

Enquête sur les effets du commerce sur la ville

Résultats de la phase 1 : 18 effets « sociaux et environnementaux » identifiés

Le projet de recherche lancée fin 2022 par [Dataactivist](#) – spécialiste de l’open data - et la SEM Paris Commerces (ex [Semaest](#)) – spécialiste du commerce et de la revitalisation des centres-villes -, avait pour objectif de rendre visible les effets sociaux et environnementaux du commerce de proximité et de proposer de les objectiver, afin de réinventer la valeur du commerce.

Grâce à la collecte et à l’analyse de données auprès de commerçants, riverains et autres parties prenantes, l’objectif est ainsi de créer des indicateurs concrets pouvant mesurer l’impact du commerce de proximité dans un quartier.

Un projet structuré en trois phases : d’abord une 1^{ère} phase avec une étude qualitative permettant de faire émerger les externalités (ou effets sociaux et environnementaux). Cette étape est suivie d’une enquête quantitative qui se déroulera pendant le premier semestre de 2024. Enfin une dernière phase pour mettre les effets étudiés en équivalence monétaire et politique.

« Le commerce de proximité est aujourd'hui perçu comme un service au public, et fait l'objet de politiques pour encourager son installation et sa diversité. Ses bénéfices sont multiples mais peu analysés et non quantifiables. Ce premier travail nous a ainsi permis de mettre en lumière l'apport de cette économie ultra locale en déterminant 18 effets sociaux et environnementaux du commerce. In fine, l'objectif de cette étude est d'intégrer dans le calcul de la rentabilité d'un commerce, non seulement le résultat des coûts moins celui des bénéfices, mais aussi les externalités positives et négatives qu'il induit. » **Explique Emmanuelle Hoss, Directrice Générale de la SEM Paris Commerces.**

18 effets sociaux et environnementaux des commerces de proximité qui impactent la qualité de vie d'un quartier

Le commerce de proximité, au-delà de son rôle principal d’assurer l’apport de biens essentiels, dans le cadre d’une épicerie par exemple, joue un rôle crucial en faveur de l’attractivité et de l’animation des quartiers, en créant notamment du lien social.

Cette première étape de l’étude a été finalisée en décembre 2023 et a permis de faire émerger 18 effets sociaux et environnementaux du commerce de proximité.

Les chiffres clés de l’étude « phase 1 » :

L’étude s’est ainsi concentrée sur **9 villes** : Paris, Marseille, Nîmes, Aix-en-Provence, Saint-Ouen, Duclair, Elbeuf-Sur-Seine, Le Trait et Rouen.

Les partenaires du projet :

Au cours de l'enquête, **200 commerçants ont été interrogés in situ, eux-mêmes répartis en 11 catégories** : Alimentaire, Artisan, Caviste, Culture, Esthétique, Fleuriste, Habillement, Restauration, Santé, Vente de matériel, Vente de services.

Enfin, pour donner du sens à ce matériel, un travail d'analyse textuelle sur les transcriptions des entretiens a permis de stabiliser une liste de **18 effets sociaux et environnementaux du commerce regroupés en 6 catégories**.

Représentation graphique : la roue des 18 effets du commerce



En moyenne chaque commerçant interrogé mentionne entre **4 à 5 externalités** que procure son commerce sur la vie de son quartier.

« Ce qui m'a le plus surpris lors de cette première phase, c'était justement de constater la pluralité des effets du commerce. Certains étaient attendus, d'autres moins. Par exemple, l'offre d'un soutien émotionnel aux clients en difficulté, ou alors l'adressage à quelques aides spécialisées, et même l'assistance dans des démarches administratives. Les histoires racontées par les commerçants sur ces effets spécifiques m'ont positivement surpris. Aujourd'hui, je suis encore plus convaincu que la valeur du commerce pour la société doit être repensée. » Précise Allyson PALLISSER, doctorant au Centre de Sociologie de l'Innovation (CSI) de l'École des Mines, en charge du projet de recherche.

Les partenaires du projet :

Les 5 externalités les plus pratiquées par les commerçants de notre échantillon sont :

- 1 - Socialiser et réduire l'isolement
- 2 - Aider en cas d'incident
- 3 - Prendre soin des gens
- 4 - Assurer la propreté et l'entretien de la rue
- 5 - Intervenir en cas d'insécurité

La phase 2 « mise en données » lancée en janvier 2024

La 2ème phase du projet va se baser sur une enquête quantitative par questionnaire auprès des commerçants pour mesurer les 18 effets identifiés pendant l'étape qualitative.

Pour Paris, l'enquête sera diffusée auprès des commerçants du réseau « Costo » de la SEM Paris Commerces (ex Semaest) — un programme d'accompagnement des commerçants de proximité animé par la SEM comportant près de 2000 commerçants. Avec la collaboration de Paris Commerces, Paris sera la première ville de distribution du questionnaire et donc la première pour laquelle les résultats seront disponibles.

Ces statistiques permettront de :

- montrer que les commerces sont un levier pour agir sur d'autres politiques prioritaires de la ville : la transition écologique, l'habitat, la solidarité et le lien social, la propreté, la culture et la vie de quartier...
- valoriser avec des indicateurs les effets des commerces sur la ville.
- aider les commerçants à valoriser leur présence sur le territoire afin d'obtenir des emplacements commerciaux et mettre en avant leurs impacts positifs sur le territoire.

Enfin, depuis l'année dernière, d'autres acteurs nous ont rejoint dans cette aventure, comme la Fondation Urbanis, Altavia Foundation et la Métropole Rouen Normandie.

Livrable des résultats à consulter via ce [lien](#)

A propos de Paris Commerces

Paris Commerces – fruit du rapprochement entre la SEM Paris Commerces, la Foncière Paris Commerces et le GIE Paris Commerces - est le nouvel opérateur public créé par la Ville de Paris au service du commerce de proximité parisien. Doté d'un budget d'investissement de 200 M€ (assuré conjointement par la Ville de Paris et la Banque des Territoires), Paris Commerces est chargée d'acquérir jusqu'à 300 nouveaux locaux commerciaux en 5 ans, notamment dans les quartiers populaires et les zones où les commerces de proximité sont rares. Ces acquisitions lui permettront d'installer du commerce de proximité, de l'artisanat, du "fabriqué à Paris", des activités médicales, des associations ou encore des structures de l'économie sociale et solidaire, répondant aux besoins des habitants. Paris Commerces offre également un guichet unique aux porteurs de projet qui souhaitent s'installer dans l'un des 7500 locaux appartenant à Paris Habitat, RIVP, Elogie-Siemp, à des conditions plus avantageuses que le marché privé.

A propos de Dataactivist

Dataactivist est une société coopérative et participative qui se donne pour mission d'ouvrir les données et de les rendre utiles et utilisées. Nous positionnant à toutes les étapes du travail d'ouverture et de réutilisation des données, Dataactivist travaille tant avec les producteurs de données qu'avec les réutilisateurs. Notre mission :

Les partenaires du projet :



réduire les asymétries d'information et permettre à chacun de s'appropriier les données, sans naïveté mais sans pessimisme.

Contact presse

Rachel Bornais

r.bornais@relationspresseetconseil.com

09 72 14 47 01

Les partenaires du projet :

 altavia.fondation

 fondation
Urbanis

Urbanis / Aménagement

 métropole
ROUEN NORMANDIE