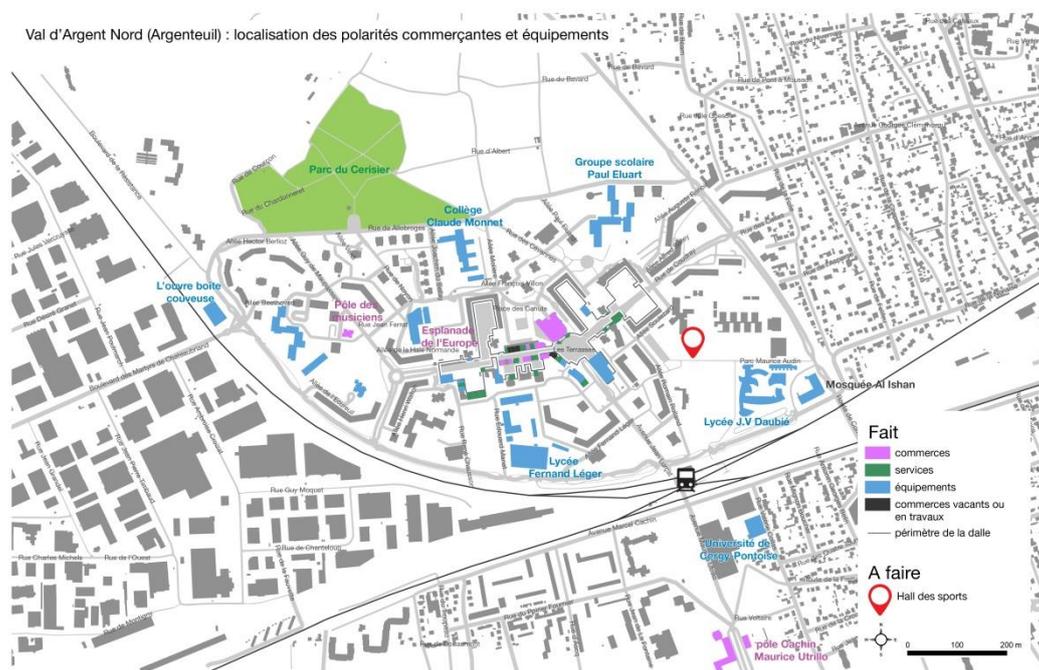
La dalle du Val d'Argent nord (Argenteuil) : une polarité de proximité mixte



3.4.2. Urbanisme, accessibilité, aire de chalandise : un pôle de proximité enclavé

La dalle : une forme urbaine héritée

La dalle Esplanade de l'Europe caractérise le quartier du val d'Argent nord. Une partie a été démolie mais elle n'a pas pu, principalement pour des raisons financières, être démolie dans son intégralité. Infrastructure posée au niveau du sol, elle est de façon unanime identifiée comme « un problème », « un héritage lourd », et un obstacle pour le développement et l'attractivité commerciale. A deux pas de la gare RER Val d'Argenteuil, et desservi par un réseau de bus, le quartier de la dalle est bien relié au reste de la ville. La desserte est cependant moins régulière, avec aux heures de pointes 8 trains/heure à la gare du Val d'Argenteuil, contre 30 trains/heure à la gare d'Argenteuil.



Si pendant longtemps, les acteurs locaux ont souhaité intégrer le grand ensemble et la dalle¹²⁶ dans les schémas urbains de la ville, ce n'est plus cette logique qui prédomine aujourd'hui. Dans les documents d'urbanisme actuels, la dalle est un espace à vocation résidentielle.

Cependant, force est de constater, qu'en matière commerciale, l'impact visible de la rénovation urbaine a été limité. Le PRU a été l'occasion d'un travail sur les espaces publics qui est en revanche beaucoup plus perceptible : aménagements et mobiliers urbains notamment. Sur la dalle les pots de fleurs, le renforcement de l'éclairage public sont autant d'éléments qui viennent structurer les espaces et rappellent les forts investissements réalisés sur le quartier.

Sur le plan urbain les commerces sont implantés de part et d'autre d'une rue, d'un côté dans des bâtiments en barrettes (R+0 ou R+1), de l'autre en rez-de-chaussée d'immeuble de logement (R+5). L'architecture et l'urbanisme contribuent à la faible qualification des espaces : pauvreté architecturale des façades et de la forme urbaine (barre de logements sociaux), absence de protection des logements en étage (phonique, visuelle...) qui donnent directement sur les commerces et la rue, mauvais état de façades d'immeubles, La rue est traitée comme un plateau, un marquage au sol contribuant à la différenciation, et

¹²⁶ Le quartier du Val d'Argent a été construit entre 1965 et 1976.

les entrées d'immeubles donnent sur la rue sans protection. Le traitement du sol est aussi de mauvaise qualité avec une faible lisibilité des différences de niveaux¹²⁷.

La dalle fonctionne comme un pôle de proximité entouré de logements. C'est un lieu de passage des résidents vers les autres quartiers de la ville ou pour rejoindre les transports en commun. La fréquentation y est en partie liée aux habitations et aux commerces de proximité. Ces flux piétons restent limités, ce qui a un impact négatif sur le chiffre d'affaires des commerces.

Le maintien de cette forme urbaine pose une question majeure. Le système de dalle est-il capable de pérenniser du commerce de proximité ? La collectivité en charge semble en douter, le manque d'adaptabilité et d'évolution de cette forme urbaine en serait la cause. Paradoxalement, elle décrit la conception de la dalle comme celle d'un centre commercial géant avec parkings en sous-sol et logements autour.

Entre point de repère et « labyrinthe »

La dalle fonctionne aussi comme un point de repère, un lieu où on vient se retrouver et échanger. C'est également un lieu de passage structurant pour les habitants du quartier.

Le point de vue des commerçants est cependant beaucoup plus mitigé à l'égard de la conception urbaine. La dalle impose un certain nombre de contraintes : absence d'accès handicapés, manque de visibilité des commerces, difficultés d'accessibilité pour les livraisons, problèmes de sécurité des accès et des dessous de dalles, etc. La dalle est ainsi qualifiée de « vrai labyrinthe » dans lequel « même le GPS ne fonctionne pas » et représente un frein au développement de l'offre et de l'attractivité commerciale du site.

Comme le souligne la responsable en charge du développement urbain de la ville d'Argenteuil : « la dalle apporte plutôt un usage piéton et de la qualité résidentielle, le vrai atout c'est qu'aujourd'hui on a des mômes qui peuvent jouer et qu'il y a des mamies qui peuvent faire leurs courses. On maintient du commerce pour cet usage-là ! Mais on n'est pas dans une centralité commerciale organisée en tant que telle »¹²⁸.

Aire de chalandise

La dalle est rarement vue comme une centralité. La question est mal comprise par ceux qui sont captifs du quartier. Elle étonne souvent les interviewés qui précisent que la « centralité » est ailleurs : dans le centre-ville d'Argenteuil, dans une autre commune, à Paris... Le décalage entre la présence objective d'équipements et services et le vécu des habitants interroge. Sans doute manque-t-il à cette dalle une dimension symbolique.

La dalle est néanmoins fréquentée d'abord par des habitants du quartier (23 sur les 37 interrogés) qui y viennent à pied. Ceux qui n'y habitent pas, travaillent ou étudient à proximité ou fréquentent un équipement (médiathèque, conservatoire) ou un service (médecin).

La très grande majorité des habitants est mobile, c'est-à-dire dispose d'une voiture et/ou utilise les transports en commun. Une petite minorité des personnes interviewées, en l'occurrence des femmes adultes ou âgées, sont « captives », au sens où elles ne possèdent pas de voiture, n'utilisent pas les transports en commun et ne sortent pas du quartier (ou très rarement). Elles fréquentent les commerces de la dalle, le Simply Market du Val d'Argent sud et quelques commerces accessibles à pied.

Les autres ont, au contraire, une pratique régulière mais « en appoint » des commerces de la dalle. « Je fais le gros de mes achats ailleurs », « je fréquente la dalle tous les matins pour quelques courses », « je fréquente les commerces tous les jours pour les courses

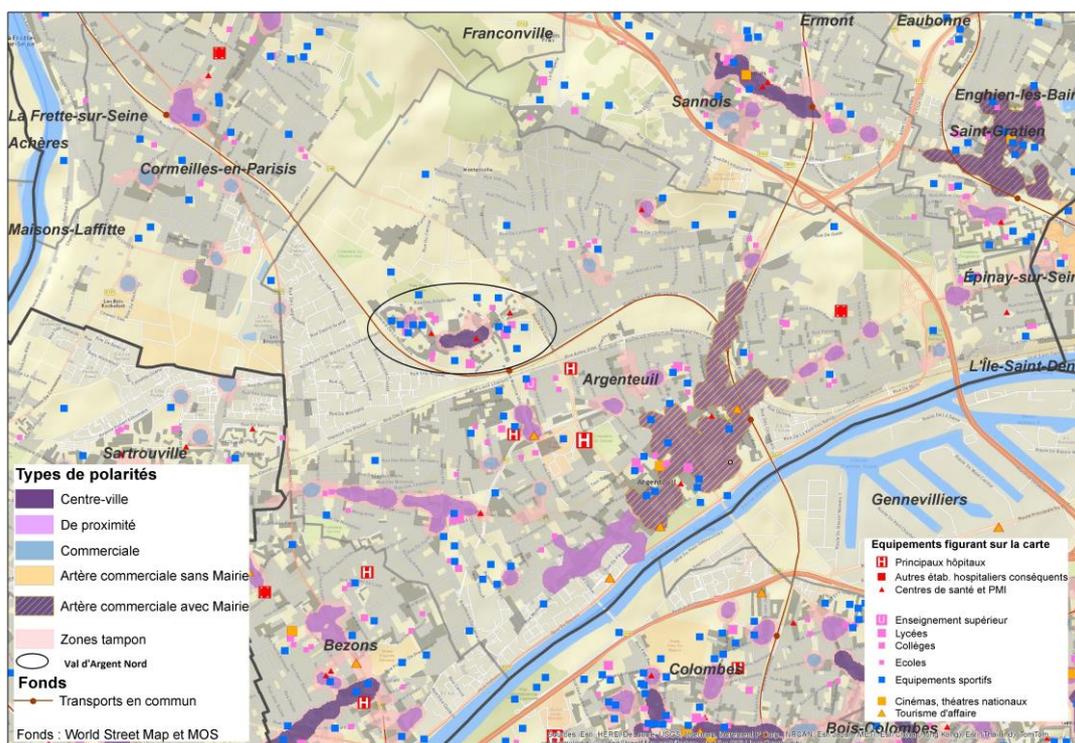
¹²⁷ La rue de l'Europe donne accès, visuellement ou via des passages, à des espaces arrière ou en contrebas qui sont, souvent, de très faible qualité architecturale et urbaine (pignons aveugles, faible lisibilité de l'espace...), mal entretenus (jets d'ordures, détritus en pied de tours...) alors même qu'ils desservent des tours.

¹²⁸ Entretien du 22/01/2015.

d'appoint mais les trouve chers », « J'y vais pour la boulangerie, la pharmacie et la pâtisserie, c'est tout ». Selon les cas, la pratique des commerces du quartier est plus ou moins fréquente, certains les utilisant en dépannage. Presque tous les habitants enquêtés font une grande partie de leurs courses à l'extérieur souvent dans des grandes surfaces proches : Auchan à Val d'Argent sud, le Lidl, le Carrefour de Sartrouville (promotions, bon marché), le centre-ville d'Argenteuil, ou des espaces plus lointains tels que des marchés. Parmi les motivations le coût est souvent cité.

Les lycéens utilisent moins les commerces que l'offre de restauration rapide de la dalle (les terrasses, la boulangerie...).

Carte : Polarités d'équipements et de services à Argenteuil¹²⁹



Lecture de la carte :

A Val d'Argent nord sur la dalle, la modélisation identifie une polarité de centre-ville, ce qui s'explique par le nombre, la diversité et la densité des équipements et services (commerces, mairie annexe, centre de santé, médiathèque, centre de loisirs, équipement culturel, commissariat...). L'aplat rose indique une centralité de moindre densité (écoles, centre social...). Pour les usagers interrogés, l'espace de dalle ne constitue pas une polarité de centre-ville mais de proximité. Ce décalage entre modélisation et vécu s'explique par la morphologie du quartier : la dalle crée une rupture physique par rapport aux flux motorisés, elle isole le site sur lequel ne passent que ceux qui y habitent ou ont une raison très précise ; par la nature et la programmation des équipements présents qui ont une vocation de proximité. La dimension symbolique (dévalorisation persistante du quartier) contribue aussi à l'impossibilité d'une représentation du quartier comme lieu central. Au nord-ouest de la dalle, en bordure du quartier, une autre centralité de proximité est identifiée (écoles, nombreux équipements sportifs).

¹²⁹ Voir étude C. Mangeney : Les polarités d'équipements et de services, juin 2014, IAU idF. Les 4 cartes sur les polarités d'équipements et de services montrent les différents types de polarités, entendus au sens de densité et de diversité de l'offre d'équipements. Elles s'appuient uniquement sur le recensement de l'offre d'équipements, y compris commercial. Cette représentation a le mérite de visualiser l'offre disponible pour les habitants dans les communes voisines correspondant à une aire géographique proche du lieu d'habitat (sans préjuger des temps d'accès et sans tenir compte des limites administratives). Les cartes mettent d'abord en évidence la diversité et le nombre important de polarités dans l'environnement proche et vont donc a priori dans le sens de l'existence d'une offre disponible à proximité pour les habitants.

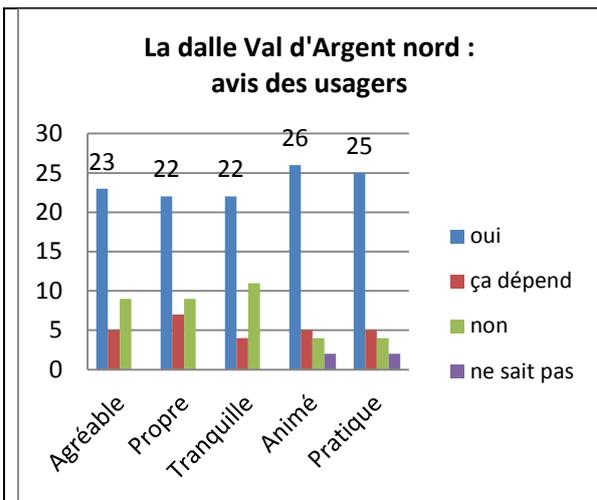
La modélisation identifie une polarité d'artère commerçante avec Mairie dans le centre ancien d'Argenteuil.

3.4.3. Appréciation des espaces publics : conception, gestion urbaine, tranquillité

Dans le cadre du PRU, c'est surtout le réaménagement des espaces publics qui est apprécié, ainsi que la création de jeux, squares, qui sont « résidentialisés » et qui figurent aux yeux des usagers comme les aménagements emblématiques du projet de rénovation urbaine. Certains regrettent le manque d'investissement dans les logements (beaucoup de copropriétés en difficultés sur la dalle).

Des travaux appréciés par les habitants

Les travaux du PRU sont cependant plutôt positivement appréciés par la population. Une majorité a une perception positive de l'espace requalifié qu'elle juge, en réponse à la partie fermée des questionnaires, agréable (23), animé (26), pratique (25), propre (22) et tranquille (22). Même si en l'occurrence, l'animation de la dalle peuvent en faire sourire certains « Ah ça oui c'est animé ! », et font davantage référence aux motos, vélos, quads qui circulent régulièrement sur la dalle et créent des nuisances. Une minorité est plus circonspecte sur l'apport de la requalification et les qualités actuelles des espaces, alors qu'une partie a une perception négative des espaces.



Vues de la dalle : commerces ouverts ou fermés, services, signalétique, échanges entre usagers

Source : crédit IAU îdF, E. Charron

La partie qualitative des entretiens avec les usagers nuance néanmoins ce niveau élevé de satisfaction. S'exprime d'abord un jugement positif sur le fait que les travaux ont amélioré l'apparence du quartier : « depuis les travaux, le quartier est plus beau ». Ce discours

rappelle celui tenu par les locataires d'ensembles immobiliers réhabilités lors d'évaluation menées dans les années 1980 et 1990.

La contribution des commerces, équipements et services à l'animation et à l'ambiance sur la dalle est rarement mentionnée mais elle peut être observée : du fait du regroupement des services, commerces, de la proximité des équipements scolaires et des pôles de transports (gare RER et bus) l'esplanade de l'Europe est un lieu de passage, où les gens se croisent, se retrouvent et, souvent, se parlent échangent. L'organisation spatiale – rue piétonne, bonne visibilité, absence de bruits de véhicules, sécurité – facilitent les échanges. Ceci est renforcé par l'ancienneté d'une partie des habitants, le côté « interconnaissance » du quartier.

Le quartier (la dalle et ses abords proches) est en majorité utilisé de manière fonctionnelle. Mais ce n'est pas toujours le cas. Pour près d'un quart des enquêtés c'est un lieu investi au travers de multiples pratiques (« Je fréquente la dalle tous les jours, parfois plusieurs fois par jours...mais ce n'est pas pour les courses, juste pour m'y balader » ; « j'aime la dalle, son animation, je retrouve parfois des amis » (lycéenne) ; « j'aime me promener dans le quartier, j'aime beaucoup le quartier et je viens sur la dalle avec plaisir »). Une petite minorité développe dans le quartier des pratiques diversifiées fondées en partie sur la fréquentation d'équipements, de services, ou du parc du Cerisier par exemple. Cet attachement au quartier est souvent lié au fait d'y avoir vécu longtemps et d'y connaître beaucoup de monde (« je connais presque tout le monde ici »).

L'agencement de la dalle et l'organisation des espaces impactent également la gestion. Des problèmes d'entretien et de propreté sont soulignés. Il y a un manque d'articulation entre les gestionnaires (ville, bailleurs, entreprises privées, etc.). Des conflits d'usages sur la dalle entre deux-roues et piétons sont pointés. « Les jeunes », catégorie floue et imprécise, sont souvent identifiés comme les auteurs de trouble, à l'origine des dégradations, des conflits. Leur présence est parfois jugée insécurisante. Ainsi le soulève un usager : « le problème, ce sont les mentalités qui ne sont pas bonnes, les gens ne sont pas propres, [il faut davantage travailler] sur l'éducation des jeunes et parfois de leurs parents ». Une femme retraitée fait écho à la situation d'aujourd'hui tout en expliquant son arrivée au Val d'Argent en 1992 au moment « d'émeutes entre des jeunes et les forces de l'ordre », et dit avoir « détesté » Argenteuil dès le premier jour. Les 13-14 juillet sont synonymes, pour elle, de situations similaires encore mouvementées.

Est aussi soulignée une occupation très masculine de l'espace devant certains commerces (bar PMU), parfois accompagnée de comportements gênants (drague, interpellations, regards « lourds » et, plus ponctuellement, bagarres, consommation d'alcool...). Certains pointent du trafic, plus ou moins ostentatoire. Ceci génère notamment chez les femmes interviewées, des réticences à passer dans certains espaces : « J'ai peur de sortir seule le soir, surtout qu'il y a des gens qui boivent, qui sont saouls, qui traînent... » ; « Je me fais souvent embêter » (lycéenne) ; « le quartier est agréable, il est animé, mais seulement en journée, la nuit, je ne m'y risquerais pas ». Les interviewés soulignent spontanément la différence entre la journée et le soir et la nuit, période où les problèmes de tranquillité sont plus forts.

Des problèmes d'insécurité sont perceptibles sur la dalle. En décembre 2010 l'incendie du Franprix entraîne sa fermeture avec des conséquences très négatives pour les habitants. En 2014, certains commerces subissent des vols et/ou braquage (le Franprix, le bar tabac PMU). Mais la plupart des commerçants rencontrés se disent confiants et ne se sentent pas en insécurité.

Les problèmes de propreté, tranquillité, sécurité impactent l'image du quartier et peuvent également être des contraintes à l'exercice de l'activité commerciale. La saleté est soulignée par la majorité des enquêtés (saleté des rues, des pots de fleurs encombrés de mégots et canettes). Plusieurs expliquent ces dysfonctionnements (gestion, sécurité) par la présence insuffisante ou peu efficace des policiers et des agents de nettoyage.

L'incompréhension des missions de l'institution policière alimente pour beaucoup une perception insécurisante du quartier où les fonctionnaires en charge seraient inefficaces.

Les habitants font souvent référence au quartier des années 1980 et 1990 qu'ils regrettent pour la plupart. La réponse : « c'était mieux avant » est encore très présente lorsqu'on évoque le quartier et ses évolutions. « L'attachement » des habitants envers leur quartier s'en ressent. Dans une majorité de cas, la volonté de vouloir le quitter transparait (sans pour autant que la question ait été posée directement). Se révèle également l'impossibilité de pouvoir partir, et un fatalisme manifeste.

3.4.4. La qualité de l'offre commerciale

Une vingtaine de commerces et services sont implantés sur la dalle en pied d'immeuble. Les flux sont principalement piétons, même si on peut observer quelques flux motorisés, ou des deux-roues. Les usagers soulignent le côté pratique des commerces de proximité (accessibilité piétonne et en transports en commun). Autre effet positif, mis à part les locaux qui sont en travaux, tous les locaux (excepté un), ont trouvé preneurs. En revanche, la rotation d'activités n'est pas totalement stabilisée et les commerces rencontrent des difficultés s'expliquant par les très faibles revenus des clients.

Une offre redondante

Au moment de l'enquête, l'offre est majoritairement tournée vers le commerce de bouche (boulangeries, épiceries, boucherie halal, restauration rapide, etc.). Des services sont également implantés : trois pharmacies, des distributeurs automatiques de billets, La Poste, etc. Les services sont appréciés par la population qui réside à proximité.

Pour les porteurs du projet, la locomotive est la moyenne surface commerciale (Franprix), implantée sur la place de la Commune. Même s'il est utile, ce commerce est peu apprécié. L'offre de restauration vit essentiellement au moment de la pause déjeuner avec l'arrivée des lycéens et des travailleurs des environs. Les usagers, dans l'idéal, aimeraient voir s'implanter d'autres types de commerces « pour avoir le choix », tels qu'une « boutique de prêt-à-porter », « une librairie », « une poissonnerie », « une quincaillerie », etc., comme le souligne une habitante « des petits magasins où on peut piocher ». Les anciens habitants du quartier (nombreux parmi les interviewés) déplorent aussi la disparition des commerces de vêtements qui créaient une animation et une distraction (boutiques de prêt-à-porter, cafés/bar, presse...).

Ainsi, l'offre de commerces sur la dalle est avant tout une offre d'appoint et est identifiée en tant que telle.

Une offre « chère »

Par ailleurs, pour les usagers ces boutiques sont chères. Les commerces de la dalle souffrent de la concurrence exercée par les autres pôles de proximité et les rues commerçantes de la ville (rue Utrillo notamment).

Le marché du vendredi, qui est le jour de prière à la grande mosquée nord de Paris¹³⁰ a une attractivité intercommunale, voire interdépartementale. Il attire beaucoup de monde et provoque, par ailleurs, des problèmes de stationnement. Toutefois, nous n'avons pas remarqué d'effet sur les commerces de la dalle. L'augmentation des flux et passages se cantonnent à la fréquentation du marché.

La moyenne surface est souvent critiquée par les usagers en raison de ses prix élevés, qui ne correspondent pas à leurs ressources. Pour son directeur le faible pouvoir d'achat est un frein à la rentabilité de son commerce. Il évalue le panier moyen de la ménagère à 7,50 €. Dans ce contexte de « débrouille », l'équilibre financier des commerces est souvent remis en question.

¹³⁰ La mosquée peut accueillir jusqu'à 1 200 fidèles.

3.4.5. Zoom sur les commerçants et habitants

Les relations usagers/commerçants

C'est d'abord la faiblesse des revenus et le caractère populaire du quartier qui sont pointés. C'est ensuite la gentillesse des gens qui est soulignée. Plusieurs font état de relations d'interconnaissances avec les clients ou les patients, renforcées par le fait que le passage est limité et que « ce sont toujours les mêmes qui viennent dans les commerces ». Les métiers de service (kinésithérapeutes, coiffeuse) ont insisté sur cette dimension relationnelle.

Les commerçants

Les commerçants ont des profils très différents. Ils sont originaires du quartier ou venus s'installer au Val d'Argent pour des raisons économiques. Peu bénéficie du dispositif ZFU. Certains témoignent de leurs difficultés économiques :

- commerces peu rentables en raison du faible pouvoir d'achat de la clientèle¹³¹ ;
- loyers trop élevés au regard de la rentabilité des commerces sur la dalle.

Certains commerçants sont en grande précarité. Cependant, d'autres boutiques semblent tirer leur épingle du jeu. Sans doute parce qu'elles correspondent à une demande précise, pratiquent des tarifs intéressants ou semblent s'être adaptées à la demande et à ses moyens. Certains commerçants disent jouer un rôle « social » au sein du quartier ; ils pratiquent le crédit et/ou s'adaptent à la demande en acceptant les commandes spécifiques. Cependant force est de constater que certains commerçants arrêtent ces méthodes afin de maintenir leur équilibre financier souvent fragile.

Les relations entre commerçants

Nombre de commerçants se connaissent mais il n'y a pas d'association active. En revanche des professionnels de santé ont lancé l'initiative de relations suivies (dîner mensuel).

Nous manquons d'information sur les relations commerçants/collectivités locales. Notons toutefois que l'instabilité politique locale, la récurrence des tensions entre acteurs (ville, CA AB, Etat, Epareca) et le manque de continuité de l'action publique ont pesé sur le projet et sur le territoire.

3.5. Bilan transversal des 4 études de cas

Les facteurs urbains d'attractivité du commerce

Les études de cas confirment les « fondamentaux » du commerce qui font consensus chez les « experts métiers »¹³².

Sur le plan urbain, une très bonne lisibilité, visibilité et accessibilité en voiture sont des facteurs d'attractivité. L'essentiel de l'attractivité de Notre-Dame des Anges est due à sa localisation sur des flux routiers, à ses facilités de stationnement (parking gratuit) et à sa forte visibilité qui suscite des « achats d'opportunité »¹³³. *A contrario* les difficultés économiques des commerces du Val d'Argent sont en grande partie liées au manque d'accessibilité de la dalle (absence de flux routiers, problèmes de livraisons, d'accès des personnes à mobilité réduite).

¹³¹ L'exploitation des données Altaris 2014 indique par exemple un chiffre d'affaires de 24 000€ annuel pour une épicerie située sur la dalle. Mais ces données montrent aussi de fortes variations des CA d'un commerce à l'autre, certains commerces alimentaires atteignant un CA de plus de 400 000€.

¹³² Le terme « expert métier » désigne les professionnels spécialisés dans la sphère commerciale : bureaux d'études, programmiste, aménageur, promoteur, Epareca...

¹³³ A l'horizon 2019 la place NDA sera de plus desservie par une station du tramway T4, à mi-chemin du secteur central du plateau et du centre-ville de Montfermeil.

Un autre critère, dans un contexte francilien de plus en plus concurrentiel¹³⁴, est l'existence d'une aire de chalandise suffisante et un bon positionnement commercial. Les pôles qui tirent leur épingle du jeu sont ceux qui jouent la complémentarité avec l'environnement. C'est le cas de Notre-Dame des Anges ou du pôle Colbert. Ce n'est pas en revanche le cas du centre commercial de la Verrière qui subit de plein fouet la concurrence de l'environnement.

¹³⁴ Carole Delaporte et Christine Tarquis, « Surproduction de surfaces commerciales, vers une bulle immobilière ? », Note rapide, IAU-idf, n°635, décembre 2013

Pôle mixtes construits ou rénovés

Source : IAU îdF, B. Guigou, sauf mention contraire

Argenteuil, la dalle. Source : IAU îdF, E. Charron



Argenteuil, la dalle. Source : IAU îdF, E. Charron



Clichy-Montfermeil, le Plateau : place Notre-Dame des Anges



Clichy-Montfermeil, le Plateau : centre commercial Anatole France à démolir



Meaux, Beauval : place Colbert



Meaux, Beauval : place Colbert



Meaux, Beauval : la Verrière Source : IAU îdF, E. Charron

Meaux, Beauval : la Verrière



L'importance d'une gestion coordonnée et pérenne

La sûreté du site, la qualité de la gestion et l'ambiance (propreté, tranquillité) sont aussi des critères importants pour les acteurs et les habitants souvent inquiets de l'évolution possible du site. Une gestion coordonnée du pôle¹³⁵ est un gage de bon fonctionnement. Les questionnaires auprès des habitants montrent aussi l'importance que ces derniers accordent à une gestion rapprochée et adaptée des espaces, à une présence des acteurs sur le site, à une régulation des règles de fonctionnement dans ces espaces. Le développement de poste de chargé de mission commerces dans les communes a pour objectif de renforcer cette coordination en développant un partenariat avec les acteurs du territoire et en instaurant une relation de proximité avec les commerçants.

L'avis des usagers

Les points de vue des résidents confirment l'importance des facteurs urbains. Ces derniers apprécient davantage les pôles reconstruits que ceux qui sont réhabilités. L'Epareca notait que la reconstruction contribuait plus profondément au changement d'image que la réhabilitation même lourde. Dans les polarités reconstruites (Notre-Dame des Anges et Colbert), presque tous les interviewés jugent les nouveaux espaces agréables, bien aménagés, bien entretenus. La grande majorité apprécie la qualité architecturale et urbaine et le caractère fonctionnel du pôle, avec un bémol à Colbert où le stationnement voiture est jugé insuffisant. Plus généralement les personnes rencontrées ont, pour la majorité, une appréciation positive des changements et de la nouvelle image du quartier. Sur la dalle d'Argenteuil et à la Verrière la tonalité générale est plus critique même si les avis sont plutôt positifs sur l'aménagement de la dalle et de la rue commerçante à Argenteuil.

Les études de cas confirment que les pratiques commerciales des habitants ne s'arrêtent ni aux frontières du quartier, ni de la commune. L'offre commerciale est abondante et les habitants l'utilisent. Ils sont, pour la très grande majorité, mobiles. Elles montrent aussi que ces pôles sont perçus comme des espaces de proximité, rendant des services de proximité. Pour les habitants la centralité est ailleurs et il manque beaucoup d'éléments pour qu'il y ait centralité. La présence d'équipements nombreux et denses peut être appréciée mais elle ne suffit pas, à elle seule, à créer de la centralité.

¹³⁵ Par gestion coordonnée nous entendons une coordination des modalités d'interventions des acteurs du site (collectivité locale, gestionnaire, commerçants) sur la propreté et l'entretien des espaces, la sécurité, l'animation, la communication.

Equipements et services construits ou rénovés dans le cadre du PRU

Source : IAU îdF, B. Guigou, sauf mention contraire

Argenteuil, la dalle : mail Stendahl et groupe scolaire en contrebas de la dalle



Argenteuil, la dalle : centre de loisirs



Clichy-Montfermeil, le Plateau : crèche



Clichy le Plateau : commissariat de police. Source : F. Bulle Architecture



Meaux, Beauval, pôle Colbert : parc Chenonceau. Source : IAU îdF



Meaux, Beauval, pôle Colbert : Espace la Caravelle. Source : Anru



Bagneux, Tertres et Cuverons : centre social



Bagneux, Tertres et Cuverons, gymnase



Sociabilités et flux dans les pôles mixtes

L'implantation de commerces, services et équipements génèrent des flux qui contribuent à animer le quartier, avec une intensité différente selon les saisons et les moments (temps forts à la fin de la matinée, durant le déjeuner et la fin de l'après-midi). Mais les niveaux de sociabilité sont contrastés sans qu'il n'y ait de lien avec la qualité urbaine ou l'appréciation des espaces par les usagers. Ces derniers pensent que le commerce doit renforcer l'animation du quartier et contribuer à « la vie de la cité » mais ils ne considèrent pas, sauf exception, que les commerces jouent un rôle dans leurs relations et que ce rôle doit être développé. Les résidents ont peu à dire sur les commerçants et les commerces sur lesquels ils tiennent un discours pragmatique. Ils en attendent d'abord un service de qualité, des prix attractifs, une large gamme de choix. Ce qui n'empêche pas d'avoir de bonnes relations avec des commerçants !

C'est à la Verrière et sur la dalle d'Argenteuil, qui sont pourtant les lieux les moins qualitatifs sur le plan architectural et urbain, que les pratiques de sociabilité sont les plus denses. A Argenteuil la configuration de la dalle (visibilité, absence de circulation automobile et de bruits, présence de bancs) en fait un lieu propice aux rencontres. Les sociabilités s'organisent par classes d'âges, notamment autour des flux d'écoliers, collégiens, lycéens, jeunes adultes, mères de familles, personnes âgées, et par genre, avec des spécialisations marquées par genre dans certains espaces (terrasses de café à la Verrière, dans et devant le bar tabac PMU sur la dalle, dans le centre commercial A. France à Clichy par exemple). Dans certains sites favoriser la présence des femmes dans les commerces et les espaces publics est un enjeu.

Tableau : Satisfaction des usagers (exploitation des questionnaires)

	NDA – Montfermeil	Colbert - Meaux	La Verrière - Meaux	La dalle - Argenteuil
Satisfaction / pôle d'après le questionnaire	Forte	Forte	Mitigée. Mais satisfaction forte sauf sur l'accessibilité et le côté pratique qui sont plébiscités	Plutôt bonne, mais une minorité critique sur propreté, tranquillité, caractère agréable
Satisfaction / gestion du pôle	Forte	Bonne	Faible	Faible
Pratiques de sociabilité dans les espaces publics	Très limitées Mais travaux récents, trop tôt pour évaluer	Assez limitées. Mais place comme lieu d'interconnaissance, de passage piétons et voitures	Nombreuses et diverses, lieu d'interconnaissance	Nombreuses, espace de coprésence mixte, lieu de passage et de rencontres
Effets de la forme urbaine sur les pratiques de sociabilité	Conçu et perçu comme un lieu de passage plus que de rencontres	Conçu comme un lieu de convergence des flux piétons (écoles, parc, centre socioculturel, commerces) et automobiles.	Absence de visibilité des travaux. Galerie couverte facilite les échanges et l'installation en terrasse (hommes/immigrés)	Espace protégé des voitures, calme, avec des bancs, de concentration de commerces et équipements qui facilite les échanges

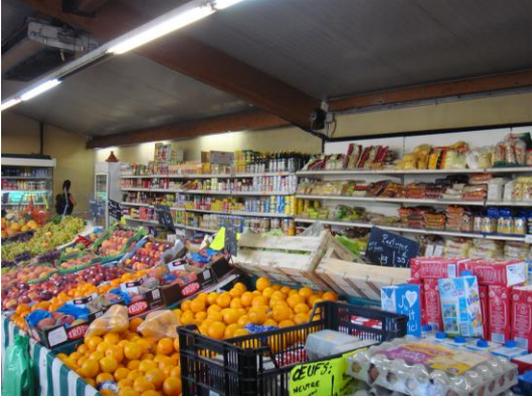
Les marchés, des espaces de sociabilité

Les trois quartiers sont mitoyens d'un marché de plein-vent hebdomadaire (ou bihebdomadaire) qui est un lieu très important de sociabilité et de mixité.

Ces gros marchés populaires et « de bonnes affaires » proposent de nombreux produits « ethniques » : épices, boucherie hallal, vêtements orientaux, tissus pakistanais... L'attractivité de ces marchés est forte, ils attirent une population majoritairement maghrébine, bien au-delà des frontières communales, voire départementales. A Argenteuil, la proximité de la grande mosquée et la coïncidence du calendrier contribuent à son attractivité. Ces marchés fonctionnent très bien même s'ils génèrent des nuisances. Ils constituent pour les résidents un lieu de sociabilité majeure et un moment fort de mixité hommes/femmes dans l'espace public.

Caractéristiques des marchés forains dans les 3 sites

	La Dalle, Argenteuil	Anatole France, Clichy-sous-Bois	La Verrière, Meaux
Périodicité	Vendredi après-midi, jour de la prière à la grande mosquée	Mercredi et samedi matin	Dimanche matin
Localisation et étendue	Contrebas de dalle. 110 étals dont 30 alimentaires et 80 non alimentaires	A côté du CC A. France. Linéaire de 1 200m. Marché alimentaire et non alimentaire	A côté du CC la Verrière. 94 étals
Attractivité, aire de chalandise	Très fréquenté. Communes du département et au-delà	Très fréquenté Communes du département et au-delà	Très fréquenté Meaux et communes périurbaines et rurales alentours
Complémentarité avec les commerces sédentaires, les équipements et services	Apporte de l'animation au quartier mais peu de flux sur la dalle Pas de réflexion sur la complémentarité entre les offres commerciales Complémentaire avec la mosquée (prière du vendredi après-midi)	Apporte de l'animation, constat d'une augmentation du CA des commerçants sédentaires les jours de marché Pas de réflexion sur la complémentarité entre les offres	Apporte de l'animation, constat d'une augmentation du CA des commerçants sédentaires les jours de marché Pas de réflexion sur la complémentarité entre les offres

Argenteuil, la dalle : Marché forain. Source : IAU îdF, C. Gosselin	Intérieur d'une épicerie. Source : IAU îdF, B. Guigou
	

L'enjeu de la programmation commerciale

Dans les sites reconstruits, la programmation commerciale est un enjeu et le résultat d'un compromis entre des logiques et intérêts divers, voire divergents. Elle est en général préparée et négociée entre l'aménageur, le promoteur et le futur gestionnaire des espaces commerciaux. Elle est ensuite négociée et validée par la ville, et notamment par le maire et les élus.

De façon générale dans une opération de démolition/reconstruction, les logiques à l'œuvre sont les suivantes :

- la logique financière de l'aménageur, qui est surtout préoccupé par le bilan de démolition/reconstruction du centre commercial et ne souhaite pas trop payer d'indemnités d'éviction ;
- la logique du gestionnaire pour qui un bon commerçant est avant tout un commerçant dont l'activité fonctionne bien et qui est prêt à payer le niveau de loyer attendu ;

- la logique plus politique de la commune qui souhaite une « montée en gamme » des commerces et une banalisation pour valoriser le quartier mais peut aussi considérer qu'il est important de conserver tel ou tel commerce pour la vie du quartier, parfois contre l'avis des autres acteurs (aménageur ou gestionnaire).

A NDA, à Colbert et sur la dalle d'Argenteuil, les choix relèvent bien d'une négociation mais les configurations (intérêts, objectifs, rapports de force) varient. NDA est l'exemple d'un binôme opérateur public (I3F) et collectivité qui partagent la même idée du type de commerces à implanter et qui s'appuient sur des outils pour y parvenir (service immobilier commercial d'I3F, chargé de mission commerce de Montfermeil). Dans ce site, les choix ont pour objectif d'impulser et d'accompagner le changement d'image du quartier avec des commerces plus « haut de gamme » pour une clientèle extérieure au quartier plus aisée. Le pari est aussi de capter une partie des ménages du quartier, via le pôle santé, la boulangerie, le Franprix, avec l'idée que leurs pratiques d'achat évolueront et qu'ils profiteront aussi de l'offre nouvelle (primeur, esthéticienne). L'objectif de banalisation est à la fois urbain, sociologique et économique.

A Colbert, l'objectif est de créer un pôle de proximité rassemblant des commerces utiles au quotidien. Mais le résultat est moins maîtrisé et la programmation plus opportuniste avec l'ouverture d'une pizzeria/kebab et de 3 agences de banques, dont deux viennent de la Verrière. L'installation de trois agences répond sans doute aux attentes des gestionnaires en sécurisant le paiement des loyers mais pas à celles des habitants et des commerçants qui déplorent l'uniformisation de l'offre. Dans les deux pôles (NDA et Colbert), la nouvelle offre commerciale est normalisée et banalisée au sens urbain du terme : coques commerciales, vitrines, devantures, apparence générale du magasin sont globalement de qualité.

Sur la dalle d'Argenteuil, le compromis est difficile en raison des tensions entre la ville et l'opérateur (bailleur social) et du flou des orientations en matière de programmation. Sur ce site, compte tenu des dysfonctionnements urbains, de gestion, de sécurité et des difficultés de commercialisation les acteurs ont plutôt tendance à saisir les opportunités et à répondre aux demandes du territoire. Côté commerçants le sentiment est celui d'un manque de pilotage par les gestionnaires des locaux, la ville et le bailleur social, d'une forme de laisser aller et de « porosité » par rapport à des demandes d'habitants dont la pérennité économique des activités n'est pas assurée.

Dans les sites étudiés, il n'y a pas de mise en cohérence réelle de l'offre entre les commerces sédentaires et les marchés. Et pourtant les marchés génèrent, en tout cas à Clichy et à Meaux, un accroissement du chiffre d'affaires des commerçants sédentaires. La complémentarité de l'offre sédentaire et volante pourrait être améliorée. C'est le souhait de la société Géraud qui gère le marché forain de Clichy-sous-Bois et c'est, pour le DGA de la ville, une piste de travail intéressante : « Je crois énormément en la complémentarité entre le marché forain et les boutiques sédentaires. Le fait que des gens, y compris de l'extérieur, viennent deux fois par semaine sur le marché crée des flux. Et ils peuvent trouver dans les boutiques des produits et services qu'ils ne trouvent pas sur le marché »¹³⁶.

Que veut dire « éviter les commerces spécialisés » ?

Les acteurs emploient l'adjectif « spécialisé » pour qualifier les commerces dont l'implantation est à éviter. A l'inverse les commerces « banalisés » sont à maintenir ou à attirer. Pour qualifier les commerces spécialisés les acteurs parlent généralement de « kebabs », plus rarement de boutiques de téléphonie et d'envoi d'argent à l'étranger. Le kebab est ici employé de façon doublement métonymique pour désigner la boutique, puis le gérant de la boutique. Dans tous les cas il y a bien « une proximité dans l'usage, un rapprochement créé par la langue elle-même entre des mots qui s'appliquent au même

¹³⁶ Entretien DGS ville,

domaine et qu'on trouve couramment les uns à côté des autres »¹³⁷, en l'occurrence entre le produit (kebab) et celui qui le vend. Le secteur de la restauration rapide, auquel appartient la boutique de kebab, a connu une très forte croissance ces dernières années (secteur créateur d'emplois) mais reste perçu comme une activité dévalorisée.

Qu'est-ce qui fonde, pour les acteurs, le refus du « kebab » ? Le problème d'image est d'abord évoqué avant celui des nuisances (odeurs de grillade et de frites en rez-de-chaussée d'immeuble de logements). A la différence d'une boulangerie qui garde une image positive même lorsqu'elle propose un service de consommation sur place (sandwichs, boissons), une image négative est accolée au kebab. L'ouverture de ce type de commerce suscite plusieurs craintes : une gestion peu rigoureuse (problèmes d'hygiène, devanture mal entretenue, horaires d'ouverture irréguliers...) ; une fréquentation exclusive ou majoritaire par des « jeunes », des hommes, des immigrés, comme le sont la majorité des gérants des kebabs. Si ouvrir un kebab ne requiert ni diplôme, ni mise de fond importante, en revanche les compétences sociales et relationnelles y sont un atout, ce qui peut faciliter l'installation d'un habitant de la Zus.

Quel rôle joue la caractéristique « ethnique » du commerce dans la programmation des pôles étudiés ? Tout dépend de la définition adoptée. Si l'on définit par « ethnique » des commerces tenus par des commerçants étrangers, immigrés ou descendant d'immigrés même lorsqu'ils utilisent peu, ou pas du tout, les réseaux ethniques, la caractéristique ethnique n'a pas d'impact sur la programmation commerciale des nouveaux pôles étudiés. Dans la plupart des commerces des polarités étudiés, il y a des produits adaptés aux habitudes et à la culture de la clientèle qui est en majorité immigrée ou issue de l'immigration¹³⁸. C'est par exemple le cas des boucheries hallal qui se sont fortement développées car elles s'adressent dans ces quartiers à 80 à 90 % du marché alors que l'offre traditionnelle ne s'adresse qu'à 35 % du marché¹³⁹. Mais dans la plupart de ces commerces la palette de produits est diversifiée et offre un mélange de produits spécialisés et banals, et la clientèle est diverse.

Quelques boutiques du centre commercial la Verrière à Meaux et du centre Anatole France font toutefois exception au sens où ce sont des commerces fondés sur la « distribution par un commerçant de produits spécifiques à des membres de la communauté dont il est issu ». Il s'agit par exemple de coiffeurs réservés aux hommes mais accueillant des femmes en fond de boutique derrière un rideau. Dans ce cas la spécialisation de genre recoupe en partie une spécialisation « immigrée » (maghrébine). C'est aussi le cas de cafés de la Verrière et d'Anatole France qui sont « monopolisés » par les hommes (en majorité mais pas uniquement immigrés) et évités par les femmes. Plusieurs des acteurs traduisent d'ailleurs la question banalisation/spécialisation des commerces en termes de monopole par les hommes d'une partie des espaces, services et commerces. La définition donnée par le chercheur Emmanuel Ma Mung s'applique à ces commerces : est ethnique « l'activité pratiquée par des personnes qui utilisent et s'appuient sur des réseaux de solidarité ethnique sur le plan du financement mais aussi sur le plan de l'approvisionnement, sur celui du recrutement du personnel et parfois même sur celui de l'achalandage lorsque ce commerce vise en premier lieu comme clientèle la communauté dont est issu le commerçant »¹⁴⁰.

¹³⁷ Patrick Bacry, *Les figures de style*, Belin, 1992.

¹³⁸ Les grandes surfaces situées dans les banlieues populaires proposent depuis des années des produits adaptés, hallal ou pas. Dans son ouvrage sur l'hypermarché d'Auchan à Cergy, Annie Ernaux relève à la fois la mixité sociale et ethnique de la clientèle et l'adaptation de l'offre commerciale au travers de produits exotiques et du rayon discount. Annie Ernaux, *Regarde les lumières, mon amour*, Seuil, 2014. Voir aussi Florence Bergeaud-Blackler, « Islamiser l'alimentation. Marchés halal et dynamiques normatives », in *Génèses*, 2012/4, n°89, p. 61/87.

¹³⁹ Epareca 2010. *Transmis par l'Epareca*.

¹⁴⁰ Emmanuel Ma Mung, *op.cit.*, 1992, p. 40-41

4. Commercer dans le quartier

Ce dernier chapitre interroge les modes de vie des commerçants dans les quartiers étudiés ? Il s'interroge sur les raisons de leur installation dans le quartier et sur leurs points de vue sur le quartier et ses évolutions. Au-delà de la diversité des trajectoires, des métiers et des conditions matérielles d'exercice, il est possible d'identifier des « figures » de commerçants. Lesquelles ? Il met aussi en évidence les avantages et inconvénients à travailler dans un quartier en rénovation urbaine et dans un pôle mixte. Ce chapitre s'appuie sur une trentaine d'entretiens menés dans les 4 polarités étudiées.

Alors que les commerçants jouent un rôle important dans le fonctionnement du quartier et dans sa mixité fonctionnelle, leurs pratiques, représentations et attentes sont rarement explicités et pris en compte dans les projets. La littérature académique a produit de nombreux travaux sur les centralités immigrées ou minoritaires entendues comme « des concentrations de commerces qui proposent des produits ou des services tournés vers les besoins de populations immigrées ne résidant pas sur place »¹⁴¹. Ces recherches portent sur des quartiers centraux et immigrés souvent emblématiques : la Goutte d'Or/ Château Rouge (Paris), Barbès (Paris), « Little Jafna » (Paris), la Porte d'Aix (Marseille)¹⁴². Elles ne concernent pas les quartiers en politique de la ville où la question commerciale est généralement traitée sous un angle technique et urbain et non sous un angle économique et sociologique. Ce chapitre entend apporter un éclairage, qui serait à approfondir par des travaux ultérieurs, sur ces enjeux.

4.1. Les motivations à l'installation : trois profils

Les entretiens montrent que les motifs de l'installation sont divers, à l'image des caractéristiques sociologiques et les trajectoires des commerçants interviewés.

Parmi les 27 interviewés (tableau¹⁴³), la grande majorité a un statut de gérant ou « patron » de commerce, trois sont employés, deux gérants de Franprix et un est en profession libérale. On compte presque autant de femmes que d'hommes et une majorité de personnes âgées de 30 à 50 ans. Les dates d'installation dans le quartier sont très diverses, elles oscillent entre 1976 et fin 2014. Six sont installés depuis plus de dix ans et onze depuis moins de ans. Sur les 27 interviewés, plus de la moitié est non diplômée, environ ¼ a un niveau CAP et brevet professionnel et ¼ a un niveau bac+2 ou plus. Sur les 22 réponses exploitables, une petite minorité est étrangère et une forte majorité est française (18), dont moins de la moitié est immigrée (7). Il y a donc une majorité de Français non immigré (certains sont des enfants d'immigrés).

Etre originaire du quartier est, pour une petite minorité, une des raisons de l'installation. Elle rend plus facile l'ouverture tardive, le fort investissement en temps passé dans la boutique et la mobilisation, assez fréquente dans ce type d'activité, de la famille. Mais seule une minorité (6) travaille et vit dans le quartier, les autres vivent ailleurs dans la commune (5) ou dans une autre commune (11). La proximité domicile/travail a été un critère de choix pour plusieurs commerçants, particulièrement pour des femmes même diplômées¹⁴⁴. Les entretiens montrent que le choix du lieu d'installation relève, au moins en

¹⁴¹ Marie Chabrol, « Continuités d'usages et maintien d'une centralité commerciale immigrée à Château Rouge (Paris) », in Les Annales de la recherche urbaine, n°108, 2013, p. 96-107.

¹⁴² Les situations décrites par ces auteurs sont très différentes de celles que nous avons observées. A Barbès par exemple, « la configuration marchande fait émerger l'image d'une ville cosmopolite, avec son anonymat et son expérience typiquement urbaine de coprésence de différences... A Barbès, des citoyens venus de partout, aux origines ethnoculturelles variées, viennent consommer dans un atmosphère de braderie permanente, à ciel ouvert ou dans des commerces souvent largement ouverts sur la rue, des marchandises soldées, bas de gamme et en vrac ». Et ce qui en fait la singularité, d'après l'auteur, c'est de fonctionner sur le principe d'une égalité fictive entre tous ou « ne revendiquant pas une appartenance locale, vendeurs et clients font de la différence ethnique, réelle ou feinte, visible ou caricaturée, la condition de leur égalité et rendent ainsi possible les relations marchandes », Emmanuelle Lallemand, Paris métropole marchande, entre singularité et uniformisation urbaine ?, Quaderni, 73 (Automne 2010), p. 65-73.

¹⁴³ Voir aussi le tableau sur les caractéristiques des commerçants interviewés en annexe du tome 1.

¹⁴⁴ La part des femmes chefs d'entreprise dans les opérations commerciales restructurées est de 21 % en 2013, Enquête Epareca transmise par l'Epareca, direction des études.

partie, d'une démarche rationnelle : appréciation de la concurrence, de l'aire de chalandise, de l'accessibilité, de l'attractivité du quartier, du coût du loyer.

Mais les arguments rationnels à l'installation sont plus ou moins développés selon le niveau de diplôme et le capital social et culturel. Pour ceux qui sont confrontés à des difficultés économiques, la rationalité de la décision semble à posteriori difficile à justifier. C'est plus souvent le cas des commerçants non artisans pour qui aucune qualification et aucun diplôme n'est requis : épiciers, primeurs, marchands de vêtements... Les dix commerçants non artisans de notre corpus sont en grande majorité non diplômés et souvent étrangers ou immigrés. Ils sont confrontés aux situations économiques les plus précaires, à des processus de « prolétarisation ». Ils sont surtout présents à la Verrière (Meaux) et sur la dalle d'Argenteuil. Pour eux l'installation est souvent liée à la saisie d'une opportunité, la possibilité d'acheter ou de louer un local à un prix intéressant, de suivre un membre de la famille ou de racheter un fonds de commerce.

A l'opposé certains commerçants et professions libérales, près du tiers, ont un niveau baccalauréat ou diplôme universitaire de bac+3 à bac+5. Ce sont en majorité des professionnels de santé, pharmaciens, kinésithérapeutes, opticiens, ou des personnes comme ce gérant de moyenne surface d'une cinquantaine d'années qui est titulaire d'un bac+5 scientifique mais a connu une trajectoire descendante. Pour eux le choix du quartier repose davantage sur une analyse objectivée de la situation : accessibilité, qualité des locaux, coût de l'immobilier, exonérations fiscales en ZFU.

Un autre tiers des entretiens (9) est composé d'artisans commerçants qui gèrent leur commerce et ont passé après le CAP un Brevet professionnel (coiffeur, boulanger, esthéticienne, boucher...). Les caractéristiques sociologiques et les raisons de l'installation de cette catégorie sont plus hétérogènes.

Contrairement à notre hypothèse initiale, la connaissance du quartier et des réseaux a rarement été la cause principale d'installation. Certains vivent d'ailleurs le fait d'être à la fois résident et commerçant comme un handicap. La trop grande proximité avec des clients qui sont aussi des voisins, des amis ou de la famille, d'éventuelles pressions sur la base de relations d'interconnaissance ou communautaires seraient des risques encourus par les résidents. Plusieurs des commerçants manifestent, en effet, une volonté de « mise à distance » du quartier.

« Je veux déménager parce que vivre et travailler dans le même quartier, c'est trop. Les gens me parlent de leur problème le week-end, ce n'est pas possible...» (Gérant d'auto-école, Val d'Argent).

« Ici je gère une équipe de 16 employés polyvalents. Six habitent Argenteuil dont 5 dans le quartier. Mais pour moi le fait d'habiter le quartier n'est pas un critère, ce qui m'intéresse c'est la motivation. Au contraire même, cela peut être délicat si le cousin ou le frère passe en caisse. Mon choix n'est pas d'embaucher systématiquement des habitants du quartier mais au contraire de mélanger pour avoir du personnel issu de différents quartiers et de différentes origines » (gérant du Franprix, Val d'Argent).

Mais là encore le vécu est différent. Certains voient comme un avantage le fait de vivre dans le quartier et d'y avoir ses réseaux.

Cette description nous conduit à interroger le point de vue de l'Epareca pour qui « être issu du quartier est la clé de la réussite pour être accepté et pour fonctionner »¹⁴⁵. Dans les polarités étudiées des commerçants qui n'habitent ni le quartier, ni la commune réussissent leur implantation. Ce cas de figure est fréquent dans les pôles reconstruits (Notre-Dame des Anges et Colbert). La démolition y a entraîné un renouvellement des commerçants et les acteurs (collectivité, bailleurs, opérateurs privés, commercialisateurs) ont contribué à

¹⁴⁵ Dans l'enquête de l'Epareca, près de deux tiers des commerçants habitent la commune où se situe leur local commercial et où parmi eux, la moitié vit dans le quartier même.

« ouvrir » les portes à des candidats connus car déjà installés dans la commune ou dans une autre commune en PRU. La démolition/reconstruction est l'opportunité d'attirer des profils plus diversifiés et d'élargir la gamme de l'offre commerciale avec un positionnement moins populaire et moins « quartier » (esthéticienne, coiffeuse, boulangère/pâtissière, primeurs). Mais ces commerçants connaissaient généralement la banlieue avant de s'installer dans le quartier et leur profil sociologique reste souvent proche de celui des habitants.

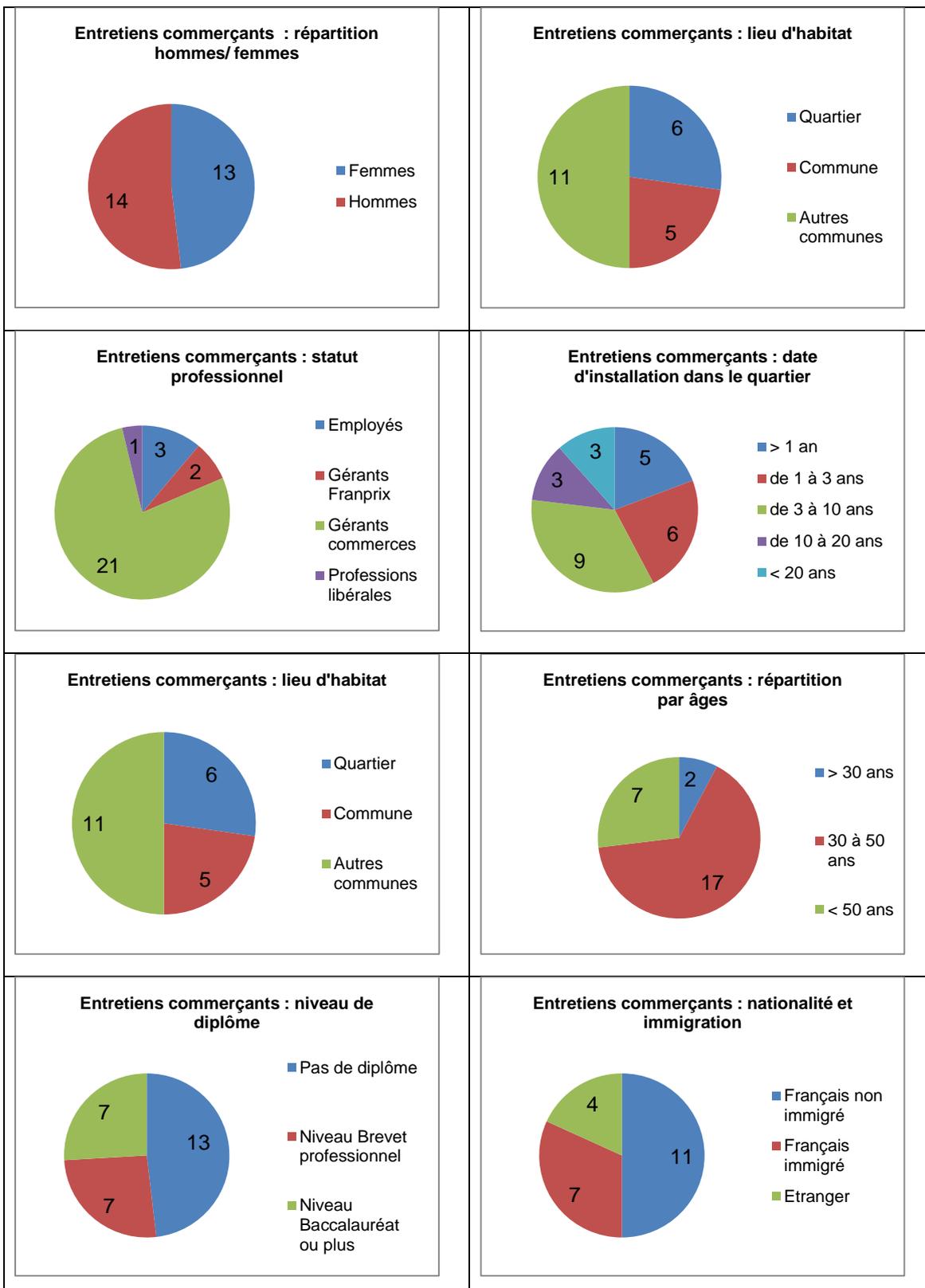
En revanche dans les polarités commerciales non rénovées et dégradées, les commerçants sont plus fortement impliqués dans des réseaux relationnels locaux et plus souvent assignés à résidence, ne serait-ce que parce qu'il leur est plus difficile de vendre le fonds de commerce.

Tableau : Principales caractéristiques des commerçants interviewés

Boutique	Sexe	Age	Date installation dans quartier	Situation professionnelle	Lieu de résidence	Niveau de diplôme	Nationalité
VAL D'ARGENT : 8 entretiens							
Traiteur	Femme	+ - 60 ans	1976	Mère du patron, plusieurs employés, 2 boutiques (dalle et centre-ville)	?	Non diplômée	Française
Epicerie / primeurs	Femme	+ - 50 ans	1993	Gérante, locataire, un employé à ½ temps	Val d'Argent	Non diplômé	Etrangère, immigrée
Coiffure femmes	Femme	+ - 40 ans	2002	Co-gérante en couple, locataire, pas d'employé	Val d'Argent	CAP et brevet professionnel	Française, immigrée
Opticien	Homme	+ - 30 ans	2007	Gérant, locataire, un employé	Hors Argenteuil	Bac + 2	Français
Epicerie/ primeurs	Homme	+ - 40 ans	2009	Gérant, locataire, pas d'employé	Hors Argenteuil	Non diplômé	?, immigré
Cabinet kinésithérapeutes	Femme	+ - 40 ans	2010	Co-gérantes et associées, locataire	Hauts de Seine	Bac + 4	Française
Auto-école	Homme	+ - 30 ans	2012	Gérant, locataire, 2 employés	Val d'Argent	Brevet et BEPECASER (brevet pour l'exercice professionnel d'enseignant)	Français, immigré
Franprix	Homme	+ - 50 ans	2011	Salarié et gérant, 16 employés	Hors Argenteuil	Bac + 4	Français, immigré
TERTRES ET CUVERONS, BAGNEUX : 1 entretien							
Pharmacie	Femme	+ - 30 ans	2013	Gérante, locataire	Massy	Bac + 6	Française
COLBERT, MEAUX : 6 entretiens							
Epicerie, petite libre surface	Homme	+ - 60 ans	1992 (centre Bargue puis centre Colbert)	Co-gérant avec son frère, locataire	Meaux, Pierre Collinet	Non diplômé	Français, immigré
Pharmacie	Homme	+ - 50 ans	2005 (centre	Co-gérant, locataire, 5 employés	Meaux, centre-ville	Bac + 6	Français

			Bargue puis Colbert)				
Boulangerie	Homme	+ - 40 ans	2008	Gérant en couple, locataire, 14 employés dont la ½ vient du quartier	?	CAP et brevet professionnel	Français
Coiffure mixte	Femme	+ - 30 ans	2008	Gérante, locataire, pas d'employé	Périurbain	CAP et brevet professionnel	Française,
Opticien	Homme	+ - 40 ans	2012	Gérant de 2 boutiques (Colbert et centre Meaux), locataire, un employé	Périurbain	Bac + 2	Français
Restauration rapide	Homme	+ - 30 ans	2012	Co-gérant, entreprise familiale, locataire	Meaux, Beauval	Non diplômé	Français
Franprix	Homme	+ - 40 ans	Depuis 2 semaines	Salarié, remplaçant du gérant, 4 employés	Autre commune	?	?
LA VERRIERE, MEAUX : 8 entretiens							
Prêt-à-porter	Homme	+ - 30 ans	2002	Gérant, locataire, 1 employé	Meaux, Beauval	Non diplômé	Etranger
Coiffure hommes	Homme	+ - 40 ans	2003	Gérant, un apprenti	Meaux	CAP et Brevet professionnel	Français, immigré
Coiffure mixte	Femme	+ - 30 ans	2005, rachète en 2010	Gérante, 6 employées (dont 2 apprentis)	Périurbain	CAP et Brevet professionnel	Française
Prêt-à-porter	Femme	+ - 40 ans	2008	Gérante, propriétaire, pas d'employé	Meaux	Non diplômée	Française, immigrée
Prêt-à-porter	Femme	+ - 40 ans	2009	Co-gérante en couple, locataire	Meaux	Non diplômée	Etrangère
Restauration rapide	Homme	+ - 60 ans	2010	Employé	Meaux	Non diplômé	Français, immigré
Boulangerie	Femme	+ - 20 ans	2014	Employée	Meaux, la Pierre Collinet	Non diplômée	Française
Mode chaussure	Femme	+ - 20 ans	2014	Employée	Rosny-sous-Bois	Non diplômée	Etrangère
NOTRE DAME DES ANGES, MONTFERMEIL : 3 entretiens							
Opticien	Homme	+ - 30 ans	2012	Gérant, locataire, 1 employé	Chelles	Bac + 2	?
Esthéticienne	Femme	+ - 30 ans	2014	Gérante, locataire, 1 employée	?	Brevet professionnel ou plus	?
Primeurs	Femme	?	2014	Couple de gérants de 2 boutiques (centre Montfermeil et NDA), locataires	?	Non diplômé	?

Graphiques. Les caractéristiques socio-économiques des commerçants
(en nombre de personnes enquêtées)



4.2. Figures de commerçants

Un des enseignements de l'enquête auprès des commerçants est la très forte diversité de leurs modes de vie et de leur situation matérielle. On peut même parler de fortes inégalités entre commerçants¹⁴⁶.

Lors des entretiens un nombre important de commerçants se sont plaints de la faible rentabilité de leur commerce et de leurs difficultés économiques. La pauvreté des clients se répercute sur les commerçants qui ont, pour une partie d'entre eux, des difficultés à « joindre les deux bouts », se retrouvent « sur le fil du rasoir » et dans une grande précarité. Alors ces commerçants précaires « se débrouillent », ils ne comptent pas leurs heures, diversifient leurs sources de revenus (livraison de colis, photocopies, retouche), adaptent leur offre à la demande, baissent leurs prix quand ils le peuvent, acceptent de faire crédit, s'appuient sur des réseaux d'entraide pour minimiser leurs coûts (par exemple pour l'approvisionnement). Mais le quotidien n'en reste pas moins difficile.

Il l'est particulièrement pour des épiceries ou pour des boutiques de mode de la Verrière qui subissent de plein fouet la concurrence (5 ou 6 boutiques de mode à la Verrière en 2014 contre 1 en 2002 et des moyennes surfaces telles que Kiabi, Babou, la Halle aux chaussures dans le retail park voisin ou Décathlon dans la zone industrielle). Malgré leurs efforts, ces boutiques n'ont à peu près aucune chance de concurrencer les moyennes et grandes surfaces à proximité. Il l'est aussi pour les épiceries qui répondent moins à la demande actuelle des habitants des quartiers qui consomment proportionnellement plus de produits frais transformables que le reste de la population¹⁴⁷. Ces commerçants, généralement non qualifiés et dont les ressources sont faibles, ont un mode de vie particulièrement précaire, précarité qui est bien une singularité du quartier.

« C'est très dur. Je travaille tous les jours pour payer mes deux loyers, celui de mon logement et celui de ma boutique. J'ouvre de 9h30 à 19h30, le lundi je vais à Paris pour m'approvisionner et je travaille le dimanche matin pour profiter de la clientèle du marché. Et je gagne très peu, mes revenus baissent chaque année » (gérante d'une boutique de mode, la Verrière).

« Ma famille est dans la confection et je me suis dit que je pouvais moi aussi réussir dans ce domaine. Je me suis installée ici un peu par hasard, j'ai acheté la boutique... Je ne pensais pas que ce serait si difficile. Le problème c'est que les gens n'ont pas les moyens. Tous ceux qui sont au RSA, les vêtements ce n'est pas une priorité pour eux » (gérante d'une boutique de mode, la Verrière).

« Avec la crise le commerce est devenu très difficile ici. Je suis obligé d'ouvrir de 6h du matin à 20h tous les jours. J'essaie aussi de baisser mes prix mais je ne peux pas toujours » (épiciers, Colbert).

« Sur la dalle, le commerce est très difficile car il y a très peu de passages. Ce sont toujours les mêmes qui sont là. Et les gens ont peu d'argent » (épiciers, Val d'Argent).

« Les ressources des gens sont faibles. Le panier moyen de la ménagère est de 7€ dans ce Franprix et dès le 16 du mois les ressources baissent. Les gens vivent beaucoup des aides sociales... J'adapte les produits, plutôt du pas cher, un peu de halal » (gérant du Franprix, Val d'Argent).

¹⁴⁶ Sur ce sujet délicat nos informations sont loin d'être exhaustives et l'on peut relever, dans certains cas, un décalage entre la teneur des entretiens et les chiffres d'affaires disponibles via la source Altares (voir tableau sur les caractéristiques des commerces en annexe du tome 2, chapitre 3). Dans le centre Anatole France à Clichy-sous-Bois, une enquête du bureau d'études Objectif Ville (2009) montre de fortes inégalités dans les chiffres d'affaires des commerçants. Contrairement à ce que l'on pourrait penser au vu de la dégradation de ce centre commercial, certains ont des chiffres d'affaires très élevés (1,2 M€ HT), d'autres très faibles (41 000 € HT). Le chiffre moyen est de 325 000 € HT, soit 3 079€ HT/m².

¹⁴⁷ Epareca (2010), transmis par l'Epareca.

Le quotidien est plus facile pour certains commerçants qui se disent globalement satisfaits de leur situation. Ce sont souvent (mais pas toujours) des professionnels de santé (pharmacie, opticien, kinésithérapeutes), des boulangers (les deux boulangeries de Notre-Dame des Anges et Colbert sont réputées pour leur qualité et attirent une clientèle au-delà du quartier), des coiffeurs, une auto-école...

« Ma boutique marche bien, le chiffre d'affaires évolue bien, j'ai une clientèle fidèle qui s'élargit. Le samedi et le dimanche matin avec le marché la boutique est pleine, vous ne trouverez pas une place pour vous asseoir » (coiffeuse, la Verrière).

« La clientèle est diversifiée, il y a des gens du quartier qui ont des revenus faibles et des gens de l'extérieur qui passent et ont davantage de revenus. Tout va bien ici, je suis très content, et c'est en partie grâce à notre ami boulanger qui attire une clientèle importante » (opticien, Notre-Dame des Anges).

Certains commerçants jouent, par ailleurs, un rôle de « locomotive » au sens où ils attirent une clientèle importante dont bénéficient l'ensemble des commerçants du pôle. Traditionnellement ce sont les moyennes surfaces alimentaires qui jouent ce rôle de locomotive. Dans les faits ces magasins sont confrontés à de nombreux problèmes (faible pouvoir d'achat, faiblesse du panier moyen de la ménagère (7€ en moyenne à Argenteuil et à Colbert), insécurité réelle et perçue). Gérés non plus directement par les groupes de distribution mais par des indépendants affiliés ou franchisés, ils ne jouent plus leur rôle de locomotive. D'autres commerces de taille plus restreinte jouent ce rôle de locomotive. Leur plus-value est dans la qualité et le choix des produits vendus, dans l'adaptation de l'offre à la demande, dans le service à la clientèle. Mais nous n'avons pas identifié d'innovations majeures dans les services aux habitants ou les modes de commercialisation.

« Ici on offre une large gamme de montures avec de l'entrée de gamme au prix le plus bas. On s'adapte car il y a environ 30 % de la clientèle qui est en CMU. On propose aussi des services plus techniques, plus pointus, plus coûteux et on travaille en réseau avec les ophtalmologues » (opticien, Notre-Dame des Anges).

« Dans ce quartier il n'y avait pas de cabinet de kiné tenu par des femmes. Or, dans un quartier où vivent beaucoup de musulmans, être une femme est un avantage, surtout que l'on s'est spécialisé en neuro-gynécologie. Et ensuite ce sont les maris qui viennent » (kinés, Val d'Argent).

La qualité de l'accueil diffère. Certains commerçants sont « socialement morts »¹⁴⁸, d'autres, souvent en raison de la personnalité du commerçant, jouent un rôle de sociabilité locale, sont des vecteurs de communication entre clients et peuvent aller jusqu'à « donner du sens à la rue »¹⁴⁹. Certains commerçants ont aussi un rôle social : ce sont souvent les pharmaciens (aide pour les papiers, conseils...) ou certains commerçants qui acceptent de faire crédit.

¹⁴⁸ L'expression est de Daniel Miller, « Une rue du nord de Londres », in *Ethnologie française*, 2005/2, vol. 25, p. 17/26.

¹⁴⁹ D. Miller, *op. cit.*

4.3. Avantages et inconvénients du quartier pour les commerçants

Quels sont les avantages et inconvénients à travailler dans un quartier populaire en rénovation urbaine et dans un pôle mixte ? Les points de vue sont très différents selon que les commerçants sont implantés dans un pôle mixte reconstruit (NDA et Colbert), restructuré en profondeur (la dalle) ou rénové (la Verrière).

Avantages du quartier

Le premier avantage est celui du coût attractif de l'offre immobilière, les loyers étant inférieurs à ce qu'ils sont dans d'autres quartiers. Le coût du loyer est souvent cité comme une des raisons, parmi d'autres de l'installation dans le quartier. Dans les sites neufs, les acteurs publics mettent généralement en place une politique de loyers spécifiques, inférieure au prix du marché et progressive pour faciliter l'installation. La rénovation peut aussi conduire, ce que déplorent certains commerçants installés de longue date, une augmentation du loyer.

« Je ne pensais pas qu'il y aurait une telle augmentation de loyers. Si c'était à refaire, je ne le referais pas » (épicière, Colbert).

L'autre avantage, dans les pôles mixtes reconstruits, est de bénéficier d'une offre immobilière de qualité. L'offre immobilière apparemment vétuste est appréciée à la Verrière en raison d'un rapport qualité/prix jugé favorable et de son caractère fonctionnel.

Les exonérations liées à l'implantation en ZFU ont parfois été un argument. Elles sont généralement davantage perçues comme un « plus » que comme un facteur décisif.

L'accessibilité et la visibilité des commerces sont aussi appréciées dans 3 des 4 pôles étudiés. L'argument central est la facilité d'accès en voiture et l'offre gratuite de stationnement.

« Les atouts du centre la Verrière sont nombreux. Il y a d'abord la localisation sur des flux routiers, à proximité de la zone d'activité, de l'entrée de ville, de nombreux bureaux. Il y a aussi le parking d'Auchan qui est gratuit. En plus ma boutique est grande (90 m²), et a un accès direct à un parking souterrain pour ma voiture. Et j'ajouterais qu'il y a beaucoup de services ici, des services de santé notamment et que c'est très calme. Cela fait beaucoup d'avantages » (coiffeuse, la Verrière).

A contrario les problèmes d'accessibilité pour les clients et les livraisons sont soulignés de façon récurrente par les commerçants de la dalle d'Argenteuil.

D'une façon générale les commerçants et professions libérales apprécient les changements apportés par le PRU : amélioration de l'image, restructuration urbaine, diversification du peuplement réalisée (Colbert) ou à venir (NDA).

L'implication politique et technique des acteurs, collectivité locale et opérateurs privés ou publics, est aussi un élément important. Dans 2 des 4 sites cette implication est soulignée et très appréciée. *A contrario* elle est perçue comme faisant défaut à Argenteuil et dans le centre de la Verrière à Meaux.

Les avantages du quartier sont aussi, pour presque tous les interviewés, la « bonne ambiance » du quartier, une convivialité et une forme de « gentillesse » des gens. C'est un élément important de l'appréciation du quartier dans 3 sites sur 4 (c'est moins souvent le cas à la Verrière où le vécu est plus contrasté) où commerçants et professions libérales sont immergés dans le quartier en contact fréquent avec les habitants. Certains nouent des relations dans lesquelles la dimension affective est présente, soit parce que le métier s'y prête (professionnels de santé), soit en raison de l'ancienneté de l'installation dans le quartier, soit en raison des réseaux interpersonnels.

« Je me sens bien ici. J'ai fait ma clientèle... Je mange dans ma boutique, mes enfants qui sont au collège à côté viennent déjeuner avec moi dans la boutique. Le salon est un lieu où les femmes passent, dire bonjour, bavarder, amener des gâteaux et boire le thé. Les gens me connaissent on se connaît tous ici. Ils viennent sans rendez-vous, je suis toujours là (rires)... Je pense que la seule boutique qui reste comme ça dans le quartier c'est mon salon » (coiffeuse, Val d'Argent).

La diversité de composition sociale du quartier et des trajectoires de vie des habitants (importance de l'immigration, diversité culturelle, religieuse, dans le rapport au travail) contribue aussi pour les commerçants interviewés à une singularité du quartier.

« Le point positif c'est que les gens sont très gentils ici : ils aiment les rapports simples, ils se connaissent et ils ont envie de nous connaître. Certains nous font la bise, appellent pour prendre des nouvelles si ma collègue ou moi sommes absentes. En fait ils cherchent à nous aider, d'une certaine manière ils sont protecteurs avec nous. L'autre jour le volet du cabinet était mal fermé et un patient nous a appelé pour nous prévenir » (kinés, Val d'Argent).

« Ici tout le monde se connaît. Ce sont toujours les mêmes qui passent, qui achètent. Les gens se connaissent et nous connaissent » (épicière, Val d'Argent)

Inconvénients du quartier

Là encore, les points de vue diffèrent selon les polarités et les commerçants.

Les commerçants qui arrivent de l'extérieur et se sont récemment installés dans le quartier étaient soucieux de l'effet de son image négative sur leur clientèle et parfois inquiets pour leur propre sécurité. Ceux que nous avons interviewés sont aujourd'hui rassurés et trouvent le quartier tranquille. En revanche rassurer la clientèle est plus délicat et peut prendre plus de temps. C'est l'attachement au commerçant et au commerce qui, dans plusieurs cas, conduit la clientèle à dépasser ses réticences. Par exemple, l'esthéticienne de Notre-Dame des Anges a fidélisé sa clientèle de Gagny, Franceville et du Raincy qui l'a suivi à Montfermeil.

Dans les 4 sites, les questions de sécurité entendues au sens large (dégradations, violences physiques et verbales, paiements frauduleux, attroupements, cambriolages, vols à mains armées...) ne sont pas apparues comme un problème majeur sauf exceptions¹⁵⁰. L'exception concerne certains commerces de la dalle d'Argenteuil (Franprix, tabac PMU), comme en témoigne aussi la lecture de la presse locale¹⁵¹. Et pourtant les autres commerçants de la dalle d'Argenteuil interviewés se sentent très majoritairement en sécurité.

« Je n'ai pas peur, même quand je rentre tard seule et même si j'ai déjà été victime d'un vol. Les jeunes me connaissent, ils me respectent » (coiffeuse, Argenteuil).

Des dysfonctionnements sont pourtant relevés par certains qui déplorent des pratiques de vente à la sauvette les jours de marché, des « incivilités » ou de « mauvaises fréquentations » du quartier (jeunes qui stationnent devant des commerces, tags, vente de drogue). L'absence de régulation, en dépit de la présence d'une annexe du commissariat, est soulignée sur la dalle d'Argenteuil et à la Verrière.

Etre commerçant dans un quartier en rénovation urbaine c'est vivre plusieurs années dans un quartier en travaux, subir des nuisances liées au chantier. Les démolitions contribuent aussi à une baisse de la population qui, même si elle est provisoire, a un impact négatif sur

¹⁵⁰ A l'échelle de la région, il y a eu en 2012, un total de 833 vols à main armée et 7 529 cambriolages. D'après les chiffres de la CCIP, il n'y a pas d'augmentation des agressions depuis 2007 mais celles-ci deviendraient plus violentes. Les situations sont aussi très différentes d'un quartier en politique de la ville à l'autre. CCIP, Commerçants et insécurité : comment faire ? 20 propositions, rapport de M. Benezet, 16 mai 2013.

¹⁵¹ Le Parisien.

leur chiffre d'affaires. D'après l'Epareca la mise en œuvre du PRU impacte fortement le marché potentiel pour les commerçants¹⁵².

L'impact du projet de rénovation urbaine est perçu négativement par ceux qui ont subi une longue période de travaux, comme la pharmacienne aux Tertres et Cuverons ou le gérant du Mac Do à Clichy-sous-Bois.

Les démolitions ont aussi entraîné un changement de population regretté par les plus anciens qui y ont perdu une partie de leur clientèle, même s'ils apprécient la transformation physique du quartier. C'est aussi le départ des anciens commerçants et leur remplacement qui est parfois souligné et déploré par les « anciens ».

« Avant il y avait une grande diversité de commerces, qui ont été remplacés par des boucheries halal et de la restauration rapide » (coiffeur, la Verrière).

Un des problèmes est aussi, dans certains sites, le manque de continuité de la politique commerciale. Les commerçants sont très sensibles à l'offre commerciale, qui est un élément décisif pour l'attractivité du pôle. A Argenteuil et à la Verrière à Meaux, ils sont critiques sur la qualité insuffisante de certains commerces (horaires irréguliers, fermeture fréquente, manque d'harmonisation des horaires, manque de mise en valeur des produits et du local) et sur le manque de professionnalisme dans la gestion de l'offre commerciale. Ils pointent aussi un manque d'écoute de la part de la maîtrise d'ouvrage du projet et/ou des élus de quartier.

« La ville ne fait rien pour dynamiser le commerce sur la dalle. Il y a des cellules vides depuis des années... Les décisions sont incompréhensibles. Avec les commerçants il n'y a aucune information, aucune réunion, aucune consultation. Rien. Je déconseille à quiconque de venir s'installer ici » (opticien, Val d'Argent).

« Il y a eu le départ des bureaux de la sécurité sociale qui a beaucoup limité les flux de clientèle. Avant les gens venaient déposer leur feuille de sécu et achetaient. Aujourd'hui on ferme beaucoup plus tôt. Et ils ont fait des travaux il y a un an mais rien ne se passe. Beaucoup de commerces sont fermés. Au bout de la rue, il y a une boutique de transfert d'argent, il dit qu'il va être expulsé mais il est toujours là. Et il est fermé la moitié du temps. Il n'y a pas de gestion de l'offre commerciale ce qui est un vrai handicap pour vendre son fonds de commerce » (rôtisserie, Argenteuil).

La nécessité d'une animation de la politique commerciale et d'une coordination des acteurs est aujourd'hui pointée comme un des éléments de réussite d'un projet par l'Epareca. La création d'un poste de chargé de mission commerce et artisanat est une manière d'y contribuer, à condition qu'il travaille en faveur des Zus et pas uniquement du centre-ville comme cela est souvent le cas. Les missions du manager commerce en charge du développement économique créé en 2006 par la ville de Montfermeil sont d'assurer la promotion et l'animation du cœur de ville et de gérer les relations entre les commerçants et l'espace public.

Construire du collectif

L'investissement dans les réseaux professionnels est aussi très divers.

D'une façon générale le modèle classique de l'association de commerçants avec adhésion individuelle et soutien de la collectivité peine à fonctionner. La seule association de commerçants en fonctionnement est celle de la place Colbert à Meaux. Elle fonctionne tant bien que mal grâce à l'investissement de sa présidente et réalise des animations (concert, marché de Noël)¹⁵³. Les associations de la Verrière et de la dalle à Argenteuil sont en sommeil faute d'implication collective. La situation peut être résumée par la déclaration

¹⁵² 100 logements représentent 40 à 50K€ de CA pour un commerçant. Données transmises par l'Epareca.

¹⁵³ L'association bénéficie de l'appui de la mairie et de l'espace Caravelle.

laconique d'un commerçant du quartier de la Noue Caillet à Bondy : « l'association n'a pas été dissoute mais je n'ai plus d'adhérent. Je suis l'unique représentant »¹⁵⁴.

Parmi les raisons avancées dans les entretiens ont été mentionnés les relations de rivalité et concurrence entre commerçants. Le manque de disponibilité pour s'impliquer dans des actions collectives, une défiance vis-à-vis de ceux qui pourraient « profiter de l'investissement sans s'investir eux-mêmes » ou vis-à-vis des organisations collectives (« ça ne sert à rien»). La majorité se dit toutefois intéressée et regrette l'absence d'associations dynamiques.

Pourtant d'autres formes de relations moins institutionnalisées, bilatérales ou collectives, sont observables dans les lieux où les commerçants ont eu le temps de se connaître. Elles se traduisent par de l'entraide et des solidarités, nous avons pu en relever certains exemples sans pouvoir en identifier l'ampleur. Les relations passent aussi par les rumeurs, souvent colportées par les commerçants, et par des conflits ou tensions. Les réseaux et la solidarité sont aussi fondés sur une même appartenance culturelle, religieuse, géographique, pour l'embauche, le crédit ou la logistique... ou professionnelle.

¹⁵⁴ Marine Zylbersztejn, Le commerce de proximité en ZFU, mémoire de master de l'IFU, sous la direction de Emre Korsu, 2014.

Conclusion

Cette étude traite de la mixité fonctionnelle dans les quartiers en rénovation urbaine au travers d'un bilan transversal puis sous l'angle de l'apport des commerces.

Le commerce contribue à une mixité fonctionnelle que nous avons qualifiée de résidentielle car elle est fortement liée à l'habitat et s'appuie sur les revenus des résidents et sur des arguments principalement urbains et sociaux. Elle répond aux attentes de proximité et de services des habitants. Dans les pôles mixtes étudiés elle repose sur une offre commerciale, de services et d'équipements, dont la combinaison génère des flux et participe à l'animation du quartier. L'étude montre que le commerce est potentiellement un levier efficace de transformation urbaine et qu'il peut contribuer, sous conditions dont celle d'accessibilité, à renforcer ou à créer les polarités et à changer l'image du quartier. Dans les trois gros quartiers observés l'intervention s'est déroulée sur une vingtaine d'années et appuyée sur le PRU et sur des dispositifs antérieurs (GPU, GPV, ZFU). Elle a rendu possible des interventions souvent lourdes et complexes sur des pôles commerciaux existants (démolitions/reconstructions ou restructurations), interventions qui n'auraient pas été possibles sans subvention publique et sans l'apport d'une ingénierie qualifiée. Elle s'est appuyée sur une analyse de la concurrence commerciale alentours, ce qui est un acquis récent dans l'urbanisme commercial des grands ensembles.

L'observation confirme les « fondamentaux du commerce » soulignés par les professionnels du commerce : rôle fondamental de l'accessibilité (d'abord par rapport aux flux automobiles), de la visibilité, de la lisibilité de l'organisation urbaine, d'une bonne adéquation entre la taille de l'offre du quartier et de son environnement. Les études de cas décrivent des pôles de proximité appréciés par les usagers et les commerçants (Colbert à Meaux et Notre-Dame des Anges à Montfermeil). La situation est plus difficile à Val d'Argent nord, principalement en raison des contraintes de la dalle qui limitent les flux et « invisibilisent » les commerces, et à la Verrière en raison d'un environnement très concurrentiel, d'une offre mal adaptée et d'un urbanisme obsolète. Ces dysfonctionnements et la complexité de ces opérations appellent à diffuser, au-delà du cercle restreint des experts de l'urbanisme commercial, les facteurs de réussite de ces opérations.

Les études de cas montrent l'apport de la démolition/reconstruction du pôle : reconstruire donne aux acteurs carte blanche en matière de localisation, d'organisation urbaine, de programmation des commerces et facilite le changement d'image. La gestion des locaux commerciaux et des espaces (propreté, signalétique, sécurité) sont aussi importantes. L'importance de la qualité de l'offre commerciale et des compétences des commerçants (rapport qualité/prix, adaptation à la demande, qualité relationnelle) sont mises en évidence. Ces facteurs sont insuffisamment pris en compte par les acteurs publics. De même les commerces dans les pôles génèrent de l'emploi et ce facteur est peu valorisé par les acteurs.

L'étude, fondée sur une trentaine d'entretiens avec des commerçants, souligne l'hétérogénéité des trajectoires, des motivations à l'installation et des situations socio-économiques des commerçants. Les inégalités entre commerçants d'un pôle sont fortes, certains sont confrontés à de graves difficultés économiques. Les répartitions des ressources culturelles est sociales sont aussi très inégales. Elles sont importantes chez les professionnels de la santé dotés en capital scolaire, différentes, moindres mais néanmoins importantes chez les artisans commerçants dotés en savoir-faire spécifiques et en investissements en matériel, et faibles pour la plupart des commerçants non artisans qui n'ont aucun capital scolaire, pas de savoir-faire technique et peu de capital initial. Ils sont plus souvent étrangers ou immigrés et « sur le fil du rasoir » sur le plan économique.

Dans les sites étudiés, les élus se sont impliqués dans la programmation des pôles sur le volet équipements et commerces et s'intéressent généralement à la commercialisation des cellules et au choix des commerçants. L'enjeu est souvent de répondre à la montée en

gamme attendue de la diversification des logements par celle des commerces. Cela suppose d'agir de façon simultanée sur la forme urbaine, le montage juridique et l'offre commerciale afin de mettre aux normes et de banaliser un commerce jugé trop « spécialisé ». La « spécialisation » désigne ici non le profil socio-économique du commerçant mais la nature de l'offre commerciale, l'objectif étant d'éviter la multiplication des « kebabs » et de favoriser l'installation de commerces « valorisants » et économiquement dynamiques.

Cette volonté se heurte néanmoins à plusieurs difficultés liées aux spécificités socio-économiques des quartiers et de l'intervention publique dans ces territoires :

- Temporelles, tout d'abord : le temps du projet urbain est long, les incertitudes sur la programmation et l'évolution du peuplement d'ici 5 à 10 ans sont fortes et la prospective en matière commerciale est risquée voire illusoire sur cette échelle de temps. De plus les commerçants qui s'installent ont besoin d'une rentabilité rapide, qui n'est pas au rendez-vous durant les travaux qui ont, au contraire, un impact négatif sur les chiffres d'affaires.
- Economiques, ensuite : les élus, souvent volontaristes sur l'enjeu commercial, souhaitent implanter des commerces et services pour répondre aux attentes des habitants mais les bilans montrent que les échecs sont nombreux (vacance, fermeture...), y compris dans des pôles réhabilités par l'Epareca. Les conditions de vie d'une partie des commerçants sont par ailleurs très précaires et il est difficile d'attirer des grandes enseignes dans ces quartiers. Dans les sites étudiés les commerces de proximité sont soutenus par les pouvoirs publics, au moins durant les premières années, *via* une politique de loyers inférieure au prix du marché et progressive. Dans de nombreux cas, ce soutien est indispensable. Il peut être amené à se prolonger si la situation économique ne s'améliore pas, ce qui est le cas au Val d'Argent nord à Argenteuil.
- Sociologiques enfin : le commerce doit s'adapter aux besoins et attentes des résidents. Or celles-ci sont en partie contradictoires avec l'objectif de « banalisation ». Faut-il par exemple éviter les boucheries halal qui répondent aux attentes, ont un chiffre d'affaires souvent important et une zone de chalandise étendue ? Faut-il accepter, après une longue période de vacance, la candidature à la reprise d'une moyenne surface alimentaire d'un indépendant dont le montage financier est fiable mais qui souhaite proposer une offre alimentaire halal et sans alcool ? S'il y a consensus pour éviter la restauration rapide et les kebabs parmi les élus et les professionnels, il n'y en a pas sur ces choix qui font débat et concernent des sujets politiquement sensibles.

Si l'étude note des avancées et une professionnalisation sur le montage d'opérations commerciales dans les quartiers, elle souligne un manque de cohérence entre les interventions publiques menées sur le territoire entre l'agglomération et la commune et, au sein même de la commune, entre le centre-ville et les polarités de quartier. Cela génère des effets de concurrence dont pâtissent toujours les polarités de quartiers. Ce constat appelle à une meilleure coordination qui pourrait passer, mais pas uniquement, par une prise en charge de l'enjeu commercial, aujourd'hui de compétence communale, par l'échelle supra-communale.

L'étude met aussi en évidence un accompagnement insuffisant des commerçants dans la durée. Celui-ci est d'autant plus important que les objectifs en matière de développement économique vont être renforcés dans le NPNRU et que les commerçants auront des leviers renforcés. En effet le dispositif d'exonération fiscale créé par la loi de finances 2015 (création de territoires entrepreneurs) doit « appuyer une stratégie de développement économique globale inscrite dans le contrat de ville » et les commerces de proximité installés dans les 272 quartiers prioritaires de la politique de la ville d'Ile-de-France (QPV) bénéficient d'une exonération portant sur les impôts locaux.

En matière de soutien individuel aux commerçants, différentes actions sont portées par les collectivités et les chambres des métiers (chambres de commerce et d'industrie, chambre des métiers de l'artisanat) mais mériteraient d'être développées davantage :

- formation, information et orientation des porteurs de projets, sur leur choix de commerce, de lieu d'implantation, et dans la phase de démarrage qui est une période de grande fragilité ;
- accompagnement technique (business plan, etc.), recherche d'investisseurs ;
- accompagnement vers la retraite et la recherche de repreneurs.

La création d'un observatoire des locaux commerciaux et artisanaux par territoire (disponibilité, offre, demande) serait aussi utile.

L'accompagnement collectif et la mise en réseau des commerçants sont aussi importants notamment sur des enjeux communs (la sécurité). Ils pourraient être développés via la création de lieux de coopération (par exemple participation de commerçants au club des entrepreneurs lorsqu'ils existent) et la « montée en régime » de métiers tels que les chargés de mission commerce et artisanat.

Ces pistes cherchent à développer les ressources économiques, sociales et culturelles du territoire et à accompagner les projets de développement économique portés par les résidents, souvent peu diplômés, immigrés et faiblement dotés en capital économique et social. Pour les acteurs un des enjeux est de passer d'une logique d'action publique à une logique d'action collective intégrant acteurs privés et publics dans la coproduction de la mixité fonctionnelle.

Bibliographie

Gérard ALTHABE : « Promotion symbolique et logiques sociales » in *Urbanisme et réhabilitation symbolique : Ivry, Boulogne, Amiens*, Anthropos, Paris, 1984

ANRU : « *Consolider la dimension économique des territoires en rénovation urbaine* » 2013

Jean-Yves AUTHIER, Marie-Hélène BACQUE, France GUERIN-PACE (sous la dir. de) : « *Le quartier. Enjeux scientifiques, actions politiques et pratiques sociales* », La Découverte, Paris, 2006.

Dalila BERBAGUI : « Commerce et petite entreprise étrangère dans la ville (1980-2002) », in *Ethnologie française*, vol 35, P. 109/115, 2005/1

Sylvie BREDELOUP : « A propos des centralités immigrées », in *Rives nord-méditerranéennes* (en ligne), 26, 2007, mis en ligne le 05/12/2012.

Michel BONETTI et al. « *Evaluation de la qualité urbaine de dix projets de rénovation urbaine. Synthèse* », CSTB, 2011

Marie CHABROL : « Continuités d'usages et maintien d'une centralité commerciale immigrée à Château-Rouge (Paris) », in *Les Annales de la recherche urbaine* « *Figures nouvelles, figures anciennes du commerce en ville* », n°108, PUCA, octobre 2013.

Chambre de commerce et d'industrie de Paris : « *L'action économique moteur de la politique de la ville* », La documentation Française, Paris, 2008

Comité d'évaluation et de suivi de l'ANRU :

- « Mon quartier a changé. Ce que disent les habitants de la rénovation urbaine », La documentation Française, Paris, 2014.
- « *Des quartiers comme les autres ? La banalisation urbaine des grands ensembles en question* », Barbara ALLEN et Michel BONETTI, La documentation Française, Paris, 2013.
- « *Les quartiers en mouvement. Pour un acte 2 de la rénovation urbaine* », La documentation Française, 2011

Cour des comptes : « *La politique de la ville, une décennie de réformes. Rapport public thématique* », juillet 2012.

Carole DELAPORTE, Christine TARQUIS : « *Surproduction de surfaces commerciales. Vers une bulle immobilière* », Note rapide IAU-îdf n° 635, décembre 2013.

Carole DELAPORTE, François MOHRT, Nadia BAYAN : « *Les enjeux métropolitains du commerce de l'agglomération parisienne* », APUR, IAU-îdf, Mairie de Paris, août 2012

Gaëlle DEQUIREZ : « Processus d'appropriation et luttes de représentation dans le little Jaffna parisien », in *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 26, p.95/111, 2010/2

Arnaud GASNIER et Nathalie LEMARCHAND (sous la direction de) : « *Le commerce dans tous ses états. Espaces marchands et enjeux de société* », Presses Universitaires de Rennes, 2014.

Arnaud GASNIER (sous la direction de) : « *Commerce et ville ou commerce sans la ville ? Production urbaine, stratégies entrepreneuriales et politiques territoriales de développement durable* », Presses Universitaires de Rennes, 2010.

Brigitte GUIGOU : « Commerces et insécurité. Les incertitudes de l'action publique, in *les Cahiers*, IAU-îdf, n°155, p. 77/79, juin 2010.

Brigitte GUIGOU, Carole DELAPORTE, Catherine MANGENEY, Martin HERVOUET: « *La mixité fonctionnelle dans les quartiers en rénovation urbaine. Tome 1 et 2* », Contrat réalisé par l'IAU-îdf pour le CES de l'ANRU, 2009.

Brigitte GUIGOU, Estelle KESSELER : « *Les habitants des Zones urbaines sensibles d'Île-de-France et leur quartier. Résultats d'une enquête auprès de 2420 habitants* », IAURIF, 2005.

Jean-Pierre HASSOUN : « Moderniser « l'ethnique » pour développer l'urbain. La venue d'une industrie de la feuille de brick dans une ville de banlieue », in *Genèses*, n°76, p. 542/75, 2009/3.

IAU-îdf : « Equipements et services : la métropole au quotidien », *les Cahiers*, n°157, janvier 2011

Instance d'évaluation de la politique de la ville en Île-de-France : « *Dossier thématique. Aide à la requalification des centres commerciaux* », Préfecture d'Île-de-France et Conseil Régional d'Île-de-France, ronéo, février 1999

Yves JANVIER : « *Economie résidentielle et cohésion sociale* », *Demain la Ville*, dossier n°1, DIV, mars 2008.

Christine LELEVRIER, Christophe NOYE : « *Diversification de l'habitat, diversification fonctionnelle dans les opérations de rénovation urbaine en Île-de-France* », DREIF, 2009.

Christine LELEVRIER et Brigitte GUIGOU : « Les incertitudes de la résidentialisation. Transformations des espaces et régulations des usages » in *La société des voisins*, Bernard HAUMONT, Alain MOREL (sous la dir. de), éd de la MSH, Paris, p.93/108, 2005.

Christine LELEVRIER et Brigitte GUIGOU : « *La « résidentialisation. Genèse, références et effets attendus d'une pratique d'aménagement* », tome 1 et 2, Réponse à l'appel d'offres du Ministère de la Culture et de la Communication, CRETEIL, IAURIF, juin 2004

Pascal MADRY :

- « Le commerce est entré dans sa bulle », in *Etudes Foncières*, n°151, mai-juin 2011, p. 12/ 16
- « La mixité sociale facteur de risque économique », in *Etudes Foncières*, n°127, p. 17/19, mai-juin 2007.

- « Pas de quartier pour le commerce », in *POUR*, n°189, GREP, mars 2006

Emmanuel MA MUNG :

- « Le prolétaire, le commerçant et la diaspora », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 2009 (25), p. 97/118
- « L'expansion du commerce ethnique : Asiatiques et Maghrébins dans la région parisienne », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol 8, n°1, 1992, p. 39/59

Olivier MANDON : « *Tableau de bord des ZFU en Île-de-France. Rapport d'activité* », IAU-îdF, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012.

Catherine MANGENEY : « *Les polarités d'équipements et de services en Île-de-France* », IAU-îdf, juin 2014

Daniel MILLER : « *Une rue du nord de Londres et ses magasins : imaginaire et usages* », in *Ethnologie Française*, vol. 35, p. 17/26, 2005/1

Lamia MISSAOUI, Alain TARRIUS : « *Villes et migrants, du lieu-monde au lieu-passage* », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol 22, n°2, pp. 43-66, 2006.

Observatoire National des ZUS (ONZUS) : « *Rapports 2009, 2011, 2012* », éd du CIV, 2009, 2011, 2012.

Virginie PICON-LEFEBVRE (sous la dir. de) : « *Les espaces publics modernes. Situations et propositions* », Le Moniteur, Paris, 1997

Profession Banlieue :

- « *Les commerces de proximité dans les quartiers* », Les Cahiers, Cycle de qualification 10, 17 et 24 juin 2011
- « *La gestion urbaine de proximité. Un facteur de réussite pour les PRU* », Les Cahiers, Cycle de qualification 11, 18 et 25 juin 2010

Anne RAULIN : « *Minorités urbaines : des mutations conceptuelles en anthropologie* », in *Revue européenne des migrations internationales*, vol.25, p. 33/51, 2009/3

Richard SENNETT : « *Les tyrannies de l'intimité* », Seuil, Paris, 1979

Jean SOUMAGNE et al: « *Retail planning for cities in sustainability. Aménagement commercial des villes durables* », rapport final pour le PUCA, décembre 2010

Alain TARRIUS :

- « *Economies souterraines. Le comptoir maghrébin de Marseille. Arabes de France dans l'économie mondiale souterraine* », La Tour d'Aigues, l'Aube, 1996
- « *La mondialisation par le bas. Les nouveaux nomades de l'économie souterraine* », La Tour d'Aigues, l'Aube, 2002.

J.C. TOUBON, K. MESSAMAH : « *Centralité immigrée : le quartier de la Goutte d'Or. Dynamique d'un espace pluriethnique : succession, compétition, cohabitation* », Paris, 1990.

Bertrand VALLET (coord) : « *Qualité et sureté des espaces urbains* », n°2, 3, avril et juin 2011

Isabelle VAN DE WALLE, Heykel BOUAZZA, Anne DUJIN, Armelle ROBIN : « *Etat, collectivités territoriales et entreprises face à la mixité fonctionnelle : l'exemple de l'agglomération nantaise* », CREDOC, Paris, 2007.

Marine ZYLBERSZTEJN : « *Le commerce de proximité et Zone Franche Urbaine* », sous la direction de Emre Korsu, Mémoire de Master Urbanisme, Aménagement, Transports de l'IFU-UPEM, 2013/2014

Glossaire

ANRU : agence nationale de rénovation urbaine

CAF : caisse d'allocations familiales

CC : centre commercial

CES de l'ANRU : comité d'évaluation et de suivi de l'ANRU

CCI : chambre de commerces et d'industries

CLSPD : contrat local de sécurité et de prévention de la délinquance

CUCS : contrat urbain de cohésion sociale

DGI : direction générale des impôts

DUP : déclaration d'utilité publique

EPARECA : établissement public d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux

EPCI : établissement public de coopération intercommunale

FISAC : fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce

GPU : grand projet urbain

GPV : grand projet de ville

GUP : gestion urbaine de proximité

HQE : haute qualité environnementale

ORU : opération de rénovation urbaine

MO : maîtrise d'ouvrage

MOUS : maîtrise d'œuvre urbaine et sociale

ONZUS : observatoire national des zones urbaines sensibles

PF : potentiel financier

PLF : projet loi de finances

PLU : plan local d'urbanisme

PNRU : programme national de rénovation urbaine

PST : projet social de territoire

RDC : rez-de-chaussée

RG : règlement général

RGP : recensement général de population

RU : rénovation urbaine

SCOT : schéma de cohérence territoriale

SEM : société d'économie mixte

SHON : surface hors œuvre nette

SIG : système d'information géographique

SRU : solidarité et renouvellement urbain

TLE : taxe locale d'équipement

ZAC : zone d'aménagement concerté

ZAE : zone d'activité économique

ZFU : zone franche urbaine

ZUS : zone urbaine sensible

Annexes tome 1

1. Liste des entretiens acteurs (hors commerçants)

Argenteuil

Entretiens 2009

- Pierre Lemonier, directeur du GIP du GPV d'Argenteuil
- Samir Ghalib, directeur adjoint du GIP du GPV d'Argenteuil.

Entretiens 2013/2014

- Anne Golletto, direction du développement économique, « Pole économie, emploi, insertion » de la CAAB, 26/07/2014
- Anais Kot, chargée de mission aménagement à la mairie d'Argenteuil, 07/11/2014
- Laurence Pannetier-Dugousset, directrice du développement économique de la CAAB, 08/09/2014
- Thérèse Perol, DGA Aménagement à la ville d'Argenteuil, 22/01/2015
- Médiathèque Robert Desnos, responsable et bibliothécaire, 01/10/2014
- L'association de prévention de la délinquance, Le Valdocco, 01/10/2014

Bagneux

Entretiens 2009

- Thierry Rabjeau, Directeur de l'ORU de Bagneux
- Sonia Hassaïm, directrice du service développement économique de la CA Sud de Seine
- Jean-Marie Loncle, ADIB
- JP. Conan, direction générale des services de la ville, Directeur général adjoint
- JL Pinard, directeur du centre social et culturel
- C. Lassere, directeur de la régie de quartier

Entretiens 2013/2014

- Alexandre Tournés, Directeur de l'ORU de Bagneux, 16/10/2013

Clichy-sous-Bois / Montfermeil

Entretiens 2009

- Philippe Hermet, Directeur de projet, PRU de Clichy/Montfermeil
- Sylvie Masuero, Directrice générale adjointe, Ville de Montfermeil
- Caroline Valdes, Chef de projet territorial Montfermeil, PRU de Clichy/Montfermeil
- Pascale Szpiro, Chef de projet Contrat de Ville, Ville de Clichy-sous-Bois.

Entretiens 2013/2014

- Julien Aumand, Responsable Développement Economique, CACM, janvier 2014, mai 2015 (par téléphone)

- Marc Ratsimba, Directeur général adjoint chargé du renouvellement urbain à la CA Clichy/Montfermeil et chargé du développement local à Clichy-sous-Bois, 19/02/2015 (par téléphone)
- Elizabeth Gavrilovic, chef de projet territorial Clichy-sous-Bois, PRU de Clichy/Montfermeil, janvier 2014
- Elsa Vergnaud, chargé de Mission, département aménagement, Ville de Clichy-sous-Bois, 03/12/2014
- Brunelle Kingbo, chargée de mission animation, développement commercial, économie sociale et solidaire, ville de Clichy, 22/01/2015 (par téléphone)
- Gwenaëlle Brugger, mission commerce et artisanat, Montfermeil, 22/01/2015 (par téléphone)
- Laurent Bécard, urbaniste coordonateur, 29/01/2015
- Patrick ROULIN, Directeur Département Commerces et Locaux Professionnels, Immobilière 3F, 13/02/14
- François Pellegeayn, AFTRP, 17/04/014
- Orhan Kilic, entrepreneur et promoteur, 11/02/2014
- Scandella Frères, entretien entreprise Scandella Frères, M. Monbrun, Directeur Administratif et Financier et M. Vincent Cornu, Directeur d'exploitation, 13/02/2004
- Willy Sarrazin, directeur de Sedap distribution et Président du Club des Entrepreneurs de Clichy-Montfermeil, novembre 2014

Meaux

Entretiens 2009

- Pierre-Charles Decoster – directeur du service économique – Ville de Meaux et CA Pays de Meaux, 26/06/2009
- Valérie Pinon – CCI de Seine et Marne, 22/06/2009

Entretiens 2013/2014

- Philippe Leterme – directeur du service urbanisme et du GIP – Ville de Meaux, 26/06/2009 ; 13/11/2013 ; 09/02/2015 (par téléphone)
- Mme Martin – directrice de la Maison de l'emploi et formation de la CACM, 06/03/2014
- Département Action Economique de la CACM : Mme Van Overbeke (directrice), M. Marcilloux (service développement économique et en charge de la ZFU), Mme Doujoun (responsable du service commerce), 07/03/2014
- Mme Darves, chef de projet rénovation urbaine, Direction de l'urbanisme et du développement durable mairie de Meaux, 07/03/2014
- Achile Bali, ex Directeur de l'action sociale et Mehdi Labou, Directeur de l'Action sociale mairie de Meaux, 07/03/2014
- Olivier Dionisi, gérant de l'espace La Caravelle, service jeunesse Ville de Meaux, 15/10/2014

Entretiens transversaux

Entretiens 2009

- CDC Île-de-France, Françoise Chevalier, expert immobilier
- Union Sociale pour l'habitat, Laura Willerval, chargée de mission
- IAU Île-de-France, Olivier Mandon, responsable de l'observatoire des ZFU Île-de-France.

Entretiens 2013/2014

- Fabrice Pialt, expert consultant commerces, 15/01/2015
- Stéphane Pionnier, Romain Monnier : Chambre régional des métiers de l'artisanat, 19/12/2014
- Chambres départementales des métiers de l'artisanat : Bruno Bonnet (77), 21/01/2015, Serge Tortora (95), et représentant du 93, 15/01/2015
- Sabine Thibault, Cheffe du service développement économique du CGET, 09/02/2015
- Christelle BREEM, Directrice des Etudes, de la Stratégie et de la Communication à l'EPARECA, 30/10/2014 (par téléphone)
- Marion Vion-Dury, chargée d'études en politiques urbaines, CCIP, 28/01/2015
- AORIF/USH, septembre 2014
- IAU Île-de-France, Carole Delaporte, chargée d'études, experte commerces 13/02/2015

Réunion d'échanges du 10/12/2014

- Julien AUMAND, directeur développement économique, Communauté d'Agglomération Clichy-sous-Bois/Montfermeil
- Yves BOISSELEAU, AORIF
- Thérèse PEROL, DGA Aménagement ville d'Argenteuil
- François MENARD, chargé de mission PUCA
- Sabine THIBAUD, responsable du département emploi, insertion, développement économique CGET commissariat général à l'égalité des territoires
- Sylvaine GAULARD, Cheffe du bureau renouvellement urbain et cadre de vie GCET
- Jean Dominique PIANI, Référent Renouvellement urbain, Direction régionale Idf CRMA
- Christelle MUTEZ, EPARECA
- Thierry ASSELIN, ANRU, Direction opérationnelle Grand Île-de-France
- Anais KOT, directrice du développement territorial ville d'Argenteuil

2. Tableau. Caractéristique des commerçants interviewés

Boutique	Sexe	Age	Date installation professionnelle dans le quartier	Situation professionnelle, statut du local	Lieu de résidence
VAL D'ARGENT : 8 entretiens					
Traiteur/rotisserie	Femme	+ - 60 ans	1976	Mère du patron, plusieurs employés, 2 boutiques (dalle et centre-ville)	?
Epicerie / primeurs	Femme	+ - 60 ans	1993	Patronne, locataire	Val d'Argent
Coiffure femmes	Femme	+ - 40 ans	2002	Co-gérante en couple du salon, locataire du local	Val d'Argent
Opticien	Homme	+ - 30 ans	2007	Gestionnaire du salon, locataire du local, plusieurs employés	Hors Argenteuil
Epicerie/primeurs	Homme	+ - 40 ans	2009	Gestionnaire, locataire	Hors Argenteuil
Cabinet de kinésithérapeutes	Femme	+ - 35 ans	2010	Gestionnaires, locataire	Hauts de Seine
Auto-école	Homme	+ - 30 ans	2012	Gestionnaire, locataire	Val d'Argent
Franprix	Homme	+ - 50 ans	2011	Gérant,	Hors Argenteuil
TERTRES ET CUVERONS, BAGNEUX : 1 entretien					
Pharmacie	Femme	+ - 30 ans	2013	Gérante, locataire	Massy
COLBERT, MEAUX : 6 entretiens					
Epicerie, petite libre surface	Homme	+ - 60 ans	1992 (centre Bague puis centre Colbert)	Gérant avec son frère, locataire	Meaux, Pierre Collinet
Pharmacie	Homme	+ - 50 ans	2005 (centre Bague puis Colbert)	Co-gérant, locataire, 5 employés	?
Boulangerie	Homme	+ - 40 ans	2008	Gérant en couple, locataire, 14 employés	?
Coiffure mixte	Femme	+ - 30 ans	2008	Gérante, locataire	Périurbain
Opticien	Homme	+ - 40 ans	2012	Gérant, 2 boutiques, locataire	Périurbain
Franprix	Homme	+ - 40 ans	Depuis 2 semaines, remplaçant	Salarié, remplaçant du gérant	?
LA VERRIERE, MEAUX : 8 entretiens					
Prêt-à-porter	Homme	+ - 30 ans	2002	Gérant, locataire de la boutique, 1 employé	Meaux, Beauval
Coiffure hommes	Homme	+ - 40 ans	2003	Gérant, un apprenti	Meaux
Coiffure mixte	Femme	+ - 30 ans	2005	Gérante	Périurbain
Prêt-à-porter	Femme	+ - 40 ans	2008	Gérante, propriétaire	Meaux
Prêt-à-porter	Femme	+ - 40 ans	2009	Gérante, locataire	Meaux
Restauration rapide	Homme	+ - 60 ans	2010	Salarié	Meaux
Boulangerie	Femme	+ - 20 ans	2014	Employée	Meaux, la Pierre Collinet
Mode chaussures	Femme	+ - 20 ans	2014	Employée,	Rosny-sous-Bois
NOTRE DAME DES ANGES, MONTFERMEIL : 3 entretiens					
Opticien	Homme	+ - 30 ans	2012	Gérant (n'est pas le « patron »), locataire, 1 employé	Chelles
Esthéticienne	Femme	+ - 30 ans	2014	Gérante, locataire	?
Primeurs	Femme	?	2014	Couple de gérants, locataires	?