

ENQUÊTE SUR LE COMMERCE ASIATIQUE AUX OLYMPIADES

Quartier des Olympiades – Diagnostic urbain

Mars 2003

RÉSUMÉ

En 2002, 65% des commerces de détail (sur les 328 recensés) du quartier Olympiades/Villa d'Este sont asiatiques. Par ailleurs, l'ancienne gare des Gobelins, recouverte par la dalle des Olympiades, abrite un marché de demi-gros dédié essentiellement aux produits asiatiques. Par l'importance qu'il a pris depuis vingt ans, jusqu'à devenir une des destinations touristiques de Paris, le commerce asiatique des Olympiades constitue un enjeu pour la définition d'une stratégie d'intervention dans ce secteur classé comme site prioritaire du « Grand projet de renouvellement urbain » de la couronne de Paris.

On entend par « commerce asiatique », un commerce tenu par une personne de nationalité ou d'origine asiatique, dont la clientèle et les produits vendus sont majoritairement d'origine asiatique, dont l'enseigne est rédigée dans une langue d'Asie.

Objet et méthode.

La présente étude décrit le fonctionnement et le rayonnement du commerce asiatique dans le sud du 13^e arrondissement, et ses incidences sur la vie urbaine locale. L'analyse s'appuie sur l'exploitation de fichiers sur le commerce (BDCom), sur l'activité (Sirene), sur la population et l'emploi (recensements de la population), ainsi que sur des enquêtes de terrains : relevés, questionnaires, entretiens.

Les enquêtes et leurs exploitations ainsi que la cartographie ont été réalisées par des étudiants du DESS de l'Institut Français d'Urbanisme (Paris 8).

Installation du commerce asiatique dans le secteur.

L'immigration asiatique à Paris a essentiellement démarré dans les années 1970 pendant la période de guerre en Asie du sud-est

Le commerce asiatique s'est installé dans le sud du 13^e à la faveur d'opérations de rénovations urbaines qui ont eu deux conséquences :

- l'installation d'une population d'origine asiatique, dans des opérations immobilières qui se remplissaient mal ;
- la destruction de locaux commerciaux anciens ; cette destruction qui a mis en péril le commerce traditionnel ; le commerce asiatique s'est développé en parallèle, le plus souvent, dans des locaux neufs.

Les secteurs les plus représentés sont :

- la restauration – y compris les cafés : 29%,
- l'équipement de la personne : 17%,
- l'alimentation : 13%,
- les services commerciaux : 13%.

Si la majorité des commerces sont devenus asiatiques au début des années 1980, les principaux secteurs d'activité sont restés les mêmes depuis 20 ans. Le nombre total de commerces a toutefois baissé.

Le commerce de détail.

328 commerces de détails ont été recensés au printemps 2002. Quatre espaces commerciaux principaux se dégagent :

- avenue d'Ivry et avenue de Choisy : 146 commerces (dont les supermarchés Tang Frères et Paris Store) ;
- centre Mercure, centre commercial non couvert, sur la dalle des Olympiades : 20 commerces ;
- galerie Oslo, galerie couverte sur la dalle des Olympiades : 42 commerces ;
- galerie Masséna 13, galerie couverte dans le quartier Villa d'Este-Vénétie : 40 commerces.

Seule la galerie Masséna 13 n'est pas majoritairement asiatique.

L'économie des commerces de détail.

L'économie des commerces de détail asiatiques constitue un mélange efficace de tradition et de modernité :

- l'indéniable entraide communautaire, symbolisée par l'existence d'associations communautaristes, n'empêche pas une concurrence réelle entre commerçants et des relations strictement commerciales entre détaillants et grossistes ;
- le financement des nouvelles activités est, semble-t-il, toujours liée à la traditionnelle "tontine", qui

- consiste en des prêts consentis au sein d'une même communauté ; parallèlement une importante banque asiatique est installée, depuis peu, dans le quartier (la "International Bank of China");
- l'activité se concentre toujours sur des secteurs traditionnels : restauration, alimentation, habillement; mais l'on constate, d'une part, une diversification des produits au sein d'un même commerce pour faire face à l'évolution de la demande, et d'autre part, l'émergence de secteurs d'activités plus modernes : banques, immobiliers, agences de voyages, etc.
 - le personnel des commerces est d'origine asiatique mais de plus en plus d'occidentaux sont recrutés, notamment dans les activités plus modernes.

Il est ressorti des enquêtes, sans qu'aucun élément objectif ne soit disponible, le sentiment d'une activité commerciale qui fonctionne plutôt bien (il est possible notamment de constater une faible vacance de locaux et le prix élevé des baux commerciaux). Mais l'avenir est plus incertain : les nouvelles générations, plus diplômées vont-elles s'investir de la même manière dans le secteur commercial ? sinon, l'actuelle immigration est-elle en mesure de poursuivre le développement économique de la communauté et son intégration ?

La clientèle des commerces de détail

L'enquête auprès de passants dans la rue ou sur la dalle montre notamment que :

- la vocation de commerce asiatique du site est évidente : 84% des personnes non résidentes, venues sur le site pour des achats, sont venues pour des achats exotiques ;
- les commerces non asiatiques ne sont pas négligés : 40% environ des acheteurs non résidents qui viennent pour les produits asiatiques viennent aussi acheter des produits occidentaux ;
- l'essentiel de la clientèle provient du sud de Paris et du Val de Marne ;
- 30% des personnes interrogées et non résidentes sont venues en voiture.

Les comptages, réalisés un samedi, à l'entrée des trois principaux parcs de stationnement du quartier (Tang, Paris Store, Masséna 13) montrent que :

- l'afflux de voitures est effectivement important : 4.300 véhicules recensés entre 9h et 18h, pour un peu plus de 1.000 places de stationnement ;
- la pointe de fréquentation se fait dans les premières heures de la journée ;
- les voitures viennent principalement de Paris et du sud de l'Ile de France ; la fréquentation provinciale et étrangère existe mais est très minoritaire.

La part importante prise par la voiture est à mettre en relation avec la desserte tout à fait insuffisante du site en transports en commun.

Livraisons.

La plupart des commerces fonctionnent en "flux tendu" pour deux raisons :

- il existe peu de stockage pour les boutiques ; les magasins sur rue en souffrent particulièrement ;
- la prééminence de l'alimentaire et de la restauration implique un renouvellement fréquent des denrées fraîches.

Les livraisons sont donc nombreuses, particulièrement délicates à réaliser notamment sur rue; les livraisons par les rues souterraines, pour desservir les galeries sur dalles, doivent également être améliorées.

Les problèmes de circulation et de stationnement sont donc très importants.

Le fonctionnement de l'ancienne gare des Gobelins.

L'ensemble, accessible depuis la rue Regnault et la rue Nationale, comporte deux niveaux, la gare et la halle, gérés par la SNCF, qui est propriétaire. Les deux niveaux communiquent par des rampes.

Le niveau de l'ancienne gare des Gobelins accueille 23 entreprises sur 35.300 m², dont les deux tiers de demi-gros asiatiques (produits frais, surgelés, objets). Les flux de marchandises reposent uniquement sur du transport par la route (la gare, reliée à la petite ceinture est hors service).

Ce lieu sert de "plate-forme de redistribution locale" des produits. Les livraisons effectuées par des poids-lourds sont peu nombreuses. L'essentiel du trafic mesuré est le fait de véhicules utilitaires légers. Les clients sont les restaurateurs et les commerces de détail de la région.

Le niveau inférieur, la "halle", accueille du stockage sur 38.900 m². Il s'agit principalement de stockage pour une longue période.

Cet espace logistique est très actif. Des dysfonctionnements existent toutefois :

- un espace mal géré : absence d'aménagement spécifique pour la logistique (pas de quais de déchargement), faible rationalisation de l'espace ; défaut d'entretien;
- des horaires restreints (fermeture le soir, le week-end et jours fériés) : l'activité logistique en souffre mais peut-on ouvrir davantage un site au coeur de la ville ?

La question de l'évolution de ce site logistique en milieu dense se pose donc, notamment en raison de la volonté affichée de certains commerçant de délocaliser leurs activités en première couronne.

Conclusions générales.

Le dynamisme du commerce asiatique est avéré. Il en découle parfois, dans certains lieux, un déséquilibre par rapport aux commerces occidentaux traditionnels, mal perçu par les habitants. Toutefois ce dynamisme peut être un atout dans l'évolution du quartier.

Les problèmes les plus urgents sont liés aux livraisons, sur rue et dans les voies souterraines, et à la réhabilitation d'un certain nombre d'espaces commerciaux dégradés (galerie du Stadium par exemple).

Les projets de transports en commun programmés (prolongement de la ligne Météor, tramway sur le boulevard des Maréchaux) vont être globalement bénéfiques pour la fréquentation et l'activité commerciale du quartier. La question des livraisons doit être traitée parallèlement.

Le renforcement de la desserte en transports en commun devra s'accompagner d'une étude spécifique sur les moyens de transport utilisés par la clientèle des commerces de détail, notamment celle des trois supermarchés, Tang, Paris Store et Masséna 13, afin d'évaluer les possibilités de report modal de la voiture vers les transports en commun.

Enfin, la part de plus en plus importante prise par la fréquentation touristique doit amener à une vigilance sur l'évolution des types de commerces (développement d'une offre strictement touristique).

Sommaire

INTRODUCTION7

LE PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE7

LES OBJECTIFS DE L'ÉTUDE8

LA MÉTHODOLOGIE8

- Analyse des bases de données existantes 8
- Relevés de terrain 8
- Enquête qualitative auprès des commerçants de surface 8
- Evaluation qualitative et quantitative des flux de marchandises des commerces de la gare 9
- Enquête de fréquentation « clientèle » 10
- Comptage des plaques minéralogiques et recensement des origines géographiques des véhicules entrant dans les parkings dédiés à la clientèle des grandes surfaces du secteur 10

GENÈSE DE L'IMPLANTATION DU COMMERCE ASIATIQUE ET SPÉCIFICITÉ DE SON DÉVELOPPEMENT DEPUIS UNE TRENTAINE D'ANNÉES12

L'EFFACEMENT DU TISSUS ARTISANAL ET INDUSTRIEL DU QUARTIER DANS LA SECONDE MOITIÉ DU VINGTIÈME SIÈCLE12

- Les caractéristiques du quartier avant la rénovation urbaine des années 1970 12
- L'effondrement des activités industrielles 13
- Une évolution démographique reflétant la transformation profonde des activités économiques ... 14

LE BOULEVERSEMENT DU QUARTIER : L'OPÉRATION ITALIE XIII ET SON APPROPRIATION PAR LES IMMIGRANTS ASIATIQUES14

- L'opération Italie XIII : une rénovation urbaine au bilan contrasté 14
- L'arrivée des populations asiatiques 17
- Le périmètre de l'étude : peut-on parler d'un véritable Chinatown ? 19

LE DÉBUT DE « L'ETHNICISATION » COMMERCIALE DU QUARTIER ET LE DÉCLIN DES COMMERCE TRADITIONNELS21

- L'augmentation quantitative des commerces asiatiques et la stabilité de la structure commerciale .. 21
- Une forte corrélation entre types de tissus urbains et répartition spatiale des commerces 23
- Les raisons du déclin des commerces traditionnels 25

Sommaire

MODE DE FONCTIONNEMENT ET RAYONNEMENT DU COMMERCE ASIATIQUE27

ETAT DES LIEUX27

- Les infrastructures et pôles commerciaux actuels du quartier27
- L'appropriation du quartier par les commerçants asiatiques31
- La diversification des activités32

LES MODES DE FONCTIONNEMENT DES COMMERCES DE SURFACE ET LEUR RAYONNEMENT33

- La réalisation des entretiens33
- Echantillon théorique (20)34
- Echantillon effectif (22)34
- Les logiques de création et d'implantation des commerces asiatiques34
- Un mode de fonctionnement traditionnel en mutation34
- Le rayonnement commercial du quartier34
- Fonctionnement logistique des commerces34
- Caractéristiques principales34
- Fonctionnement et rayonnement34
- Problèmes et dysfonctionnements34

CONCLUSION - ORIENTATIONS PROSPECTIVES34

LES MUTATIONS LIÉES AU FONCTIONNEMENT COMMERCIAL34

- Les difficultés liées aux locaux commerciaux34
- L'évolution de l'activité commerciale au sein la communauté asiatique34
- Projets de développement commerciaux.34

- Les orientations du Plan de Déplacements Urbains d'Ile-de-France34
- La circulation automobile.34
- Les transports en commun.34

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE34

BIBLIOGRAPHIE34

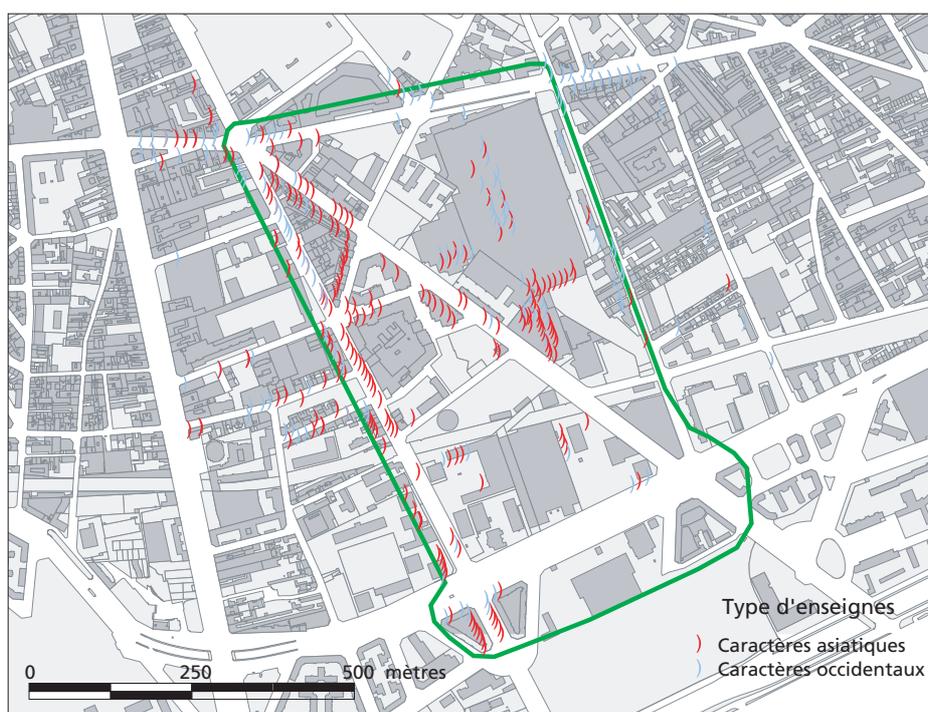
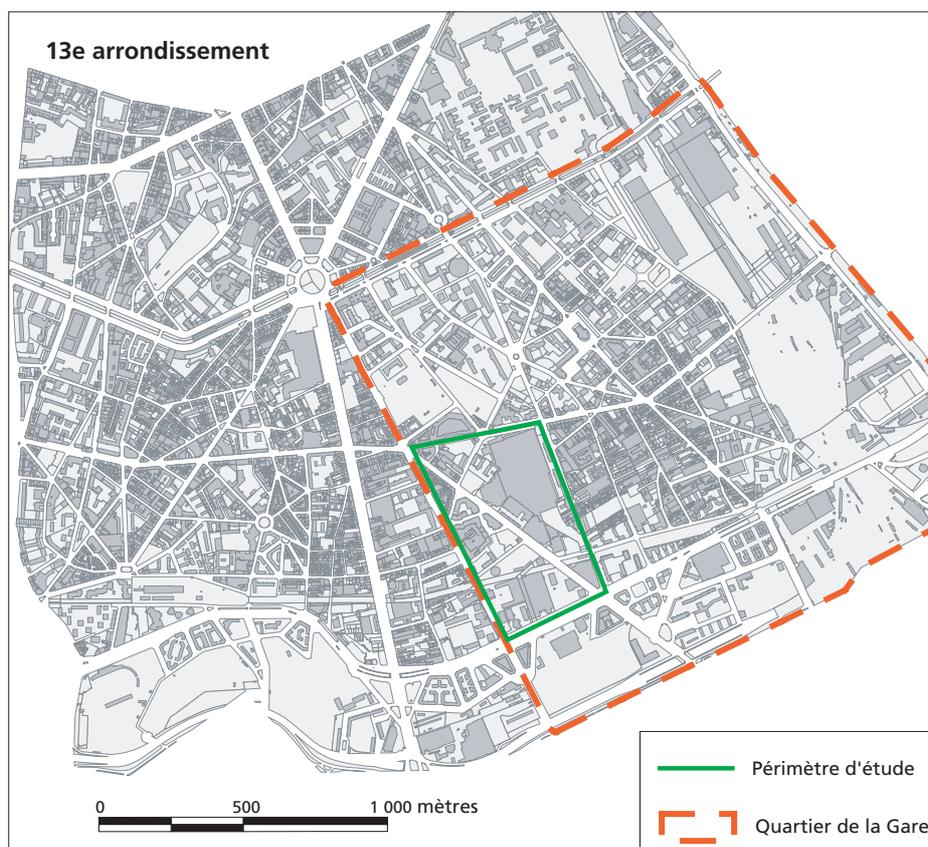
- Immigration et économie asiatiques34
- Le XIII arrondissement, le quartier des Olympiades34
- Urbanisme et transports34
- Divers34

Étude réalisée d'après le travail de l'atelier Gestion Informatique des Villes, DESS,
Institut Français d'Urbanisme - 2001-2002.

Direction L. Savonnet, assisté de K. Secq, S. Delaloy.

F. Birer, A. Brousseau, M. Chazerand, B. Cuzon, D. Delhorbe, P. Fierling, M. Gomes, J. Lemoine,
N. Marchand, N. M'houmadi, S. Piettre, I. Wade.

Choix du périmètre d'étude



Source: Atelier GIV -IFU -Relevé 2002

INTRODUCTION

Le quartier Olympiades/Villa d'Este, inscrit comme site prioritaire du Grand Projet de Renouveau Urbain de la couronne de Paris, se caractérise par une présence forte de commerces de type « asiatique ». Par commerce de type « asiatique », nous entendons un commerce tenu par une personne dont la nationalité ou l'origine est asiatique, dont l'enseigne est – au minimum – rédigée dans une langue asiatique, dont les produits et la clientèle sont, en partie, d'origine asiatique. Par commodité l'expression « commerce asiatique » sera employée dans la suite du rapport. Les caractéristiques des commerces asiatiques seront le plus souvent comparées à celles des commerces « occidentaux », définis selon les mêmes critères (nationalité ou origine du commerçant, langue de l'enseigne, type de produits, origine de la clientèle).

Cette typologie, très opératoire pour une analyse statistique et cartographique des évolutions et des localisations, ne permet toutefois pas de repérer les situations mixtes, notamment celles où des commerçants d'origine asiatique conduisent une activité de type traditionnellement occidental (boulangerie, bar-PMU, assurances, etc.). Ces situations, très minoritaires, font l'objet d'une analyse spécifique dans le corps du texte.

Une étude fine du fonctionnement et du rayonnement du commerce asiatique, y compris à l'échelle de la région Ile-de-France s'est révélée nécessaire pour une double raison.

D'une part cette activité est quantitativement importante (65% des commerces du périmètre sont de type asiatique), et très attractive (près de 85% des personnes non résidentes enquêtées dans le site ont déclaré venir pour l'achat de produits exotiques).

D'autre part, le commerce asiatique comprend aussi bien du commerce de détail que du commerce de gros et de stockage. Il est ainsi nécessaire d'analyser le commerce de détail dans ces différentes configurations urbaines, sur rues, sur dalle, dans les galeries commerciales et les supermarchés, mais aussi les activités logistiques localisées sous la dalle des Olympiades, dans l'ancienne gare des Gobelins. Cet immense espace couvert comprend deux niveaux : le niveau « gare » (35 300 m²), occupé par du commerce de gros, principalement asiatique, et le niveau « halle » (38 900 m²) dédié au stockage.

Le présent diagnostic complète ainsi le dispositif des études sur le site Olympiades / Villa d'Este, prévues dans le cadre du GPRU, menées conjointement par l'APUR (« Contexte et fonctionnement urbain », « Définition et mise en œuvre du projet 1960 – 1980 », « Qualité de vie sur la dalle des Olympiades ») et par la SCET (« Expertises foncières et juridique », « Sécurité et tranquillité publique ») dans le but de la définition d'une stratégie d'intervention.

LE PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

Le périmètre d'étude a été fixé en prenant comme critère principal la densité des commerces asiatiques¹.

En plus de ce premier périmètre strict, un périmètre élargi a été défini. Celui-ci a été déterminé de manière à prendre en compte les commerces asiatiques présents en frange du périmètre strict et à avoir une gradation dans la densité des commerces asiatiques.

LES OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Compte-tenu des spécificités du site, l'étude se propose de répondre aux trois objectifs suivants:

- retracer la genèse de l'implantation du commerce asiatique et analyser son développement depuis une trentaine d'années, au regard de l'évolution du contexte urbain.
- comprendre le fonctionnement du commerce asiatique et ses prolongements régionaux, nationaux et internationaux au regard des spécificités de son organisation spatiale.
- mesurer l'impact du développement du commerce asiatique au regard de la circulation, du stationnement et des projets d'aménagement urbain.

LA MÉTHODOLOGIE

Analyse des bases de données existantes

La Base de Données Commerces (BDCOM), version 2001.

Les données vectorisées extraites du SIP (Système d'Information à la Parcelle).

Les fichiers SIRENE des années 1975, 1976, 1979, 1982, 1986, 1990, 1991, 1992, 1996, 1997.

Les données INSEE issues du recensement Général de la Population de 1982, 1990, et 1999 par îlot IRIS.

1 En référence à l'analyse de : GUILLON M. et TABOADA LEONETTI I., Le triangle de Choisy – Un quartier chinois à Paris, Coll. Migrations et Changements, CIEM et L'Harmattan, Paris, 1986, 210 p.

Relevés de terrain

Afin de pouvoir disposer d'adapter la BDCOM aux objectifs spécifiques de l'étude, des relevés de terrain exhaustifs ont été nécessaires. Outre les informations relatives aux adresses, aux intitulés et à la typologie des commerces, les relevés de terrain ont vocation à fournir une information d'ordre qualitative:

- l'origine des produits (asiatiques, occidentaux ou autre) ;
- l'origine de la clientèle (majoritairement asiatique, majoritairement occidentale, mixte) ;
- le degré de diversification des produits vendus.

Enquête qualitative auprès des commerçants de surface

La particularité de cette enquête est d'apporter des éléments de réponse aux questions qui sont sous-jacentes à chacun des deux objectifs de l'étude:

- la genèse de l'implantation du commerce asiatique ;
- le mode de fonctionnement et le rayonnement du commerce asiatique.

La nature qualitative des données à recueillir justifie le recours à l'enquête par entretien.

Le principe de proportionnalité a été appliqué sur un échantillon de 20 personnes, en fonction de la typologie des commerces et de la morphologie urbaine.

Evaluation qualitative et quantitative des flux de marchandises des commerces de la gare

L'enquête « entrepreneurs »

Enquête auprès des commerçants évoluant au niveau gare.

Les réticences de ceux-ci à communiquer le nom et l'origine de leurs fournisseurs ainsi que leurs fréquences de livraison, pour d'évidentes raisons de confidentialité n'ont pas permis de mettre en place une enquête auprès des fournisseurs, d'autant plus qu'il nous a été indiqué que des inspections fréquentes des services de douane renforçaient leur méfiance.

L'enquête « opérateurs de transport »

Enquête auprès des services d'exploitation des sociétés de transport.

Grâce à cette technique, les données sont relativement fiables car la plupart des sociétés disposent d'outils informatiques de traçabilité.

Cependant, des problèmes se posent pour l'exploitation de ces données, notamment par le fait que le passage par un transporteur pour compte d'autrui² est loin d'être la norme dans la gare.

L'enquête « conducteurs »

Enquête auprès des conducteurs de véhicules effectuant indifféremment des livraisons ou des chargements.

Cette méthode d'enquête présente de gros avantages, car les conducteurs connaissent sans aucun doute possible les marchandises qu'ils livrent, l'origine ou la destination de leurs véhicules. Lorsque ce sont des transporteurs professionnels, l'ensemble de ces informations figure même sur un bordereau de livraison signé par le réceptionnaire. La fiabilité est donc très importante.

Nous avons choisi de procéder à un mode d'échantillon aléatoire, mais en ciblant les commerces alimentaires. Le choix du mardi n'est de plus, pas dû au hasard. Il correspond avec le jeudi à une pointe du trafic alimentaire.

Les questions posées à cette occasion sont les suivantes :

- type de flux,
- marchandises,
- quantités,
- origines et destinations,
- type de véhicule.

Malgré toutes les précautions prises, des biais inévitables ont pu être identifiés :

- il n'a été possible de procéder qu'à une simple évaluation des flux réels transitant par la gare ;
- un biais supplémentaire vient du choix du mardi, comme jour d'enquête ; l'activité des commerces traitant de produits alimentaires frais sera donc sur-représentée par rapport aux autres (notamment les produits surgelés).

Enquête de fréquentation « clientèle »

Cette enquête intervient dans la suite logique de l'enquête menée auprès des commerçants. L'objet essentiel de cette enquête est d'appréhender les facteurs qui explicitent la fréquentation commerciale du site et de mesurer davantage le rayonnement géographique de l'activité économique déployée sur le périmètre étudié.

² Un transporteur pour compte d'autrui est une société dont le métier principal est de vendre des services de transport. De son côté, le transporteur pour compte propre est une société commerciale disposant de véhicules qu'elle gère directement, mais exclusivement pour transporter ses propres denrées.

Ainsi, les thèmes principaux appréhendés par cette enquête sont les suivants:

- origine géographique,
- types de produits asiatiques et occidentaux recherchés dans le quartier,
- fréquence d'achat,
- autres lieux d'achat de produits asiatiques,
- fréquentation des galeries commerciales du secteur,
- modes d'accès au site.

Afin de différencier la fréquentation du site en semaine de celle du week-end, la moitié des questionnaires sont passés en semaine et l'autre moitié le week-end.

Comptage des plaques minéralogiques et recensement des origines géographiques des véhicules entrant dans les parkings dédiés à la clientèle des grandes surfaces du secteur

Cette enquête vise à compléter les résultats fournis par l'enquête fréquentation clientèle. En effet, celle-ci vise à interroger les piétons fréquentant le site et ne prend donc pas ou peu en compte la clientèle motorisée ne déambulant pas à pied dans les rues du quartier.

Il est donc nécessaire dans le cadre de l'étude du rayonnement des commerces du quartier, de s'intéresser à la provenance géographique des véhicules circulant dans le secteur. Pour ce faire, un comptage des véhicules accédant aux parkings dédiés à la clientèle des magasins Tang Frères et Paris Store, ainsi qu'aux entrées du parking clientèle de la galerie Masséna 13, a été effectué.

En plus d'apporter de l'information sur l'origine géographique de la clientèle du quartier, ce comptage permet de faire une analyse des flux de véhicules aux entrées des parkings et de remettre à jour les comptages d'entrée du parking Tang effectués par la Direction de la Voirie et des Déplacements (Observatoire des transports) en décembre 1996 et janvier 1998. La même méthodologie que la DVD a été adoptée, en y ajoutant le relevé du numéro de département ou du code pays de la plaque minéralogique ainsi que le « caractère asiatique ou non » du conducteur (mesure de l'« ethnicité » de la clientèle). Cependant, les résultats du comptage risquent de présenter des distorsions étant donné que les plaques minéralogiques n'ont pas forcément de lien avec le lieu de résidence des conducteurs, surtout en ce qui concerne Paris et sa petite couronne.

La méthodologie précise de comptage est la suivante:

- l'enquête est réalisée un samedi ;
- les enquêteurs comptabilisent, par tranche de 5 minutes, tous les véhicules entrants, repérés à leur passage à la limite du trottoir ;
- parallèlement, tous les 5 minutes, un comptage des véhicules en attente sur voirie a été réalisé, pour le parking Tang ;
- le total enregistré correspond donc à tous les véhicules à l'intérieur du parc, mais également ceux stockés dans la rampe (environ une quinzaine) ou en attente dans la cour et sur le trottoir (estimés à une dizaine).

Les résultats obtenus en janvier 1998 sont tout à fait similaires à ceux obtenus lors de la campagne d'enquête de décembre 1996. La question est de savoir si la situation de 2002 diffère de celle observée 4 ans plus tôt.

**GENÈSE DE L'IMPLANTATION DU COMMERCE ASIATIQUE
ET SPÉCIFICITÉ DE SON DÉVELOPPEMENT
DEPUIS UNE TRENTAINE D'ANNÉES**

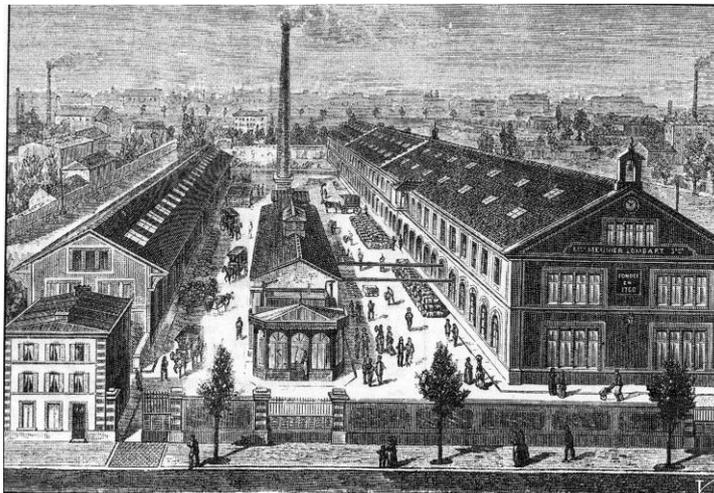
L'EFFACEMENT DU TISSU ARTISANAL ET INDUSTRIEL DU QUARTIER DANS LA SECONDE MOITIÉ DU VINGTIÈME SIÈCLE

■ Les caractéristiques du quartier avant la rénovation urbaine des années 1970

Le périmètre de l'étude se trouve dans le secteur de l'ancien quartier de la Gare (voir carte du quartier de la gare et du périmètre d'étude). L'évolution du périmètre d'étude, depuis le milieu du vingtième siècle, s'inscrit dans les mutations profondes observées dans l'ancien quartier de la gare. Ce quartier a connu d'importantes mutations à l'échelle de Paris pendant la Révolution Industrielle. Il est probable que la proximité de la Seine ait favorisé l'implantation des premières installations industrielles. Michel Jugnot et Béatrice de Andia¹ analysent l'industrialisation de l'arrondissement selon trois phases distinctes :

De 1860 à 1890, s'implantent les raffineries Say, des industries chimiques, métallurgiques, de textile et de cuir.

Les Grands moulins de Paris s'installent Quai de la Gare. Le square de Choisy et le lycée Claude Monet sont établis sur le site d'une usine qui fournissait le gaz d'éclairage. Le lycée Gabriel Faure, avenue de Choisy est édifié à la place de la chocolaterie Lombart² représentée sur la photographie ci-dessous. Construite en 1877, près de 800 ouvriers³ y travaillaient.



Entre 1890 et 1914, les industries automobiles font leur apparition dans le quartier.

La photographie ci-dessous représente un des bâtiments des usines Panhard dont l'ensemble s'étend de l'avenue d'Ivry à la rue Gandon. L'usine Delahaye s'installe rue du Banquier.

Les industriels du quartier de la Gare, en pleine expansion, insistent à cette époque pour qu'une station ferroviaire soit ouverte à proximité de leurs usines. Ils doivent attendre 1903 pour que la gare des marchandises « Paris-Gobelins » réponde à leur souhait.

Après 1914, les industries électroniques, électromécaniques et de télécommunications arrivent dans le quartier.



¹JUGNOT M. et De ANDIA B., *le XIII^{ème} arrondissement, itinéraires d'histoire et d'architecture*, Action Artistique de la Ville de Paris, 2000, pp. 55 – 93.

² *ibid*

³ PINÇON M. et PINÇON-CHARLOT M., *Paris Mosaïque, promenades urbaines*, Ed. Calmann Levy, 2001, p. 104



Le plus frappant est l'étonnante diversité des activités dénombrées. Ainsi, il est possible de citer une fabrique de charpentes, une distillerie de schiste, une serrurerie, une raffinerie de mélasse, une fabrique de céruse (rue du Château des Rentiers), un atelier du chemin de fer d'Orléans employant déjà plus d'un millier d'ouvriers..

La disparition des usines Panhard, dans les années 1960, a des répercussions profondes sur la vie du quartier. Elle précipite la fin d'autres établissements industriels plus modestes situés à proximité. Comme l'explique Gérard Conte, « l'après guerre vit le déclin des voitures hauts de gamme et de haute cylindrée. Delahaye ne pourra même pas vendre 500 voitures en 1950. »⁴.

■ L'effondrement des activités industrielles

La mutation économique du XIII^{ème} arrondissement est certainement l'une des plus profondes qui se soit opérée à Paris ; le secteur du quartier de la Gare, haut lieu d'activités artisanales et industrielles est fortement touché.

Cette mutation correspond à un double mouvement : l'effondrement des activités de production artisanale et industrielle et le fort développement des activités commerciales.

Dans son ouvrage, « Le XIII^{ème} arrondissement, une ville dans Paris⁵ », G.Langlois décrit les transformations économiques et en analyse les raisons. Bien que cet ouvrage concerne l'ensemble du XIII^{ème} arrondissement, il donne les tendances de l'évolution du périmètre de l'étude. La vétusté des bâtiments et leur faible densité sont des facteurs d'explication de la fermeture ou du départ des usines implantées dans le quartier. Le maintien d'entreprises anciennes à faibles marges sur des emprises de grande superficie est devenu alors impossible dans un contexte de forte concurrence spatiale et de hausse des valeurs foncières et immobilières.

Si en termes de volume global d'emplois, ces mouvements n'ont pas d'incidence, par contre, le type d'emplois change ainsi que la population résidente. L'industrie qui totalisait 36% des emplois en 1960, n'en compte plus que 12% en 1990. En revanche, les emplois exercés dans le secteur du commerce augmentent de 15% entre 1962 et 1982, contrairement à l'ensemble de Paris (-21%).

Ces transformations économiques ont des répercussions non négligeables sur la structure de la population du quartier de la Gare. La population, à majorité ouvrière, connaît une transformation radicale de sa composition sociale.

■ Une évolution démographique reflétant la transformation profonde des activités économiques

Au XIX^{ème} siècle, le quartier de la Gare comporte, outre des d'entrepôts et des fabriques, de nombreuses habitations ouvrières. A une époque où les transports en commun sont insuffisants, il est indispensable que les ouvriers logent à proximité de leur lieu de travail.

Le quartier de la Gare, comme le XIII^{ème} arrondissement de manière générale, connaît une croissance démographique ininterrompue jusqu'à la Seconde Guerre. La population est multipliée par quatre entre 1861 et 1936 (de 13 542 à 56 058 habitants). Après la Seconde Guerre Mondiale jusqu'à 1990 (de 50 793 à 70 246 habitants), se succèdent des périodes fluctuantes de baisse et de hausse.

Entre 1960 et 1990, les caractéristiques sociologiques de la population ainsi que la structure sociale se modifient. Cette dernière connaît de très fortes évolutions comme le montrent les chiffres du recensement dans le XIII^{ème} arrondissement.

L'évolution la plus importante concerne les ouvriers, dont le poids diminue au profit des employés, des professions intermédiaires (techniciens, agents de maîtrise, instituteurs, etc.) et des professions supérieures (cadres, ingénieurs, professions libérales). La part des ouvriers dans la population active passe de 41% en 1954 à 15% en 1990. Dans son ouvrage, G. Langlois⁶ distingue trois niveaux d'explication du phénomène: d'abord, au niveau national, la tertiarisation de l'économie, ensuite, au niveau régional, l'augmentation des prix immobiliers à Paris et dans l'agglomération parisienne, enfin, au niveau local, la fermeture des grandes entreprises industrielles et l'évolution de la structure des emplois au profit des services.

⁴ CONTE G., *Le XIII^{ème} arrondissement, c'était hier*, Ed. Le point, 1992, p.160

⁵ LANGLOIS G.A., *Le XIII^{ème} arrondissement, une ville dans Paris*, Délégation à l'Action Artistique de la Ville de Paris, 1993, p. 194

⁶ LANGLOIS G.A., *Le XIII^{ème} arrondissement, une ville dans Paris*, Délégation à l'Action Artistique de la Ville de Paris, 1993, p. 191

LE BOULEVERSEMENT DU QUARTIER : L'OPÉRATION ITALIE XIII ET SON APPROPRIATION PAR LES IMMIGRANTS ASIATIQUES

Au XX^{ème} siècle, le XIII^{ème} est l'arrondissement le plus pauvre de Paris⁷. Après la seconde guerre mondiale. Le XIII^{ème} arrondissement connaît des transformations radicales avec la réalisation d'opérations de rénovation urbaine telles que l'Opération Italie XIII qui concerne une grande partie du périmètre d'étude.

■ L'opération Italie XIII : une rénovation urbaine au bilan contrasté

L'augmentation de la population, l'accroissement des transports automobiles et l'ascendant des théories fonctionnalistes issues de la Charte d'Athènes conduisent, dans le début des années 1960, les pouvoirs publics à redéfinir la politique d'aménagement de Paris.

Dans une période de pénurie de logements et de forte croissance urbaine, le Plan d'Urbanisme Directeur de 1962 transcrit cette conception de la ville.

Le secteur Italie, un des quartiers périphériques des moins peuplés de la capitale, apparaît alors comme l'un des lieux privilégiés pour la mise en pratique du nouvel urbanisme préconisé. Avec un grand nombre de taudis, de friches industrielles (usines Panhard...) et la présence de l'ancienne gare des Gobelins, ce site est idéal pour la réalisation d'une opération de grande envergure. Le projet Italie XIII est décidé par le Conseil de Paris en 1964.

Le projet de rénovation urbaine Italie XIII avait pour objectif principal le développement de la fonction résidentielle du secteur tout en permettant la création d'emplois tertiaires.

L'opération urbaine devait aussi conjuguer deux préoccupations antagonistes : développer les axes nécessaires aux transports individuels motorisés tout en laissant des espaces libres aux piétons. Les pouvoirs publics optent alors pour un urbanisme de dalle.

L'objectif initial était de réaliser une opération superposant la totalité des fonctions d'un quartier : habitat (logement de catégories diverses : HLM, ILN, copropriétés), emploi (surtout le tertiaire), commerces, équipements scolaires et de loisirs. L'opération s'adressait initialement aux jeunes cadres relativement aisés.

⁷ JUGNOT M. et De ANDIA B., *le XIII^{ème} arrondissement, itinéraires d'histoire et d'architecture, Action Artistique de la Ville de Paris, 2000, pp. 55 – 93.*

Un tissu urbain diversifié

Le périmètre juxtapose un urbanisme de dalle, de tours, de Z.A.C. des années 1980 et un tissu ancien de faubourg. Il est possible de distinguer trois secteurs distincts : les Olympiades et la Villa d'Este, la ZAC Baudricourt et les rues qui ont conservé un caractère traditionnel.

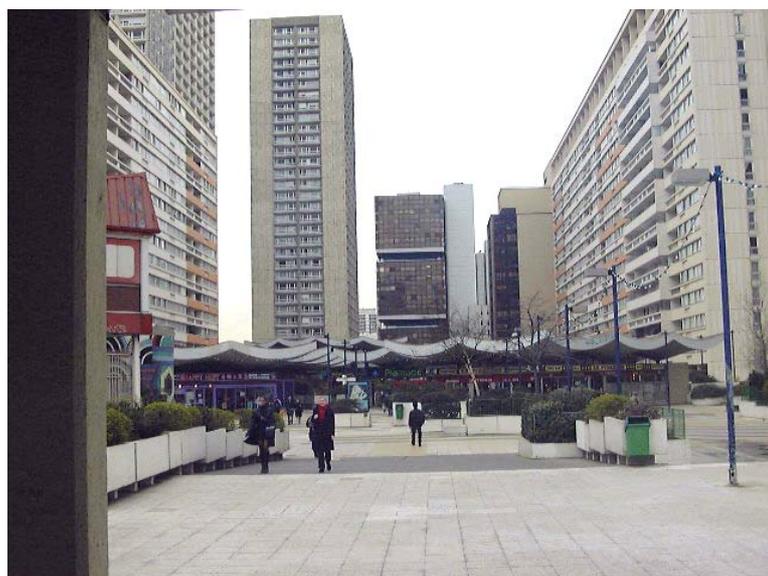
Les Olympiades

Les Olympiades se développent sur l'îlot le plus important d'Italie XIII (l'îlot D3). L'opération se situe entre les rues de Tolbiac, Baudricourt, Regnault et l'avenue d'Ivry. Elle couvre environ dix hectares implantés sur les terrains de l'ancienne gare de marchandise des Gobelins.

Cet ensemble comporte 10 grands immeubles d'habitation, dont 7 tours de 32 à 34 étages et 3 barres de 15 à 18 étages comprenant 3 098 logements. Ces logements appartiennent pour 55% à des propriétaires privés (5 tours) et pour 45% à l'OPAC de Paris (2 tours ILN et 3 barres HLM). Chaque immeuble, y compris les immeubles de bureaux, porte le nom d'une ville olympique : «Athènes, Anvers, Cortina»... Un certain nombre d'équipements ont été réalisés : une maternelle, une crèche et un complexe sportif, le Stadium (actuellement fermé).

Les différentes fonctions de ce quartier se partagent l'espace sur cinq niveaux : une dalle supérieure, un rez de dalle situé à huit mètres environ au-dessus du niveau des rues, un rez de voirie, un niveau gare et une halle au niveau inférieur.

En théorie, les piétons circulent sur les deux niveaux supérieurs accessibles par des escaliers,



des escalators ou des rampes inclinées, mais il s'avère qu'ils utilisent également les rues souterraines. L'entrée principale des logements, des bureaux et des équipements collectifs se situe sur le niveau supérieur dalle.

Les trois niveaux inférieurs sont réservés à la circulation automobile, aux commerces de gros, au stationnement et aux activités de stockage.

Plusieurs centres commerciaux se partagent l'espace au niveau supérieur:

- le centre commercial Oslo couvert avec un supermarché,
- le centre commercial Mercure sur la dalle,
- les commerces du Stadium.

La présence importante de commerces sur cet ensemble était intégrée dans le projet initial afin de rendre le quartier autonome.

⁸ Cf. annexe 7 :
plaquette publicitaire de l'opération
Olympiades.



Villa d'Este

Le secteur Villa d'Este, à l'ouest de l'avenue d'Ivry, est de conception similaire. Cet ensemble est construit sur les terrains des usines Panhard. L'ensemble des bâtiments s'organise par rapport à une galerie commerciale couverte dans laquelle un hypermarché « Géant Casino » occupe une place prépondérante.

Au nord, la présence d'un groupe scolaire (école maternelle et primaire) marque l'espace avec deux bâtiments de forme ronde, ouvrant sur la rue de la Pointe d'Ivry. Au sud, le collège et une autre école maternelle débouchent sur le boulevard Masséna.

Les rues de type traditionnel

Le secteur se trouve à l'ouest du périmètre étudié et se compose de deux types d'îlots : un premier constitué par un habitat récent organisé autour de rues piétonnières et un deuxième marqué par un habitat plus ancien. Les immeubles ne dépassent pas cinq étages, contrastant avec les deux îlots Olympiades/Villa d'Este.

Le déclin progressif de l'image du quartier

Avant même la fin de la construction du programme, un ensemble d'éléments vient perturber la perception et le fonctionnement du quartier.

Dès 1974, l'opinion publique perçoit négativement l'architecture de ces ensembles de tours, jugés hors d'échelle. Elle récuse ce type de construction, estimant l'ensemble du secteur trop dense. Les habitants se sentent trompés au regard des promesses de qualité de vie vantées par les promoteurs dans leurs publicités⁸.

La contre-publicité faite à l'urbanisme de dalle rend difficile la vente des logements. Les promoteurs sont obligés de baisser leurs prix.

En 1975, le gouvernement de Valéry Giscard d'Estaing prévoit une nouvelle politique d'urbanisme qui donne la priorité à la réhabilitation des immeubles anciens. L'opération Italie XIII est stoppée. Les dernières tours ne sont pas construites et l'aménagement des espaces verts n'est pas réalisé. Il en est de même pour une partie des équipements collectifs prévus à l'origine.

Ces éléments ont des conséquences directes sur le quartier : la vente des appartements, pourtant proposés à des prix concurrentiels, est plus lente que ne le prévoient les investisseurs. Les logements sont mis en location au lieu d'être vendus. Comme l'explique A. Joubaire⁹, ils sont investis par de jeunes couples en attente d'accession à la propriété ou des provinciaux récemment arrivés, impliquant un « turn-over » important ayant des impacts sur l'entretien des logements. Des difficultés de gestion de l'ensemble apparaissent ce qui implique des charges élevées.

Malgré un projet ambitieux, toutes les espérances placées dans l'opération Italie XIII et la création d'un quartier moderne de dalle sont contrariées par ces éléments conjoncturels. Une partie du quartier va alors subir de profondes mutations dans sa structure économique et sociale.



■ L'arrivée des populations asiatiques

Les principaux groupes ethniques composant la population asiatique

Depuis le début du XX^e siècle, de nombreuses vagues d'immigration d'asiatique ont eu lieu dans différents quartiers de Paris. Malgré un nombre très important d'ethnies dans le quartier, M. Pinçon et M. Pinçon-Charlot¹⁰ distinguent deux groupes importants dans le XIII^e et plus particulièrement dans le secteur des Olympiades : **les Wenzhou** et **les Teochew**.

- **Les Wenzhou** proviennent du littoral de la Chine orientale. Durant la Première Guerre Mondiale, une première vague d'immigration a pour rôle de remplacer les ouvriers partis au front. Après la guerre, la quasi-totalité d'entre eux retourne au pays. Ceux qui restent à Paris vont s'installer dans le quartier de la gare de Lyon puis progressivement dans le III^e arrondissement aux limites du Sentier (Quartier des Arts et Métiers).

Dans les années 1990, l'ouverture de la Chine communiste à l'économie de marché a permis à de nombreux Wenzhou de commencer une nouvelle migration. Ils viennent peupler les quartiers de Belleville et des Olympiades. Les Wenzhou travaillent essentiellement pour les Teochew en fournissant la main d'œuvre nécessaire dans les secteurs de la restauration et de confection.

- **Les Teochew** (ou Chaozhou), contrairement aux Wenzhou, appartiennent à la diaspora chinoise d'Asie du sud-est et ne viennent pas directement de Chine. Originaires de la province de Canton, ils fuient la Chine pour rejoindre le Laos, le Vietnam et le Cambodge. A partir de 1975, les nouveaux régimes communistes qui dirigent ces pays donnent naissance à une vague d'émigration massive. Les premiers départs sont effectués par une population de Chinois qui a fait fortune dans le commerce. Ils sont suivis dès 1978-1979 par une population plus modeste. Les départs se sont faits dans une extrême violence, spécialement au Cambodge où le régime des Khmers Rouges effectua de véritables massacres. La France accueillera entre 1975 et 1987 plus de 145 000 réfugiés d'Asie du sud-est dont plus de 60% de Chinois.

Arrivés en Europe mais ne connaissant pas bien la langue, ces réfugiés vont s'installer dans le quartier sud du XIII^e arrondissement pour créer leurs entreprises, et engendrer ainsi le premier « Chinatown »¹¹ français. Ce groupe est caractérisé par une bourgeoisie marchande aisée et tient une place éminente dans le commerce agroalimentaire et le secteur bancaire. Plus aisé que les Wenzhou, ce groupe occupe un quasi-monopole dans le quartier.

Un entretien avec un des employés de Paristore révèle l'importance de cette ethnie dans le quartier. Teochew et cambodgien d'origine chinoise, cet employé est arrivé en France en 1975 et connaissait personnellement les parents du PDG de Paris Store. Il explique que, comme lui, le PDG est Teochew, « Le PDG de Paristore était grossiste au Cambodge. Il est arrivé en France en 1976. En venant ici, il avait ce projet sachant que la France acceptait les réfugiés ».

Il existe, comme l'explique J.H Chow dans son mémoire d'architecture¹², une multitude d'autres types de migrants asiatiques venant peupler le quartier, en concentration variable par rapport à d'autres quartiers de Paris. Rappelons simplement leurs origines ethniques dominantes et leur secteur d'activité préférentielle :

- **les Chinois du Nord** : groupe exerçant principalement la profession de restaurateur,
- **les Cantonais** : ils exerçaient à leur arrivée surtout le métier de restaurateur. Devenus plus nombreux après 1975, les Cantonais pratiquent des activités commerciales plus variées (alimentation, confection, restauration...),
- **les Shanghaiens** : ils occupent divers secteurs d'activités économiques (import-export avec la Chine, restauration, alimentation, tourisme...),
- **les Fujian** : ce sont surtout des commerçants et des banquiers,
- **les Hainanais** : ils ne sont spécialisés dans aucun secteur précis hormis le secteur commercial.

Tous ces groupes parlant des langues différentes forment chacun une communauté entretenant des réseaux intrinsèques, c'est pourquoi il est très difficile, en ce sens, de parler d'une communauté asiatique homogène. Chaque communauté possède son identité particulière. Cette diversité se manifeste par des associations régionales revendiquant leur propre géographie, langue, culture, association et activité économique.

La spécialisation des groupes asiatiques dans le commerce de détail, la restauration et la confection provient de la nécessité de survie d'une population ayant eu du mal à intégrer, faute de qualification, d'autres secteurs d'activités économiques de nature occidentale. La langue faisant aussi obstacle, les premières générations d'asiatiques ont créé leur propre entreprise en utilisant leur origine ethnique comme atout auprès des occidentaux (restauration, vente de vêtements traditionnels...). L'omniprésence de la famille dans ces sociétés incite à des regroupements économiques au sein d'ac-

⁹ JOUBAIRE A., *Image des Olympiades, mémoire d'architecture à l'école Paris Belleville, janvier 2000, p39*

¹⁰ PINÇON M. et PINÇON-CHARLOT M., *Paris Mosaïque, promenades urbaines*, Ed. Calmann Levy, 2001, p. 107

¹¹ Chinatown : terme anglophone désignant les quartiers chinois, forme générique d'implantation commerciale et culturelle dans toutes agglomérations en Occident. Selon Pierre Trolliet, « Quel que soit le cas de figure, la Chinatown apparaît comme un fait culturel fortement affirmé par son marquage visuel [...] » in Trolliet P., *La diaspora chinoise*, PUF, *Que sais-je ?*, 1999.

¹² CHOW J-H., *Comment saisir Paris avec des baguettes ?*, mémoire d'architecture, 1999-2000.

tivités acceptées légalement en France car ne nécessitant pas de diplômes particuliers. Il existe une certaine unité des asiatiques dans le quartier quand il s'agit de se situer par rapport à d'autres groupes ethniques. Des commerçants rencontrés en entretien avaient clairement conscience d'appartenir au groupe des asiatiques du quartier, cette appartenance dépassant le cadre de leur identité strictement ethnique.

Les principales raisons de l'implantation asiatique

Plusieurs hypothèses expliquent les raisons de l'implantation asiatique sur ce périmètre. Les deux plus importantes sont la modernité des logements et l'opportunité foncière.

Un site correspondant aux attentes des asiatiques : la modernité de la dalle.

L'une des hypothèses d'installation des communautés asiatiques dans le quartier peut être l'attrait pour un nouveau type d'habitat. La neutralité du lieu est importante parce qu'il est plus facile pour elles de s'insérer dans un cadre culturellement non marqué, dans un lieu vierge de toute histoire et de toute tradition¹³.

L'hypothèse de l'opportunité foncière.

Même si l'hypothèse de la préférence pour des tours innovantes est vérifiée, une autre semble plus adaptée. Ce serait plutôt la vacance observée dans un grand nombre de logements construits lors de l'opération qui aurait facilité l'établissement de la communauté asiatique sur le site de l'opération Italie XIII. De construction récente et délaissé par les parisiens, les immeubles comportaient un nombre considérable de logements inoccupés. « Leur regroupement [les asiatiques] dans des secteurs de la capitale ne résultait pas d'un choix commercial ou économique, il dépendait de la disponibilité de logements et d'emplacements commerciaux »¹⁴.

L'implantation des asiatiques dans le quartier résulte ainsi, d'une part, de la disponibilité des locaux d'habitat et de commerces permettant à une large communauté de se regrouper, et d'autre part, de la conjonction temporelle entre vagues d'arrivants et dérive du projet Italie XIII. Un des commerçants interrogé explique que les raisons de son arrivée dans le quartier sont liées au fait que les Français ne voulaient pas y venir. L'arrivée des réfugiés a peut-être été facilitée par l'échec de l'opération et la nécessité pour les bailleurs privés de trouver des occupants. Il est à noter que d'autres opérations de rénovation urbaine parisiennes, dont la réussite est parfois discutée (Belleville, La Chapelle...), accueillent aussi des populations d'origine asiatique.

Peut-on parler d'un véritable Chinatown ?

A partir de 1975, date d'arrivée en masse des réfugiés du sud-est asiatique, le taux d'étrangers, toutes origines confondues, progresse de manière importante dans le quartier des Olympiades. Le taux de l'ensemble des étrangers passe de 2% en 1954 à de 7,7% en 1968¹⁵. Ce taux continue à progresser chaque année pour atteindre 18,4% à la fin des années 1970, dépassant ainsi la moyenne parisienne. Cet accroissement est dû essentiellement à l'implantation des Vietnamiens, des Cambodgiens et des Laotiens.

Est-il possible alors de parler d'un véritable quartier asiatique dans ce secteur ? Le terme « Chinatown » est souvent utilisé à Paris pour parler du XIII^{ème} arrondissement, notamment pour le secteur des Olympiades. Les données démographiques montrent qu'il s'agit plus d'une représentation que d'une réalité, la part de la population asiatique résidente n'y étant pas si importante.

L'analyse de la composition ethnique de la population asiatique et de son évolution permet de mieux comprendre comment se structure cette immigration. Cette analyse est fondée sur une approche des différentes nationalités d'asiatiques (et non des communautés exactes) et s'appuie sur les données des recensements de l'INSEE (1990 et 1999).

Une population marquée par trois groupes nationaux.

Selon les données de l'INSEE, la population asiatique est d'origine très diverse. Neuf nationalités au moins y sont représentées. Cependant, comme le montre le graphique ci-dessous, trois communautés se détachent nettement : les Vietnamiens, les Cambodgiens et les Laotiens qui représentent à eux seuls plus des trois quarts de la population asiatique du XIII^{ème} arrondissement en 1990.

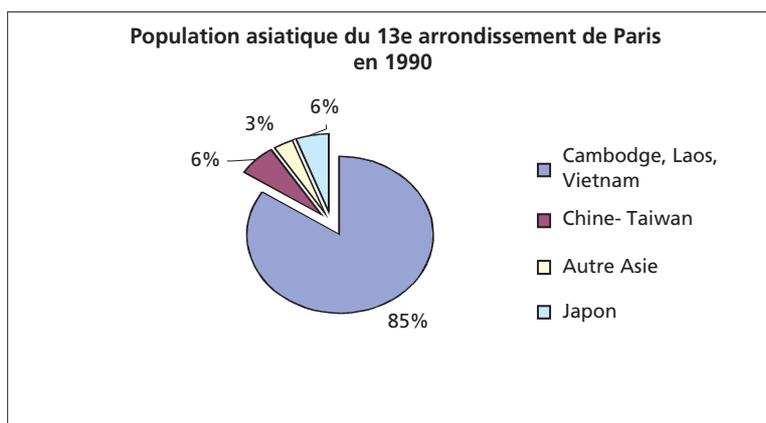
Il est intéressant de comparer ce graphique à celui de 1999. Ce dernier fait apparaître que le nombre des résidents cambodgiens, Laotiens et Vietnamiens dans le XIII^{ème} arrondissement est en baisse au profit des Chinois et des Japonais.

Cette évolution est générale à Paris. En effet, la population chinoise s'accroît de 122,5% de 1990 à 1999 et celle des Japonais de 45,3%. A l'inverse, le nombre des Cambodgiens, Laotiens et Vietnamiens chute de 40,9%. De même, dans le XIII^{ème} arrondissement, le nombre des Chinois augmente de 29% et celui des Japonais de 94% tandis que la population des Cambodgiens, Laotiens et Vietnamiens diminue de 31% (cf. tableau statistique ci-après).

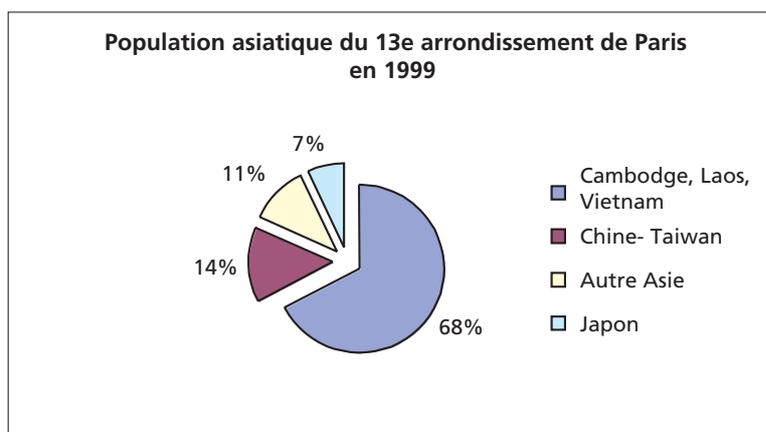
¹³ CHOW J-H., *Comment saisir Paris avec des baguettes ?*, mémoire d'architecture, 1999-2000.

¹⁴ *Ibid*

¹⁵ GUILLON M. et TABOADA LEONETTI I., *Le triangle de Choisy – Un quartier chinois à Paris*, Coll. *Migrations et Changements*, CIEM et L'Harmattan, Paris, 1986, 210 p.



Source : Recensement Général de la Population, 1990, INSEE



Cependant, cette évolution globale ne se reflète pas dans l'analyse du poids respectif de chaque groupe national résidant dans le XIII^{ème} arrondissement et tend à démontrer que les Chinois et les Japonais s'installent en plus grand nombre dans les autres arrondissements de la capitale. En effet, comme le montre les données statistiques ci-dessous, la part des effectifs chinois du XIII^{ème} arrondissement rapportée à l'ensemble de la communauté chinoise résidant à Paris diminue de trois points (de 7,5% en 1990 à 4,3 en 1999). A l'inverse, la part des Cambodgiens, Vietnamiens et Laotiens du XIII^{ème} arrondissement rapportée à l'ensemble de ces trois communautés résidant à Paris augmente de 6 points (33,4% en 1990 et 39,1 en 1999).

Une «ethnisation»¹⁶ plus commerciale que résidentielle

La comparaison des données de 1990 et de 1999 fait apparaître une deuxième caractéristique démographique importante. L'augmentation globale de 20,8% de la population asiatique sur l'ensemble de la ville de Paris ne se confirme pas dans le XIII^{ème} arrondissement. En effet, elle y connaît une dimi-

Etrangers originaires d'Asie orientale habitant le 13e arrondissement et Paris en 1990 et 1999

Origine	1990				1999			
	Effectifs parisiens	%	Effectifs du 13e	% asiatiques du 13e sur effectifs parisiens	Effectifs parisien	%	Effectifs du 13e	% asiatiques du 13e sur effectifs parisiens
Chine	6 838	26,9	513	7,5	15 215	49,5	662	4,3
Cambodge, Laos, Vietnam	13 343	52,4	4 463	33,4	7 884	25,6	3 084	39,1
Japon	5 277	20,7	266	5,0	7 666	24,9	517	6,7
Total	25 458	100	5 242	20,6	30 765	100	4 263	13,8

Source : Recensement Général de la Population, 1990 et 1999, INSEE.
A ces données, il conviendrait d'ajouter les populations provenant des autres pays asiatiques tels que la Corée, la Thaïlande, l'Indonésie, le Moyen-Orient et le Proche-Orient. Selon l'INSEE, elles représentaient 5 721 personnes en 1999.

nution de 18%. Par ailleurs, la comparaison des données des recensements de 1982 et 1999 montre que la population asiatique n'augmente que de 0,5% sur cette période. Elle représentait 3,3% de la population totale de l'arrondissement en 1982 et se situe à 3,8% en 1999.

Ces données montrent que la population asiatique est loin de représenter la majorité des résidents du quartier et contredit la représentation d'une « ethnicisation » du quartier, portée par la population asiatique elle-même. En effet, au cours des entretiens réalisés avec des commerçants du périmètre étudié, deux d'entre eux utilisent le terme « Chinatown » pour parler du quartier et expliquer l'origine de leur clientèle. Selon eux, la clientèle est diversifiée, notamment elle comprend beaucoup de touristes d'origine asiatique parce qu'ils ont une représentation populaire du quartier et qu'ils veulent voir le Chinatown de Paris. Les responsables interrogés ont conscience de vivre ou de travailler dans un lieu de caractère spécifique.

Cependant, comme l'expliquent Jacqueline Costa-Lascoux et Live Yu-Sion¹⁷, ce n'est pas l'importance numérique réelle qui valorise la représentation des Chinois dans l'imaginaire et dans les discours sur le XIII^e arrondissement. La seule concentration objective est celle de l'ensemble Massena et les trois tours les plus tardivement terminées des Olympiades (Cortina, Tokyo et Helsinki). En revanche, l'arrivée quotidienne des employés venus de la banlieue pour travailler dans les commerces et les entreprises du quartier des Olympiades, ainsi que la présence de clients venant faire leurs achats de produits dits « exotiques », continue d'accréditer l'idée d'une forte représentation asiatique. La visibilité est plus commerciale que résidentielle. Le quartier donne, en effet, une impression d'« ethnicisation » du fait de son réseau commercial dense et concentré localement.

L'enquête réalisée auprès des commerçants confirme cette hypothèse. S'ils travaillent dans le quartier, ils y vivent peu. Sur les 22 personnes interviewées, quatre déclarent habiter le quartier et douze venir y travailler (six personnes sans réponse). Certains précisent qu'il est difficile de trouver un appartement dans le quartier et que les loyers sont très chers.

¹⁶ Terme utilisé par COSTA-LASCOUX J. et YU-SION Live in Paris-XIII^e, lumières d'Asie, Paris, éditions Autrement, série Monde/ français d'ailleurs, peuples d'ici, H.S. n°87, 1995.

¹⁷ COSTA-LASCOUX J., YU-SION L., Paris-XIII^e, lumières d'Asie, Paris, éditions Autrement, série Monde/ français d'ailleurs, peuples d'ici, H.S. n°87, 1995.

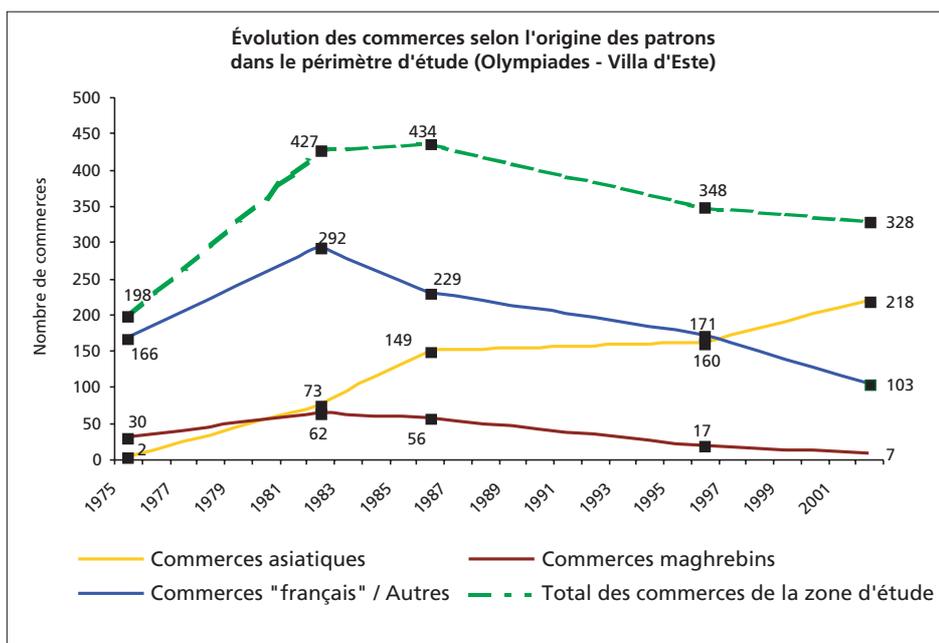
LE DÉBUT DE « L'ETHNICISATION » COMMERCIALE DU QUARTIER ET LE DÉCLIN DES COMMERCE TRADITIONNELS

■ L'augmentation quantitative des commerces asiatiques et la stabilité de la structure commerciale

La méthode employée

« L'ethnicisation » des commerces est physiquement visible par l'implantation croissante des enseignes asiatiques dans les rues du quartier. Afin de percevoir la part qu'occupent les commerces asiatiques dans la structure générale du commerce et de comprendre leur implantation dans un secteur pourtant dominé dans les années 1975 par des commerces occidentaux, une analyse statistique a été réalisée à partir des fichiers SIRENE et des relevés de terrains.

L'identification du type ethnique du commerce a été réalisée à partir de ces mêmes fichiers. Le nom de l'exploitation commerciale a servi à différencier trois types de commerces ethniques : français, asiatique et maghrébin. Les limites de cette exploitation viennent principalement du fait que le nom n'est pas automatiquement représentatif d'une quelconque « ethnicité ». Par exemple, le commerce «Paristore» ne laisse pas soupçonner que c'est un commerce asiatique. Ceci est valable pour les années références de 1975-1982-1986 et 1996. Pour l'année 2002, l'exploitation statistique repose sur le travail des relevés de terrain aux résultats plus fiables.



Source : Fichiers SIRENE 1975-1982-1986-1996 et relevés de terrain 2002-Atelier GIV

L'ethnicisation progressive des commerces et la chute du nombre de commerces

Le graphique ci-dessous explique l'évolution de la prédominance quantitative du commerce asiatique et marque de manière explicite quatre périodes principales de ce développement.

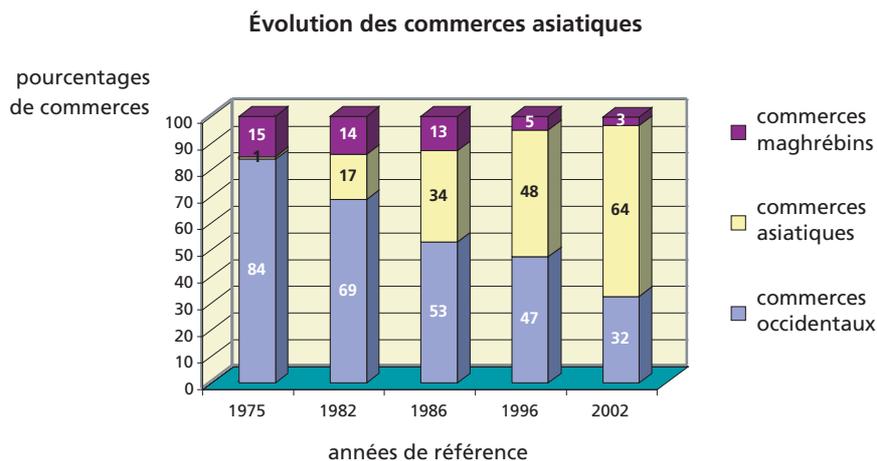
De 1975 à 1982 : le nombre de commerces évolue très fortement (+116 %) du fait de la réalisation de l'opération Italie XIII. Les commerces sont majoritairement occidentaux. L'installation des activités asiatiques dans ce quartier ne démarre réellement qu'à partir de 1975 et le nombre de commerces passe de 2 à 73 en 1982. Jusqu'au début des années 1980, il se développe grâce à la disponibilité de locaux commerciaux vides. D'ailleurs durant cette période, le nombre total de commerces double : il passe d'environ 200 à plus de 430. Les commerçants maghrébins connaissent aussi une croissance relative.

De 1982 à 1986 : cette période semble charnière par la stabilisation du nombre total de commerce, la forte progression des commerces asiatiques (104 %) et la chute marquée du nombre de commerces français (-21,6 %). La part des commerces français reste tout de même majoritaire dans le quartier. Le commerce maghrébin amorce un déclin progressif

De 1986 à 1996 : le nombre total de commerces est en baisse et les mêmes phénomènes constatés durant la période précédente se prolongent en perdant en intensité.

De 1996 à 2002 : cette période marque un tournant dans la composition ethnique des commerces avec l'inversement de la part des occidentaux et des asiatiques au profit de ces derniers qui deviennent majoritaires dans le quartier. Les commerces maghrébins disparaissent presque totalement du périmètre.

Si le nombre total de commerces se stabilise en 2002, la chute a été importante avec 25 % de commerce en moins entre 1986 et 2002. Cette chute peut s'expliquer par la reconversion des locaux commerciaux en bureaux, logements ou en espace de stockage comme constaté lors du relevé de terrain. Le graphique ci-dessous explicite montre le poids croissant du commerce asiatique.

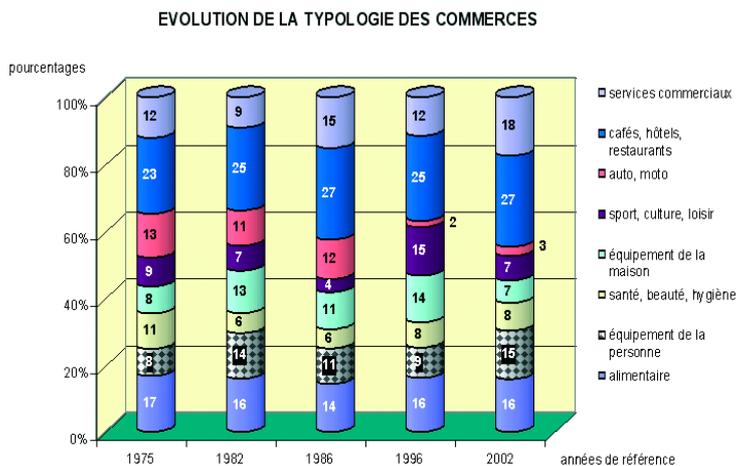


Source : Fichiers SIRENE 1975-1982-1986-1996 et relevés de terrain 2002-Atelier GIV

Une structure commerciale qui évolue peu

Les deux activités dominantes sont dès le départ la restauration et l'alimentation. Les services commerciaux (banques, services immobiliers) prennent aussi une place importante tout comme l'équipement de la personne. Le secteur auto-moto chute sensiblement à partir de 1986 (- 88,2 % entre 1986 et 1996).

L'information essentielle est la stabilité de la structure commerciale du quartier durant la période étudiée (1975-2002) malgré le changement du type ethnique de la majorité des commerces. On aurait pu s'attendre à un accroissement majeur des activités liées à l'alimentaire ou aux restaurants. Dans ces études, E. Ma Mung¹⁸ fait remarquer que la dynamique sectorielle des commerces asiatiques tient en un renforcement des activités classiques et une expansion d'activités relativement nouvelles (équipement de la personne).

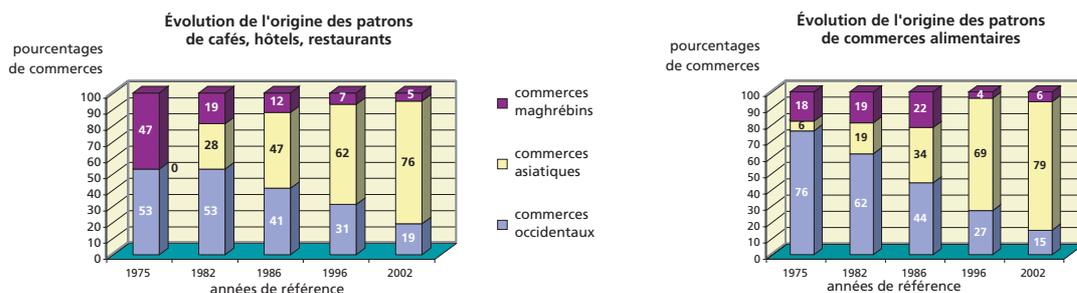


18 Ma Mung E.
« L'expansion du commerce ethnique: Asiatiques et Maghrébins dans la région parisienne »
in Revue Européenne des Migrations Internationales, Volume 8, N°1, 1992, p 49

Les principales évolutions sectorielles

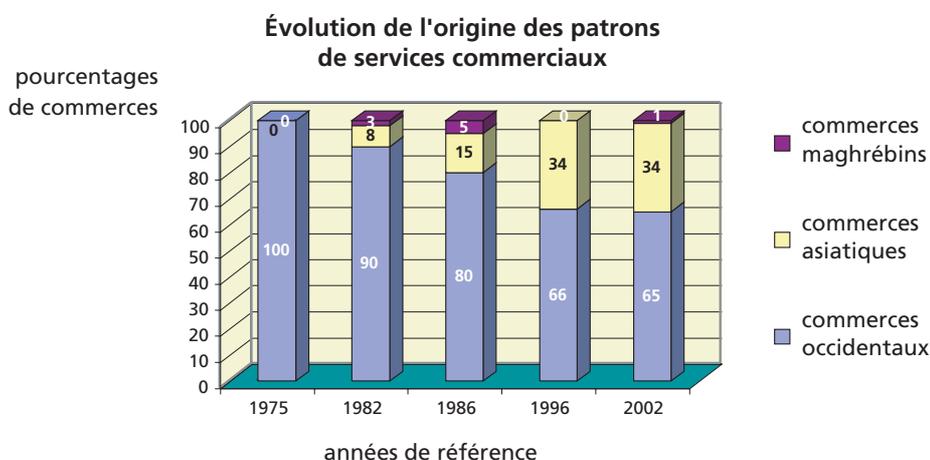
Les trois graphiques suivants montrent la substitution des commerces occidentaux par les commerces asiatiques pour quelques secteurs représentatifs. Il est possible de distinguer trois secteurs d'activités dont l'évolution est intéressante à analyser : la restauration, l'alimentation et celui des services commerciaux.

Les graphiques représentant la composition des café-restaurants et des commerces alimentaires illustrent bien que les commerces asiatiques deviennent nettement majoritaires. Ces deux activités ont une évolution identique : les commerces français régressent depuis 1982 au profit des commerces asiatiques. L'exemple des cafés restaurants est l'expression concrète de la naissance de l'ethnicisation des commerces du quartier.



Source : Fichiers SIRENE 1975-1982-1986-1996 et relevés de terrain 2002-Atelier GIV

Les services commerciaux (banque et immobilier) représentent les seuls secteurs d'activité restant majoritairement occidental. Cependant, ils subissent peu à peu les mêmes phénomènes de substitution.



Source : Fichiers SIRENE 1975-1982-1986-1996 et relevés de terrain 2002-Atelier GIV

■ Une forte corrélation entre types de tissus urbains et répartition spatiale des commerces

D'après la carte « évolution des commerces asiatiques et opérations d'urbanisme de 1975 à 2002 », en 1975 la structure du quartier est encore récente, beaucoup de locaux sont encore vides et l'opération Italie XIII n'est pas achevée. Le phénomène de l'implantation de la communauté asiatique est trop précoce, seuls deux commerces sont présents dans le tissu de faubourg. Il faut attendre 1982 pour assister à une nette accentuation de la présence commerciale asiatique. Elle passe alors de 1% en 1975 à 17% sur la part totale des commerces.

Le périmètre se compose de différents espaces commerciaux : les galeries commerciales, les rues adjacentes et un espace sous-dalle. Les asiatiques se sont installés différemment dans ces trois localisations.

L'implantation des asiatiques dans des galeries commerciales peu occupées : l'exemple des Olympiades

L'analyse de l'implantation des commerces sur la dalle des Olympiades est révélatrice de l'installation progressive des commerces asiatiques (voir carte de l'évolution de l'implantation du commerce asiatique-Dalle Olympiades).

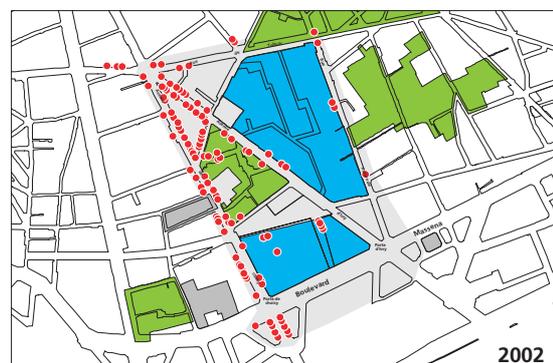
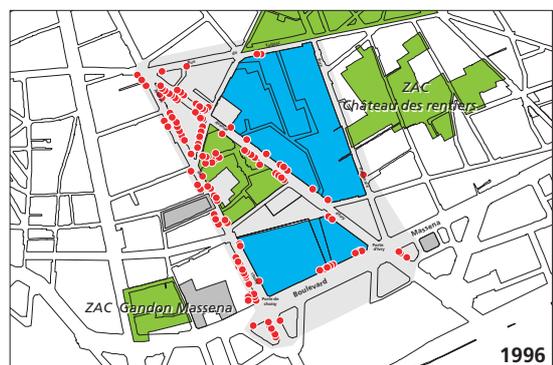
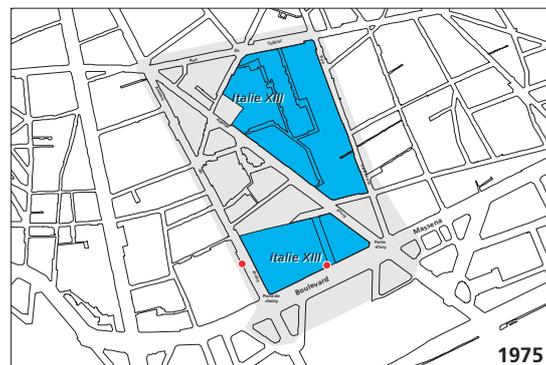
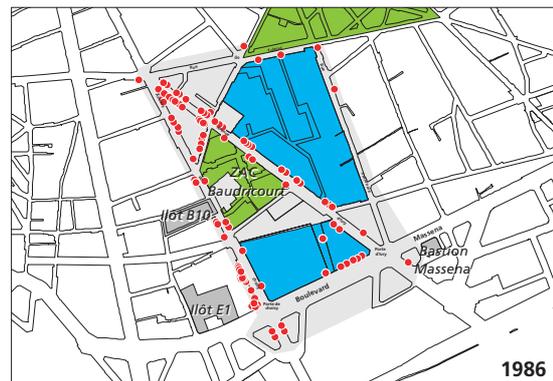
D'après plusieurs sources bibliographiques¹⁹, les étapes de l'implantation des commerces asiatiques des Olympiades ont pu être reconstituées précisément.

Évolution des commerces asiatiques et opérations d'urbanisme

Commerces sur rue de 1975 à 2002



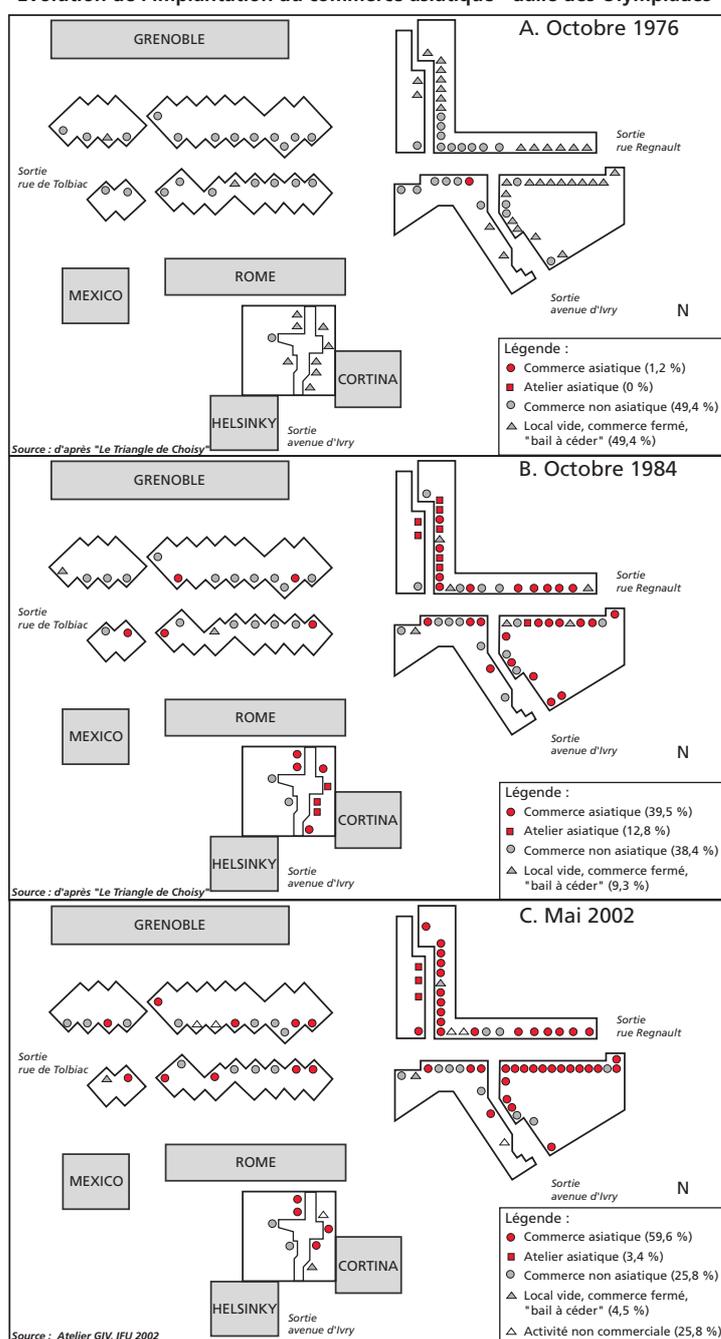
Source: Fichiers SIREN - Atelier GIV - IFU - 2002



¹⁹ RAULIN A., « Espaces marchands et concentrations urbaines minoritaires, La petite Asie de Paris », in *Cahier Internationaux de Sociologie, Volume LXXX5, 1988, pp. 45-60*
 - CHOW J-H., *Comment saisir Paris avec des baguettes ?, Mémoire d'architecture, 1999-2000.*

Lors de l'ouverture des galeries en 1976, seuls 41 des 87 emplacements étaient utilisés en tant que boutique, les autres étaient encore vides. Entre 1976 et 1981, quinze de ces espaces libres sont occupés par des établissements asiatiques. Le rythme de leur installation est devenu plus rapide entre 1981 et 1983, le nombre de boutiques tenues par des asiatiques augmente de 15 à 35. Leur nombre double, contrairement à celui des ateliers qui croît plus modestement passant de 10 à 15. En 1983, les commerces asiatiques deviennent majoritaires aux Olympiades, notamment dans les deux galeries couvertes, Oslo et Stadium. Le commerce asiatique des Olympiades a déjà sa physionomie actuelle. Une majorité de commerces de type « occasionnels » (prêt-à-porter, tissu d'ameublement, disques, coiffeur...) sont fermés. Trois magasins d'alimentation française sont dans le même cas. Depuis 1983, les changements observés sont moins nombreux. Les commerces des Olympiades connaissent une certaine stabilisation. Sans disposer de documents précis, l'histoire du kiosque de Choisy semble similaire à celle des Olympiades. Le premier restaurant chinois ouvre en 1979. Les années suivantes sont marquées par l'ouverture de boutiques chinoises sur les emplacements restés fermés. En quelques années les commerces français ferment. En revanche, les commerces de la galerie Mercure restent majoritairement occidentaux. Les commerces asiatiques sont exclusivement des restaurants.

Evolution de l'implantation du commerce asiatique - dalle des Olympiades



D'autres logiques dans un tissu commercial dense déjà constitué

Hors des galeries commerciales, entre la rue Tolbiac et le boulevard Masséna, les commerces asiatiques ont dû s'imposer dans un tissu commercial déjà très vivant comme le montre la carte de l'évolution des commerces suivant l'origine des patrons.

Les premiers commerces asiatiques ouvrent vers 1975 (avenue de Choisy et boulevard Masséna). De nouveaux commerces occidentaux et maghrébins se créent le long des rues Nationale et Tolbiac.

Entre 1982 et 1986, le nombre de commerces asiatiques ouvrant le long des avenues continue ainsi à croître. La quantité de restaurants asiatiques augmente dans le quartier : ils remplacent progressivement les cafés, restaurants et brasseries non asiatiques. Cependant, ils ne connaissent pas tous le même succès, les fermetures et les réouvertures sont fréquentes. Il est courant d'assister à une rotation des propriétaires.

D'après A. Raulin²⁰, l'ouverture d'un tel nombre de restaurants, une soixantaine en quelques années, entraîne une compétition intra-communautaire pratiquée par des formules publicitaires concourant à l'abaissement des prix et provoque de fait « *un turnover parfois vertigineux de certains emplacements commerciaux* ».

De 1986 à 1994, excepté le commerce de détail et la restauration, peu de mouvements sont observés pour les autres types de commerces.

Logique d'appropriation de l'espace situé sous la dalle des Olympiades

Dans cet espace particulier, l'activité asiatique va aussi s'implanter progressivement. Les activités d'import, de vente et de stockage jouent un rôle fondamental dans l'implantation des commerces en leur fournissant un appui logistique non-négligeable.

Lors de la création de la dalle des Olympiades, des espaces de stockage ont été aménagés à l'emplacement de l'ancienne gare des Gobelins (tout en maintenant une connection ferroviaire avec la Petite Ceinture). Désormais couvert, et composé de deux niveaux (gare et halle), le site ne fonctionne que sur un mode routier et propose des emplacements pour les opérations lourdes de manutention. Il bénéficie d'une bonne desserte (boulevard périphérique à proximité).

Cet espace va jouer un rôle déterminant dans le développement de l'activité commerciale du secteur. Loué par la SNCF à des entreprises occidentales à ses débuts, il va successivement permettre à des entreprises asiatiques d'import et de négoce de s'implanter (Tang-Frères, Chinaco, Paris Store) puis progressivement accueillir des commerces asiatiques exerçant des activités de rayonnement local et régional.

■ Les raisons du déclin des commerces traditionnels

Opérations d'urbanisme et mutations commerciales

Le premier facteur de l'effacement progressif des commerces occidentaux est d'ordre spatial et lié aux opérations d'urbanisme de rénovation urbaine et de réhabilitation.

La carte des mutations commerciales et des opérations d'urbanisme entre 1975 et 1996 met en valeur leur corrélation.

La méthodologie utilisée pour réaliser cette carte s'est appuyée sur l'analyse des fichiers SIRENE 1975-1982-1986 et 1996. Les codes SIRENE identifiant chaque commerce ont permis de distinguer trois types de commerce : ceux qui se retrouvent, se créent et se ferment d'une année de référence à l'autre.

Les nouveaux commerces en 1975 sont situés principalement à proximité immédiate des opérations Olympiades et Masséna. En revanche, les îlots de type ancien situés entre ces deux opérations sont marqués par une fermeture plus importante de commerces. De même entre 1986 à 1996, les rues piétonnières de la ZAC Baudricourt offrent de nouveaux locaux.

La carte d'évolution des commerces asiatiques permet de confirmer que ces locaux neufs sont occupés par des commerces asiatiques.

De plus, le déclin des commerces traditionnels s'explique par la réalisation d'équipements, comme la création du collège Gustave Flaubert qui fait disparaître des commerces existants.

Dans l'îlot ancien, se trouvant entre la rue Baudricourt, les avenues d'Ivry, de Choisy et le carrefour Tolbiac, la substitution des commerces occidentaux par des commerces asiatiques est plus lente. Elle dépend d'opérations plus locales de réhabilitations d'immeubles.

La substitution des commerces occidentaux par les asiatiques dans le tissu déjà constitué est plus lente et progressive que les mutations commerciales induites par les opérations de rénovation urbaine.

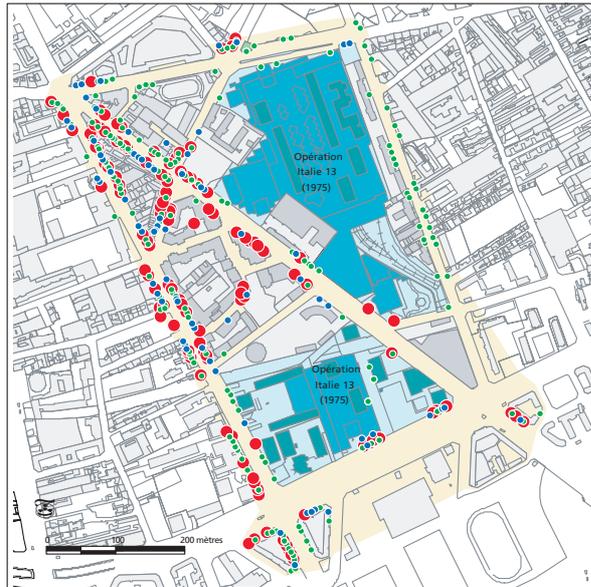
La spécialisation de la fréquentation du quartier

Le second facteur est lié à la concentration d'espaces commerciaux asiatiques. Cette dernière a fait naître une spécialisation ethnique du quartier qui s'est étendue à ses franges. La réputation du quar-

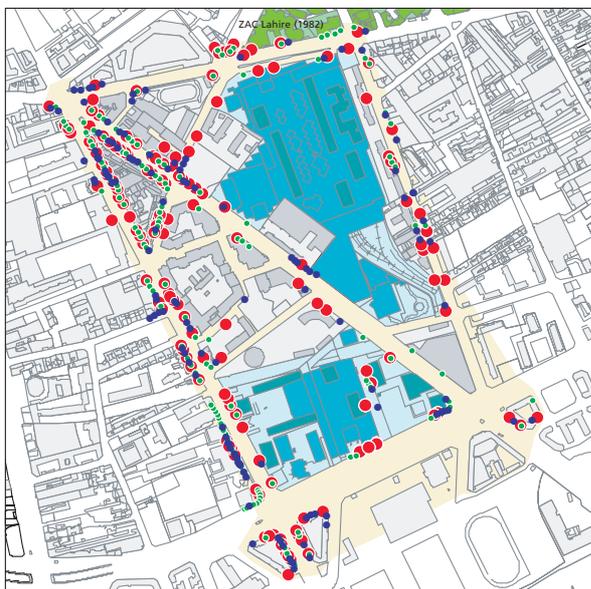
20 RAULIN
A., « Espaces marchands et concentrations urbaines minoritaires, La petite Asie de Paris », in Cahier Internationaux de Sociologie, Volume LXXX5, 1988, p. 53

Mutations commerciales et opérations d'urbanisme entre 1975 et 1996

de 1975 à 1982



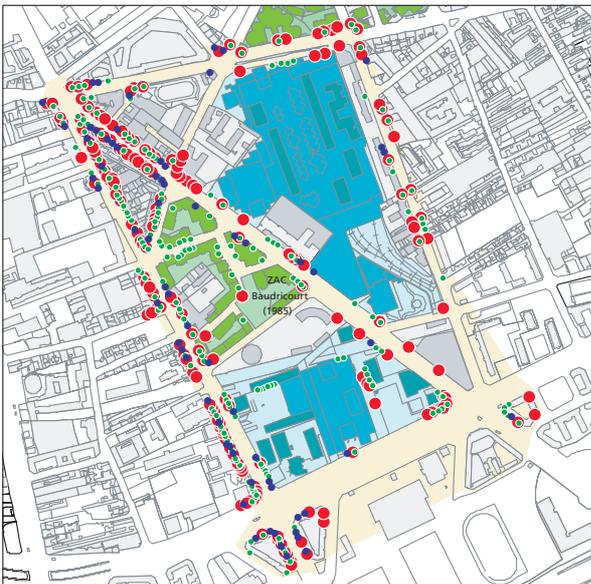
de 1982 à 1986



Mutations des commerces

- Commerces existants d'une date à l'autre
(Code SIREN existe toujours entre les deux années)
- Ouverture d'un commerce
(nouveau code SIREN d'une année à l'autre)
- Fermeture d'un commerce
(disparition du code SIREN d'une année à l'autre)

de 1986 à 1996



Source : Atelier GIV - IFU - 2002
Fichier SIREN 1975, 1982, 1986, 1996

tier se construisant progressivement auprès des asiatiques, elle a engendré un processus de généralisation et « d'ethnisation » de la fréquentation, les asiatiques achetant des produits de manière préférentielle auprès des commerces du même type ethnique.

Une pression économique exercée sur les commerces occidentaux

Le troisième facteur d'explication est plutôt d'ordre économique. Anne Raulin²¹ explique que dans le 13^{ème} arrondissement a été constaté un mécanisme économique original : l'établissement de deux commerces asiatique sur un même trottoir doit normalement faire chuter le prix du fond de commerce de l'établissement pris en étau entre les deux. Cependant, les informations fournies par des agents immobiliers du XIII^{ème} arrondissement ne vont pas dans ce sens : il semblerait plutôt que la présence des asiatiques dans ce secteur se soit traduite par une véritable flambée des prix. La valeur de certaines boutiques d'alimentation a pu être multipliée par trois ; des cafés – le plus souvent transformés en restaurants par les Asiatiques – ont été vendus avec une augmentation de 20 à 30 %. Le développement des commerces asiatiques a contribué à l'inflation des prix des locaux commerciaux ayant pour conséquence le départ des occidentaux.

Autre facteur économique, les produits des commerces asiatiques entrent en concurrence directe avec ceux des occidentaux. Les prix sont très concurrentiels par rapport aux commerces nationaux. Ceci peut s'expliquer par les spécificités économiques issues de la diaspora chinoise : dynamisme des capitaux, flexibilité de la main d'œuvre, haut rendement permanent du personnel concerné, économies d'échelle non négligeable réalisées par leur concentration sur un espace restreint...

D'autres mécanismes peuvent encore expliquer la prépondérance des commerces asiatiques : la recherche permanente de nouveaux marchés et de secteurs commerciaux proposant aux consommateurs de nouveaux produits.

Ces activités impliquent l'ensemble de la communauté, aussi bien en termes de main-d'œuvre que sur le plan des débouchés. Les entreprises utilisent un personnel asiatique et visent la même clientèle. **Le fort marquage de l'espace que les enseignes induisent dans des lieux commerciaux chinois et la mise en scène dans laquelle il s'inscrit, sont des exemples de processus d'appropriation de l'espace et de territorialisation**²². Ce double processus contribue à expliquer la régression qu'ont connue les commerces traditionnels occidentaux.

21 RAULIN A., « Espaces marchands et concentrations urbaines minoritaires, La petite Asie de Paris », in Cahier Internationaux de Sociologie, Volume LXXXV, 1988, pp 45-60

22 MA MUNG E., « Territorialisation marchande et négociation des identités : les Chinois à Paris » in Espaces et sociétés, Tome 2 n°96, 1999, pp 146-161

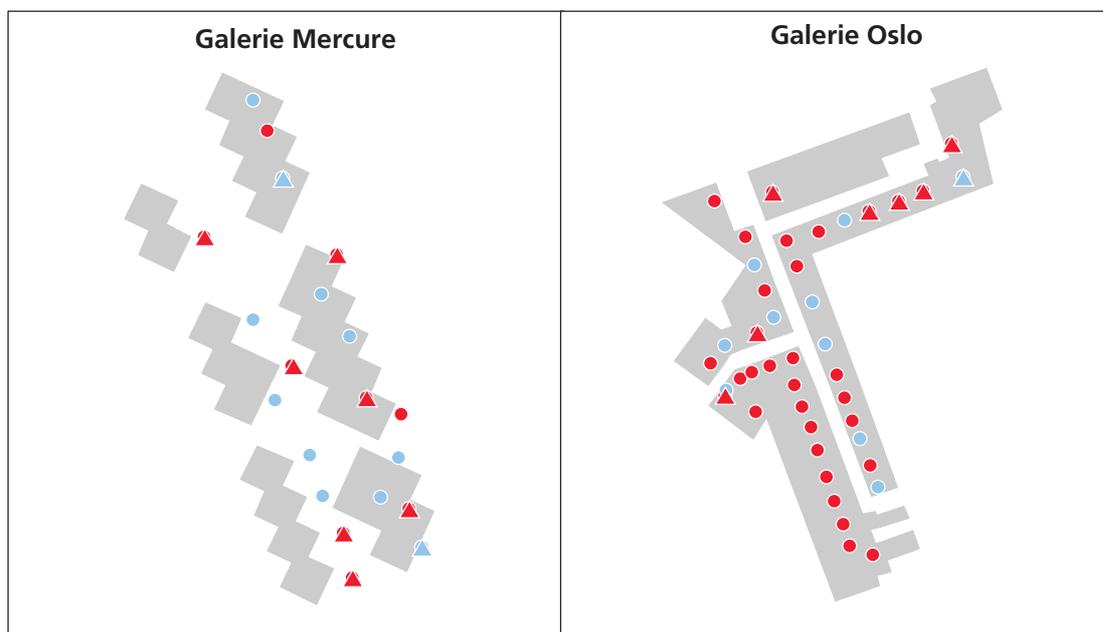
**MODE DE FONCTIONNEMENT ET RAYONNEMENT
DU COMMERCE ASIATIQUE**

■ Les infrastructures et pôles commerciaux actuels du quartier

Au sein du périmètre d'étude, la densité de commerces asiatiques est très forte. Il est en outre nécessaire de décrire la diversité des types et des tailles des commerces, de livrer une photographie instantanée au printemps 2002 du commerce dans le secteur d'analyse, allant du modeste restaurant isolé dans une petite rue du tissu de faubourg au supermarché généraliste asiatique et à l'entrepôt de commerce de gros situé sous la dalle.

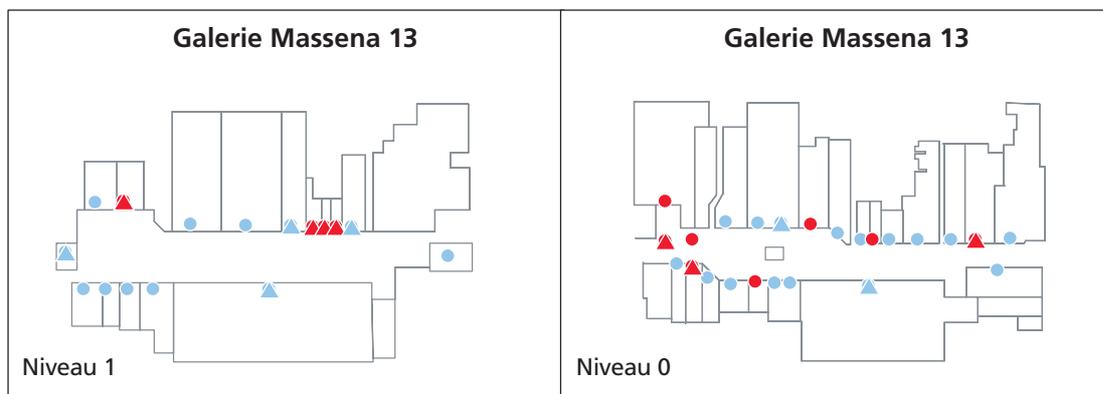
Cinq galeries commerciales ont été recensées, comme le montre la carte de localisation des galeries commerciales: deux d'entre-elles se situent dans des espaces fermés sous-dalle (Oslo et Stadium), une

Présentation et caractéristiques 2002 des galeries



Domination des cafés - restaurants

- ▲ Café restaurant occidental
- ▲ Café restaurant asiatique
- Autre commerce occidental
- Autre commerce asiatique



Domination de l'équipement de la personne

- ▲ Equipement de la personne occidentale
- ▲ Equipement de la personne asiatique
- Autre commerce occidental
- Autre commerce asiatique

Source: Atelier GIV - IFU Relevé de terrain 2002

autre est localisée sur la dalle (Mercure), une autre donne sur l'avenue de Choisy (le Kiosque de Choisy), la dernière et la plus importante (centre commercial Masséna 13) est accessible depuis l'avenue d'Ivry, le boulevard Masséna et l'avenue de Choisy.

Les galeries commerciales Stadium et Oslo

Ce sont des galeries commerciales couvertes et fortement marquées par l'activité asiatique. Elles ne disposent cependant pas du même dynamisme économique.

La galerie Oslo est formée d'une artère principale et de deux branches transversales. L'artère principale donne, d'un côté, sur la dalle de la tour Tokyo qui débouche sur la rue Regnault et de l'autre, sur la dalle en direction de la galerie Mercure. L'une des deux branches débouche sur l'avenue d'Ivry. La galerie donne également accès à une barre de logements (Squaw Valley) ainsi qu'aux parkings « sous-dalle ». L'entrée sur l'avenue d'Ivry s'effectue en rez de voirie, un escalator situé à l'intérieur relie le niveau de la rue et celui de la dalle. Les commerces occupent à cet endroit deux niveaux.



Il s'y trouve un large panel d'activités allant de la restauration à l'activité de service (banques, assurances), du bazar à la location de vidéo. Cette galerie bénéficie du passage des personnes désirant accéder à l'espace de la dalle depuis le sud du quartier. Elle révèle une dynamique commerciale importante. La galerie Oslo connaît une faible vacance des locaux commerciaux.

En revanche, la galerie du Stadium connaît certaines difficultés.

Elle est semi-ouverte et nécessite de passer sous l'un des bâtiments de logements pour y accéder depuis la dalle piétonne. Elle débouche sur l'avenue d'Ivry, huit mètres au-dessus du niveau de la rue. Des escaliers, une rampe et de escalators permettent de franchir le dénivelé. Cette galerie accueille des restaurants, un centre de fitness et un bowling (aujourd'hui fermés) ainsi que d'autres magasins.

Cette galerie connaît des problèmes de vétusté des locaux (notamment des problèmes d'amiante). Un incendie récent a provoqué la fermeture du centre de fitness et du bowling.



La galerie Mercure : un espace ouvert situé sur la dalle

Cet ensemble d'unités commerciales, dont les toits ont une forme rappelant celle des pagodes est desservie par une dalle piétonne. La galerie est localisée entre la rue de Tolbiac et la façade de la galerie Oslo. Ces petites unités de commerces, orientée à 45 degrés par rapport à l'axe principal de la dalle, organisent un parcours sinueux et dégagent des espaces ponctuellement appropriés par les terrasses des restaurants.

Les activités commerciales de la galerie Mercure sont majoritairement tournées vers l'alimentaire avec de nombreux restaurants asiatiques, un petit supermarché ouvert récemment (Franprix) et des com-

merces traditionnels occidentaux (boulangerie, bar-tabac, fleuriste, pharmacie). Les commerces occidentaux disposent essentiellement d'une vocation commerciale de proximité destinée aux résidents des Olympiades.

Le centre commercial Masséna 13 et la place de Vénétie

Se situant à l'ouest de l'avenue d'Ivry tout au sud de l'îlot Villa d'Este, cette galerie commerciale accueille un hypermarché Géant Casino et de nombreuses boutiques réparties en deux étages superposés débouchant sur la place de Vénétie dont deux façades sont bordées de commerces.

On y distingue deux types de commerces particuliers.

A l'intérieur du centre commercial, autour de l'hypermarché Géant Casino, gravitent de nombreux commerces qui profitent de son attraction. **La présence asiatique y est plus nuancée**, la quasi-majorité des commerces est à vocation occidentale et les enseignes sont françaises. Par contre, la présence asiatique est visible au travers des employés de ces commerces.

A l'extérieur du centre commercial, la place de Vénétie est bordée sur deux de ses côtés par des commerces asiatiques.

Le tissu de faubourg avoisinant et les rues situées à proximité des Olympiades et de Villa d'Este

Autour des deux ensembles immobiliers de la dalle des Olympiades et Villa d'Este, le quartier apparaît comme une mosaïque de commerces concentrés le long des artères principales (avenues d'Ivry et de Choisy). Ces commerces se situent en pied d'immeuble ou dans des constructions basses plus anciennes rappelant le vieux quartier industriel du XIII^{ème} arrondissement.

La distribution des commerces le long des avenues d'Ivry et de Choisy est marquée par une présence plus forte des asiatiques au nord de la rue Baudricourt. Ils sont aussi implantés avenue de Choisy, en particulier au sud, aux approches de Villa d'Este.

Une localisation atypique pour un commerce peut être signalée : celle du supermarché Tang Frères, dont l'entrée et le parking débouchent sur l'avenue d'Ivry. Le supermarché est installé dans un hangar entre les immeubles H.L.M. des années 1960 et les tours des Olympiades.

Une autre concentration commerciale est celle du Kiosque de Choisy situé au 1-5 avenue de Choisy. Il s'agit d'un espace regroupant au pied de tours et barres des restaurants et quelques bijouteries. Ces commerces s'organisent autour de places et les accès se font par la rue.

Dans les rues perpendiculaires aux grands axes avenue d'Ivry et avenue de Choisy, des commerces sont isolés ou regroupés par deux ou trois boutiques. Des commerçants asiatiques se sont installés dans certaines de ces boutiques, mais leur part est moins importante dans ces commerces dispersés que le long des avenues principales.

Caractéristiques des principaux espaces commerciaux du secteur Olympiades/Villa d'Este.

Espace commercial	Superficie / longueurs linéaires	Nbre de commerces	Secteurs d'activité dominants	Nbre	
					%
Galerie Oslo	738m ²	42	Equipement de la personne	12	28,5
			Culture, sport, loisirs	10	23,8
Galerie Mercure	311m ²	20	Café-restaurant	11	55,0
			Services	3	15,0
Galerie Masséna 13	1400m ²	40	Equipement de la personne	13	32,5
			Services	6	15,0
Avenue de Choisy	776 m de long (perim.étude)	79	Café-restaurant	29	36,7
			Equipement de la personne	13	16,4
Avenue d'Ivry	860 m de long (perim.étude)	47	Café-restaurant	15	31,9
			Alimentaire	8	17,0

Ce tableau peut être visualisé sur les deux cartes qui présentent les caractéristiques principales des galeries et des deux artères commerciales.

Présentation et caractéristiques des avenues d'Ivry et Choisy en 2002



Source : Atelier GIV - IFU
Relevé de terrain 2002

▲ Café restaurant asiatique ● Autre commerce asiatique
▲ Café restaurant occidental ● Autre commerce occidental

Les entrepôts de vente du niveau gare

Les activités installées au niveau gare sous la dalle sont diverses et nécessitent des espaces de stockage importants. Les entrepôts, loués par la SNCF, accueillent majoritairement les marchandises importées d'Asie et jouent essentiellement un rôle de plaque-tournante et de redistribution à l'échelle de Paris et de la première couronne. L'accès des véhicules se fait par une rampe débouchant sur la rue Nationale et les accès piétons par des escaliers.

Une large partie de l'activité est orientée vers des produits alimentaires (produits frais, fruits exotiques, produits de la mer surgelés...) et des produits d'équipement divers (bazar, hifi-vidéo...). Des activités de services ont trouvé des espaces disponibles en lien avec une utilisation ne nécessitant pas un contact direct avec un espace commercial ouvert au public (pressing industriel, entreprise de messagerie rapide).

Le stockage en entrepôt de la halle

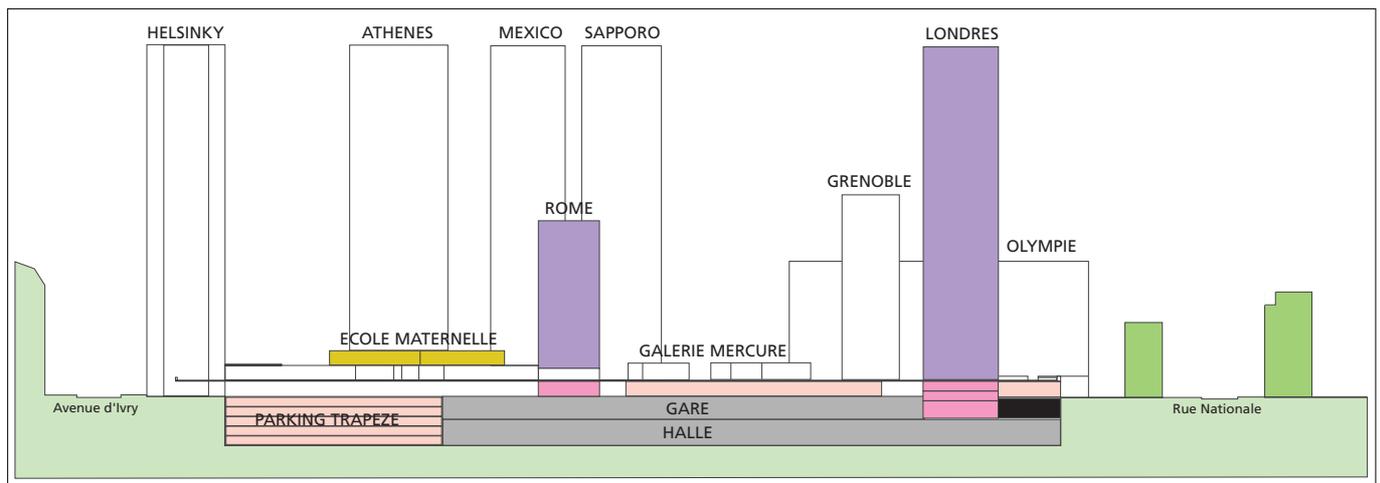
Les entrepôts du niveau halle sont d'une taille importante et d'un nombre plus restreint que les entrepôts de la gare situés au niveau supérieur. La SNCF loue certains entrepôts à l'entreprise DOCKCITE qui sous-loue elle-même ces locaux pour tous types d'entreprises souhaitant disposer d'espaces de stockage plus ou moins importants selon la nature de leur activité.

C'est dans cet espace que convergent principalement les conteneurs arrivant des ports du nord de l'Europe par semi-remorques. La configuration spatiale ne permet pas la fréquentation des lieux par le public. Les activités principales sont majoritairement celle de l'import et de la redistribution à l'échelle locale et régionale.

Exemples d'activités : import et stockage de produits ménagers par une entreprise asiatique pour le compte de grandes chaînes de grande distribution française (Carrefour, Leader Price), import et distribution par livraison de mobilier à destination de restaurants asiatiques...

La coupe transversale permet de mieux comprendre le découpage de l'espace et de resituer les différents niveaux de la dalle.

DALLE DES OLYMPIADES - COUPE TRANSVERSALE

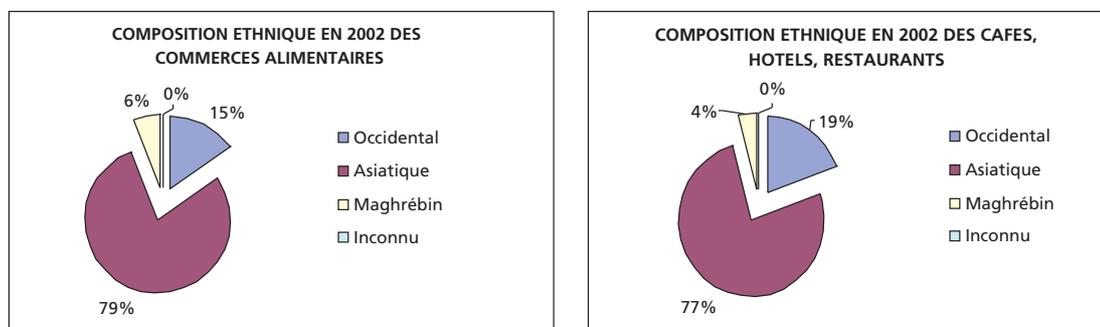


Source : Atelier GIV - IFU 2002 - d'après fond de plan APUR

■ L'appropriation du quartier par les commerçants asiatiques

D'après le traitement statistique du relevé de terrain, près de 65% des commerces du périmètre étudié, sur les 328 recensés, sont de type asiatique. Les graphiques ci-dessous représentent les deux secteurs d'activités marquants du périmètre : les secteurs des cafés-restaurants et des commerces alimentaires.

Les graphiques mettent bien en évidence des commerces asiatique dans ces deux secteurs d'activité.



Source : relevés de terrain 2002-Atelier GIV

La présence massive de commerces asiatiques se traduit par une forte représentation dans l'espace urbain. En effet, comme Emmanuel Ma Mung¹ l'explique, le quartier des Olympiades semble être, avec celui de Belleville, le territoire marchand asiatique le plus visible de Paris. A l'inverse, la concentration commerciale du quartier des Arts et Métiers et de la rue du Temple dans le III^e arrondissement est différente dans la mesure où son invisibilité relative ne le fait pas désigner comme « quartier chinois » bien que le nombre d'établissements asiatiques y soit proche du périmètre de l'étude. Il est vrai que le type d'activité commerciale du quartier des Arts et Métiers est assez spécifique. Il s'agit d'un commerce de gros et demi-gros, spécialisé dans la maroquinerie et la bijouterie. Cette spécialisation ne lui permet probablement pas de jouer la carte touristique au même niveau que le commerce de détail dans le XIII^e arrondissement.

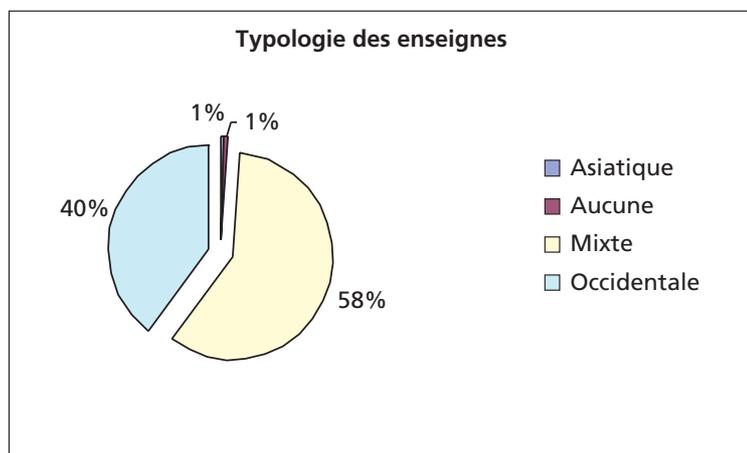
Les enseignes jouent un rôle important dans la représentation et la spécialisation du quartier. En effet, la mise en scène et le décor de cette représentation participent d'une certaine territorialisation à travers une appropriation significative de l'espace.

Lors du relevé de terrain, les enseignes des magasins ont été répertoriées selon trois critères :

- des enseignes écrites uniquement en français,
- des enseignes mixtes, associant une écriture en français et des caractères asiatiques,
- des enseignes uniquement en caractères asiatiques.

Comme le montrent le graphique et la carte ci-après représentant la typologie des enseignes, la majorité des commerces ont des enseignes de type mixte (58%). Seul deux commerces ont des enseignes uniquement en caractères asiatiques.

Les commerces aux enseignes uniquement rédigées en français se situent aux franges du périmètre et dans les galeries commerciales. Les galeries commerciales ne semblent pas suivre les mêmes logiques d'implantation que les rues du quartier.



Source : relevés de terrain 2002-Atelier GIV

¹ MA MUNG E., «Territorialisation marchande et négociation des identités : Les chinois à Paris» in *Espaces et Sociétés*, n°96, Tome 2, 1999, pp. 144 – 161.

Pour les commerçants asiatiques, il s'agit en premier lieu de manifester leur appartenance ethnique comme argument commercial. Le quartier est devenu une place touristique très fréquentée. Même le restaurant Mac Donald, avenue de Choisy, porte une enseigne mixte. Au-delà de l'argumentaire commercial et de l'impact touristique que représentent les différents types d'enseignes, le choix des caractères asiatiques prend également une autre signification : celle de marquer son appropriation de l'espace.

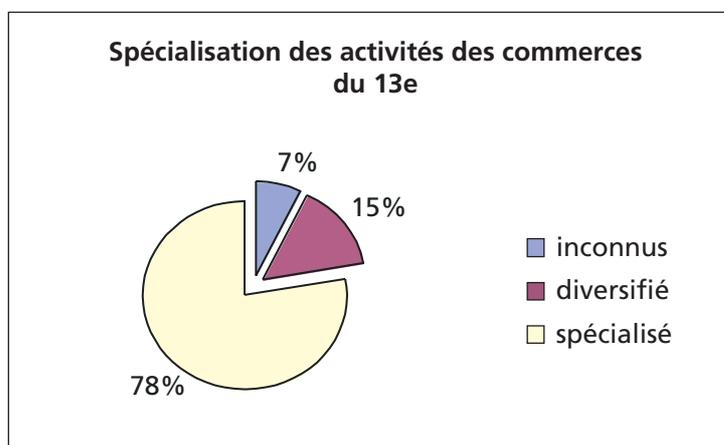


■ La diversification des activités

Deux hypothèses ont été émises au début de l'étude :

- la première portait sur la diversification des produits vendus (ex : commerces alimentaire dans lesquels on trouve aussi des vêtements...);
- la seconde portait sur la spécialisation dans certains types d'activités bien précis.

Le relevé de terrain a pris en compte ces hypothèses en informant pour chaque commerce s'il était spécialisé (un seul type d'activité proposé) ou diversifié et le type d'activité proposé.



Source : relevés de terrain 2002-Atelier GIV

En ce qui concerne la diversification des activités, il semble que l'hypothèse émise ne soit pas complètement vérifiée.

En effet, le relevé de terrain indique que seuls 15% des commerces sont diversifiés, 78% sont spécialisés et 7 % ne peuvent être identifiés.

Il est important de comprendre que ce degré de diversification des activités reste général et ne prend pas en compte les particularismes de l'origine ethnique des produits.

En ce qui concerne l'hypothèse de la spécialisation des activités du quartier, il a été constaté précédemment que la structure du commerce n'avait pas évolué véritablement. Cependant une interrogation subsiste. D'après les sources bibliographiques, les activités préférentielles exercées par les asiatiques primo-arrivants sont celle de la restauration et de l'habillement. De plus, la part de commerces asiatiques croît de manière non négligeable dans le quartier. Ce dernier aurait donc dû se spécialiser véritablement dans la restauration ou d'autres secteurs traditionnels.

L'intégration des asiatiques dans d'autres secteurs commerciaux semble pouvoir expliquer ce phénomène. Selon un entretien mené auprès d'un restaurateur implanté depuis vingt ans dans le quartier, certains asiatiques travaillant dans la restauration se sont reconvertis dans d'autres activités contribuant à rééquilibrer la part de chaque secteur d'activité au sein du quartier. Ce sont essentiellement des asiatiques installés depuis plusieurs années qui changent d'activité, motivés par des horaires plus confortables et tentés par des secteurs de service par exemple (banque, agents immobiliers...).

Pour conclure, les commerces sont généralement spécialisés dans leur offre commerciale mais les types d'activités tenus par les asiatiques se diversifient.

Il semble opportun dans de futures études sur le quartier d'analyser d'un point de vue sociologique l'évolution de l'intégration professionnelle des asiatiques dans le quartier afin de préciser les tendances relatives à la mutation de leurs activités.

LES MODES DE FONCTIONNEMENT DES COMMERCES DE SURFACE ET LEUR RAYONNEMENT

L'étude de la compréhension des spécificités des commerces asiatiques situés sur le périmètre Olympiades/ Villa d'Este, plus spécifiquement au niveau des rues et des galeries commerciales, s'est réalisée en s'appuyant sur une analyse des logiques de création et d'implantation et sur les modes de fonctionnement des commerces et leur fréquentation. L'ensemble des résultats présentés ci-dessous a été obtenu grâce à la réalisation d'entretiens menés auprès de commerces asiatiques et d'enquêtes de fréquentation.

■ La réalisation des entretiens

Réalisation de l'enquête auprès des commerçants asiatiques

Après avoir déterminé un échantillon de 20 commerces, il fallait aller directement démarcher sur le terrain afin de requérir un entretien auprès des commerçants. Faire du porte à porte a permis de rencontrer les interlocuteurs et de passer l'entretien sur le mode d'un face à face. Pour maximiser les chances de rendez-vous, il était indispensable de se présenter à des heures « creuses » de leur activité en évitant principalement le week-end. Par ailleurs, garantir l'anonymat des personnes interviewées paraissait primordial pour les mettre en confiance.

Cependant, comme dans toute enquête, se pose le problème des refus et des difficultés d'accéder aux responsables des commerces, ce qui a conduit à **modifier légèrement l'échantillonnage prévu au départ comme il est possible d'observer sur le tableau ci-après.**

Selon le type d'activité, il était plus ou moins facile de réaliser l'entretien. Ainsi, dans les salons de coiffure, recevant une clientèle quotidienne de façon continue (souvent sans rendez-vous), il était impossible d'accéder au responsable, ce dernier étant toujours occupé. De même, les hypermarchés connaissant une activité intense à toute heure de la journée, il était difficile de trouver un créneau horaire de démarchage pertinent. Par ailleurs, les responsables étaient souvent absents, et les employés refusaient la plupart du temps de prendre la responsabilité de répondre.

De plus, il était prévu de procéder par entretiens semi-directifs, de manière à mettre en évidence les logiques de fonctionnement des commerces. Cependant, la faible éloquence des interlocuteurs a souvent conduit à transformer les entretiens semi-directifs en entretiens directs, provoquant le risque d'influencer le discours de l'enquêté.

L'échantillon final comporte une majorité de petites entreprises : 14 des 22 commerces enquêtés comptent moins de 10 employés, 7 ont un personnel compris entre 10 et 30 employés, et seulement un commerce comprend un personnel important qui regroupe 300 à 350 employés. Il convient ici de préciser que l'importance du personnel n'est pas estimée en fonction des établissements commerciaux mais en fonction de la taille de l'entreprise mère. Les employés peuvent en effet être répartis sur les différents commerces d'un même groupe.

Echantillon théorique (20)

7 Café- restaurants

6 commerces de restauration
1 commerce de débit de boisson

4 Equipement de la personne

2 commerces de détail (vêtement et chaussures)
1 bijouterie horlogerie
1 entreprise de soins du corps

5 Equipement de la maison

2 commerces de son et image
2 entreprises de stockage
1 magasin populaire (bazar)

2 Alimentation

2 commerces alimentaires

2 Services

1 entreprise de service immobilier
1 entreprise d'autre service

Dont :

1 situé en niveau halle
1 en niveau gare
5 sur la dalle
9 dans un secteur d'immeubles de faubourg
4 dans un secteur de tours et de barres

Echantillon effectif (22)

9 Café- Restaurants

6 commerces de restauration
3 commerces de débit de boisson

4 Equipement de la personne

2 commerces de prêt à porter
1 Duty Free
1 bijouterie

6 Equipement de la maison

2 commerces de Vidéo- Audio
2 entreprises de stockage
2 commerces d'artisanat (bazar)

1 Alimentation

1 commerce alimentaire

2 Services

1 agence immobilière
1 commerce d'autres services (fournitures pour restaurant)

Dont :

1 situé en niveau halle
1 en niveau gare
8 sur la dalle (galerie Oslo)
11 dans un secteur d'immeubles de faubourg
1 dans un secteur de tours et de barres

La plupart des commerçants rencontrés se sont déclarés d'origine chinoise (14 dont 6 Chinois, 6 Chinois du Cambodge, une Chinoise du Vietnam et un Chinois de Hongkong), le reste de l'échantillon comprend 5 Vietnamiens et 3 Cambodgiens.

Enfin, sur les 22 commerçants interviewés, 12 sont locataires de leur fonds de commerce, 7 sont propriétaires et les 3 autres ont un statut inconnu.

Les difficultés rencontrées

Lors du démarchage, les enquêteurs se sont heurtés à de nombreux refus de la part des commerçants, et ceci pour des raisons diverses :

- la barrière de la langue,
- l'absence récurrente et le manque de temps des responsables,
- la sollicitation excessive de la communauté asiatique,
- la méfiance des commerçants asiatiques.

Une des premières difficultés de cette enquête réside dans le fait qu'il n'est pas aisé d'entrer en contact avec la population asiatique qui manifeste une certaine méfiance à l'égard de l'enquêteur, notamment lors de la prise de contact et de la présentation de l'enquête. En effet, lorsque des mots touchant au fonctionnement du commerce étaient prononcés, les commerçants avaient tendance à se rétracter. Au fil de la journée le discours a dû être adapté afin d'obtenir plus facilement des rendez-vous. Il était mieux accepté d'évoquer des termes plus généraux ne les concernant pas directement tels que « *la vie du quartier* » ou « *son évolution* ».

La barrière de la langue a également justifié un certain nombre de réponses défavorables.

Une des autres causes de refus évoquées était l'absence de la personne responsable en raison de voyage d'affaire en Asie, de différents commerces détenus à Paris et en Ile de France, ou encore d'horaires aléatoires...

Enfin, le contexte particulier de ce quartier aux couleurs asiatiques en a fait un véritable laboratoire d'étude : les commerçants étant la cible répétée des enquêteurs, deviennent agacés par les nombreuses sollicitations comme l'a indiqué le responsable d'un restaurant chinois : « *nous sommes trop sollicités par plein de gens. Ce n'est pas possible de répondre à tout le monde, nous n'avons pas le temps* ». Elle ajoute que « *les chinois n'aiment pas répondre car ils ne veulent pas parler d' « avant* », ils pensent « *devant* » et pensent à travailler ».

En revanche, une fois le premier contact établi et le rendez-vous accepté, les entretiens se sont déroulés de manière satisfaisante.

■ Les logiques de création et d'implantation des commerces asiatiques

Il s'agit d'étudier et de comprendre les facteurs déterminants de l'implantation des commerces asiatiques ainsi que les formes d'appropriation et de recomposition de l'espace commercial du quartier.

Une volonté de regroupement communautaire

La concentration commerciale asiatique, qui a pris naissance au tournant des années 1970-1980, a fortement contribué à transformer l'identité du quartier.

La concentration des établissements commerciaux révèle des stratégies d'implantation où interviennent plusieurs déterminants.

Dans une aire urbaine alors en pleine rénovation, l'importante sous-occupation des emplacements commerciaux a rendu possible l'implantation des commerçants asiatiques. Les commerçants interrogés disent avoir trouvé un « *quartier vide* » où « *personne ne voulait s'installer* ». Dans son étude, Anne Raulin¹ explique la faiblesse de la densité commerciale du XIII^e arrondissement par la forte attractivité économique du centre actif, administratif et historique de Paris au détriment des arrondissements périphériques.

Ainsi, des commerces invendables depuis des années ont trouvé acquéreur parmi la communauté asiatique à des coûts renchérissables comme l'expose un commerçant présent dans le quartier depuis 1981 : « *Les Asiatiques ont fait la surenchère, ils ont réussi à tout acheter* ».

Par ailleurs, les grands supermarchés de Tang Frères et de Paristore, en créant un pôle d'attraction et d'animation en soi, ont joué un rôle particulièrement important dans la volonté de regroupement communautaire des familles et des commerçants asiatiques. Par leur simple présence, ils ont insufflé une dynamique considérable en termes de stratégie commerciale.

Le choix de l'implantation dans le XIII^e arrondissement semblait évident et logique à la plupart des commerçants interrogés dont la volonté était de se concentrer sur un espace restreint afin de « *rester ensemble, avec les autres Chinois* ».

¹ RAULIN A.,
Espaces marchands
et concentrations
urbaines minoritaires,
la petite Asie de
Paris, in Cahiers
Internationaux de
Sociologie, vol.
LXXXV, 1986, pp.
225-242.

Un autre déterminant qui intervient est **le niveau élevé d'attraction commerciale de l'emplacement dû à la présence de nombreux établissements asiatiques**. C'est pour profiter de l'attraction induite par la concentration géographique initiale où « *la clientèle existe déjà* » que le choix s'effectue, mais c'est aussi l'idée que le renforcement de la concentration géographique dû à cette implantation supplémentaire va élargir d'autant l'attractivité du secteur. Les commerçants rencontrés ont conscience de la renommée désormais internationale de leur quartier grâce à leur image de vitrine asiatique. Ils sont venus « *parce que c'est le quartier asiatique* », parce qu'il est « *très connu à l'étranger* », que « *les touristes passent tous par ici* » et qu'il est par conséquent « *très avantageux d'être ici* ».

De plus, ils expriment un certain orgueil à dire qu'ils ont transformé le quartier de manière assez radicale pour aboutir à un statut majoritaire, voire dominant. Certains vont même jusqu'à affirmer qu'ils ont nettement amélioré la situation du quartier et sont assez fiers d'avoir changé le paysage urbain pour en faire un pôle d'attraction.

Ainsi, le quartier a peu à peu adopté les couleurs de l'Asie grâce à une mise en scène et une animation commerciale bien spécifique. Il est probable que la tonalité asiatique s'accroît toujours plus aux dépens de la présence d'autres types d'activités. C'est ce qu'exprime en tout cas un salarié d'origine française employé par un Chinois en expliquant qu'il n'y aura pas, à son avis, sur le quartier, de création d'entreprise « *occidentale* » à proprement parler « *parce qu'ici, il faut un chinois à la tête* ». Cependant, il arrive que certains regrettent que l'hégémonie commerciale asiatique ne permette pas plus d'intégration entre commerçants français et asiatiques qui « *se mélangent peu* ».

L'implantation des commerces asiatiques dans le quartier révèle donc **une stratégie économique reposant sur la volonté d'un regroupement communautaire**. Les commerçants interrogés sont conscients de l'opportunité commerciale considérable que représente la concentration sur un espace urbain restreint du fait des économies d'échelle réalisées et des flux importants de clients et de marchandises qui traversent le quartier. Seulement deux des vingt-deux commerçants rencontrés disent être venus s'installer par hasard dans le secteur.

Une ouverture à de nouveaux secteurs

La création d'entreprise chez les Chinois implantés en France n'est pas un fait nouveau. Elle date du début de l'immigration chinoise, dès les premières années du XX^{ème} siècle. Jusqu'aux années 1975-1980, ils ont pratiqué principalement des types de commerces bien précis comme la restauration, la maroquinerie, le marché des objets chinois, dit « *chinoiseries* », la pédicurie, ou le commerce ambulancier, l'exotisme des produits asiatiques étant particulièrement apprécié de la bourgeoisie parisienne². De son côté, la communauté chinoise était jusqu'à cette date numériquement trop peu importante pour former une clientèle potentielle.

C'est avec l'arrivée massive des réfugiés en provenance d'Asie du Sud-est, après 1975, que la conjoncture se modifie profondément. Les activités économiques et professionnelles chinoises se multiplient et se diversifient au cours des années 1980 pour répondre aux attentes des chaland, qu'ils soient parisiens ou originaires d'Asie : confection, bijouterie, coiffure, instituts de beauté, agences immobilières, agences de voyages, pâtisseries, boucheries, boutiques de traiteurs, supermarchés alimentaires...

C'est à cette époque que se sont créées les grandes entreprises commerciales, comme Tang Frères et Paristore, qui contrôlent aujourd'hui le marché de distribution des produits alimentaires venant de toute l'Asie.

De nos jours, si les restaurants et le secteur alimentaire asiatique restent largement majoritaires, le commerce asiatique de XIII^{ème} offre de ce fait des services de plus en plus diversifiés.

² YU-SION L., *Les Chinois de Paris depuis le début du siècle. Présence urbaine et activités économiques*, in *Revue des Migrations Internationales*, Vol 8, no 3, 1992.

Le choix de la tradition

UNE TRADITION FAMILIALE

Pour certains des commerçants interrogés, le choix d'exercer la profession de commerçant paraissait des plus naturels étant donné qu'il s'agissait d'un métier de tradition familiale. Tous les membres d'une même parenté détiennent au moins un fonds de commerce en se référant à un savoir-faire acquis parfois sur plusieurs générations. De cette manière, certains commerçants déploient **un véritable réseau familial, aussi bien à l'échelle locale que parisienne ou francilienne**.

Certains commerçants ont préféré délaisser leurs anciennes localisations pour venir s'installer « *en famille* » dans le quartier tandis que d'autres se déploient sur un périmètre beaucoup plus vaste.

Il semble que les membres d'une même famille soient



engagés dans des activités similaires, notamment dans la restauration ou le prêt-à-porter. Mais dans d'autres familles, ils peuvent également s'investir dans des activités complémentaires : ainsi l'un travaille dans la restauration rapide dont une partie des produits provient de l'entrepôt alimentaire de commerce de gros situé sous la dalle des Olympiades tenu par des membres de sa famille. Elles peuvent encore être spécialisées dans des domaines très différents : c'est le cas de tel restaurateur dont la famille possède une activité de prêt-à-porter.

Certaines familles, enfin, sont regroupées en société (SARL, SEI...) pour faciliter la gestion.

DES COMMERCES TRADITIONNELS

La création d'entreprises chez les asiatiques n'est pas toujours liée à une tradition marchande. La plupart des commerçants rencontrés n'ont appris leur profession qu'en arrivant en France. Devant la précarité sociale et l'**absence de qualification**, s'installer à son compte en choisissant d'**exercer une activité dite traditionnelle, représente pour eux un mode d'insertion socio-économique** très efficace au sein de la société française.

Concernant plus particulièrement la **restauration**, le choix d'exercer cette profession « classique » réside principalement dans la volonté d'intégration sociale dans le pays d'accueil. Les individus de la communauté asiatique, récemment arrivés en France, n'hésitent pas à tenter leur chance dans ce secteur d'activité en raison de la faible qualification que cela requiert. L'un des commerçants interviewés explique qu'il a choisi d'être restaurateur parce que « *cette profession, comme le prêt-à-porter, exige moins de diplômes ; ce sont des métiers que tous savent faire* ». La possibilité d'être indépendant et d'avoir un fonds de commerce personnel présente une alternative intéressante pour échapper à la précarité. Ces restaurants bénéficient par ailleurs de la proximité des centres commerciaux tels que Tang frères ou Paristore où ils effectuent leur approvisionnement en produits asiatiques.

Les marchés de la restauration et de l'alimentation paraissent cependant aujourd'hui saturés, et les commerçants préfèrent se lancer dans des secteurs plus « originaux », ce qui traduit une **grande faculté d'adaptation et une mobilité professionnelle**.

Le choix de la nouveauté

Les commerçants asiatiques révèlent une grande **capacité d'adaptation aux conditions du marché local**, ce qui leur a permis de choisir une activité récente, de se reconverter ou de se réimplanter. Ainsi, l'activité de commerce semble reposer sur une stratégie d'intégration économique qui se fonde finalement peu sur une qualification artisanale de métier. **Pour bon nombre de commerçants interrogés, la spécialisation semblait aléatoire et peut être à tout moment repensée en fonction de la conjoncture économique**. Ils s'adaptent à la demande dans un souci permanent de rentabilité. Un tel abandonnera l'artisanat pour s'engager dans l'activité d'import-export avec la Chine, le Vietnam et la Thaïlande, tel autre renoncera à la restauration pour vendre des fournitures pour restaurant, ou encore tel commerçant de souvenirs d'Asie choisira volontairement de ne pas s'aventurer dans la restauration ou le secteur alimentaire selon lui sur représentés et par conséquent trop risqués. Enfin, tel employé d'une agence immobilière déclare explicitement avoir choisi ce secteur d'activité parce qu'il « permet de gagner de l'argent ». Il rajoute que la première agence immobilière implantée sur le quartier a ouvert il y a déjà 20 ans et que maintenant, il en existe 6 ou 7.

Ainsi, les commerçants asiatiques témoignent d'un véritable **parcours de la réussite**, notamment grâce à leur grande faculté d'adaptation. Ils intègrent très rapidement l'évolution de la conjoncture économique ou du cadre juridique du pays d'accueil pour rebondir en conséquence : changer de spécialisation s'il le faut, voire de localisation. Aussi, la responsable d'une boutique de prêt à porter explique qu'elle tenait auparavant avec sa famille, des stands dans le métro, mais qu'ils ont dû « remonter à la surface » lorsque cette activité a été interdite. La même commerçante explique qu'ils ont tellement été contrôlés qu'ils ont dû assimiler très vite les pratiques propres au pays d'accueil, notamment en ce qui concerne les règles d'hygiène (encombrement de la voie publique par les cartons d'emballage) et l'étiquetage systématique des produits. Les migrants asiatiques présentent une telle volonté d'entreprendre qu'ils sont particulièrement efficaces. Il reste à comprendre les mécanismes sous jacents de leur réussite socioprofessionnelle.



■ Un mode de fonctionnement traditionnel en mutation

L'acharnement au travail et la volonté de s'intégrer ne suffisent pas à expliquer la réussite socioprofessionnelle des réfugiés du sud-est asiatique. Il faut également tenir compte de **l'importance des relations de confiance mutuelle** qui, sous des formes variées, constituent un puissant encouragement et une forme d'entraide collective particulièrement efficace.

La concentration des activités ethniques génère des **réseaux de solidarité** entre membres d'une même parenté, d'une même origine géographique, ou d'une même profession. L'échange régulier entre les groupes ethniques et régionaux ou professionnels détermine le dynamisme de l'économie ethnique. L'origine nationale apparaît comme l'élément essentiel du fonctionnement économique de la communauté, il existe cependant des interférences entre les divers groupes.

Les relations financières

Dans son ouvrage Paris 13e, Lumières d'Asie, Yu-Sion Live expose que « *la relation de confiance est l'un des traits caractéristiques de l'organisation économique des Chinois de Paris. Dans les relations commerciales, la confiance mutuelle, xinyong en chinois, est un capital de crédit à la fois sur le plan psychologique et sur le plan financier. (...) Le taux de crédit (confiance) d'un entrepreneur est lié à de vieilles amitiés, à des liens de parenté avec les partenaires commerciaux, à l'appartenance à un groupe dialectal ou à une association...* ».

Cette idée de relation fondée sur la confiance fait souvent référence au système de la tontine, ou hui en chinois, qui signifie étymologiquement « *association, réunion, groupe ou groupement* » et qui permet de « *donner sa chance à tout le monde* » parce que les membres de la communauté asiatique sont pleinement conscients de la difficulté de la situation de précarité des nouveaux venus et de leur difficulté à s'intégrer dans le pays d'accueil.

Parmi les commerçants rencontrés, certains ont ouvertement évoqué ce système de financement qui a permis, grâce à la participation de parents ou d'amis, la concrétisation de leur projet professionnel. Tel entrepreneur relate ainsi que les apports financiers de la famille s'élèvent à 60% et ceux des amis à 40%, et sans lesquels il n'aurait pu ouvrir son commerce de restauration rapide et son magasin d'informatique. Le contrat passé entre l'organisateur et les participants est établi sur la parole, sans écriture. Fondé sur une relation de confiance, le même commerçant explique « *pourquoi ce système reste essentiellement familial* ». Les amis qui l'ont encouragé dans son entreprise sont tous trois de la même origine ethnique que lui, « *ce sont des amis d'enfance* ».

Le contrat repose donc sur des valeurs culturelles telles que le sens familial, l'amitié, le sentiment d'appartenance à un groupe ethnolinguistique...et c'est une obligation morale que de se montrer digne de la confiance témoignée par ses proches. Un autre commerçant qui a également bénéficié de ce système pour créer son restaurant en 1982, explique que le respect du contrat doit se faire au nom de la réputation. Une mauvaise réputation peut empêcher l'implantation sur le quartier.

La tontine s'organise autour d'un responsable qui est celui qui a, au départ, sollicité l'aide financière. Celui-ci gère une caisse commune alimentée par l'ensemble des prêteurs et doit rembourser chaque mois l'un d'entre eux.

Ainsi, la tontine joue un rôle de première importance dans la stratégie de fonctionnement économique de la communauté asiatique. Cependant, il semblerait que ce système de capitalisation périclite aujourd'hui au regret de certains qui sont attachés au fait de « *suivre la coutume* ».

Un tel fera reposer la faute sur la nouvelle génération qui ne veut pas « *suivre la tradition* » et s'oriente vers d'autres modes de fonctionnement. Un autre expliquera ce phénomène par le fait que la population asiatique a aujourd'hui les moyens de se tourner vers le système bancaire. A ce propos, l'implantation de l'International Commercial Bank of China au carrefour de la rue Tolbiac et des avenues de Choisy et d'Ivry révèle cette évolution.

En outre, si elle repose souvent sur la solidarité et l'entraide intra-communautaire, **la création d'entreprise n'est pas toujours liée aux apports de capitaux propres au système de la tontine**. A ce titre, l'exemple de l'enseigne **Paris Store** est intéressant à étudier. Ancien grossiste au Cambodge, l'actuel PDG du groupe est arrivé en France en 1976, avec le projet de monter une société spécialisée dans l'importation de produits alimentaires venant d'Asie, pour les redistribuer localement. Ne disposant pas à l'époque d'un capital suffisant pour acheter un fond de commerce, il a d'abord loué un local d'environ 75 m² situé vers la place d'Italie, pour y créer un petit supermarché alimentaire. Son projet a pu prendre forme grâce à la solidarité de ses amis qui lui ont fait des avances sur le paiement des produits. Aujourd'hui, Paris Store, regroupé en SARL, possède plusieurs surfaces commerciales dont deux dans le 13^{ème} (le magasin créé en 1976 et celui du 44 av. d'Ivry), trois à Paris (10^{ème}, 8^{ème} et 19^{ème}), deux en banlieue (Lognes et Aulnay-sous-bois) et trois en province (Lyon, Strasbourg et Toulouse). Le groupe est par ailleurs associé au Continental Marché du 21, av. d'Ivry dans le 13^{ème}.

La réussite des commerçants qui ont bien voulu témoigner de l'entraide et de la solidarité dont ils ont pu profiter au sein de leur communauté montre à quel point **la notion de confiance est le pivot de l'organisation socio-économique et culturelle des migrants asiatiques**. Pour faire face à leur manque de qualification professionnelle en terre d'émigration et à la précarité de leur condition sociale, commune à la plupart des étrangers, la création d'entreprise, représente, pour eux, un moyen d'intégration.

Les relations professionnelles

Les relations avec les fournisseurs

Compte tenu des conclusions tirées auparavant, on pourrait penser que le choix des fournisseurs se réfère à un réseau de solidarité, qu'il soit familial, amical ou ethnique. Or, si c'est le cas pour certains des commerçants interrogés, c'est, semble-t-il, loin d'être systématique à l'ensemble des entrepreneurs.

Tous les magasins interrogés travaillant dans le domaine de l'alimentaire, que ce soit les restaurants ou les sociétés d'import-export, **s'appuient en grande partie sur la confiance** qu'ils portent envers leurs fournisseurs, qu'ils choisissent pour leurs liens familiaux, amicaux, ethniques ou pour leur réputation. De cette manière, ils sont sûrs de s'approvisionner en produits de qualité, et d'obtenir des prix intéressants. C'est le cas par exemple du PDG de Paris Store. Déjà très connu lorsqu'il travaillait au Cambodge, il a choisi ses fournisseurs parmi ses amis et ses relations.

A l'inverse, **d'autres magasins, de natures très diverses, ne font pas intervenir ce type de réseau relationnel pour le choix de leurs fournisseurs**. Pour les connaître, ils se sont tournés vers les méthodes de démarchage classique, grâce au minitel, ou lors de salons de représentants.

Une relation verticale difficile à mesurer

Etant donné que la gare des Gobelins abrite majoritairement des entreprises spécialisées dans l'import, il est communément admis que les commerces de surface utilisent cette proximité pour réaliser leurs approvisionnements.

Les entretiens passés auprès des commerçants ont révélé des relations entre les deux localisations, même si cette information doit être nuancée étant donné qu'elle repose sur une quantité limitée de témoignages.

Tout d'abord, des relations de fonctionnement existent lorsqu'une famille ou un groupe possèdent des surfaces de stockage en souterrain et des magasins en surface. C'est par exemple le cas de ce traiteur asiatique dont une partie de ses marchandises provient de l'entrepôt appartenant à sa famille ou de ce grossiste de produits frais et de cet importateur de thés de Chine et de vaisselle pour restaurant qui approvisionnent leur commerce de surface.

Avant la compartimentation de la gare en plusieurs cellules, de grands piliers de l'importation et de la distribution comme Chinaco, Tang et Paristore occupaient la majeure partie des zones de stockage, pour fournir notamment leurs magasins de détail situés en surface. Chinaco s'est installé en 1982 et possède aujourd'hui deux entrepôts de 900 à 1000 m² situés au niveau gare. Il est le seul de ces précurseurs à rester présent dans la gare mais il a diversifié ses localisations en achetant un autre entrepôt à Ivry, dans le même secteur que ceux de Tang et de Paristore.

L'influence de la gare ne se limite pas à l'échelle du quartier. Le rayonnement est aujourd'hui étendu aux commerces de toute l'Ile-de-France. Tang et Paristore ont laissé la place à de nombreux grossistes qui se sont tournés vers un approvisionnement à grande échelle.

Par conséquent, les entreprises situées dans la gare des Gobelins n'entretiennent pas de manière systématique des liens importants avec le quartier. Cette affirmation est confirmée par certains commerçants interrogés qui estiment que « *les magasins de surface n'ont pas forcément d'entrepôts sous la dalle* ».

Les relations avec les commerçants

UNE FAIBLE SOLIDARITE DANS LA COMMUNAUTE MARCHANDE

Concernant plus spécifiquement les relations entre les commerçants de la communauté asiatique, **les situations sont plutôt contrastées**.

Certains commerçants disent entretenir uniquement des **relations de cordialité** avec leurs confrères et ne bénéficient pas d'une entraide particulière de leur part ; c'est « *chacun pour soi* », « *chacun son commerce* ». Un commerçant de la galerie Oslo confirme que les relations d'entraide entre commerçants n'existent que « *lorsque les choses vont vraiment mal* ». Il illustre son propos en évoquant la question de la fermeture de la galerie commerciale Oslo il y a quelques années, pour des raisons de dégradation des locaux (normes incendies, sorties de secours encombrées...), qui a mobilisé l'ensemble des commerçants afin d'obtenir gain de cause. Les recours ont d'ailleurs permis de laisser la galerie ouverte pendant les travaux de mise aux normes. Le reste du temps, l'association des commerçants de la galerie ne compte guère que 2 à 3 actifs selon ses dires.

D'autres commerces s'appuient sur le réseau familial déployé dans le quartier, dans Paris ou même en banlieue, et non sur l'ensemble de la communauté des commerçants asiatiques présente sur le quartier, avec laquelle ils ne partagent pas de relation professionnelle.

Certains commerçants doivent entretenir des relations d'entraide et d'ordre professionnel avec les commerces de la même enseigne ou de la même filiale. C'est le cas d'une agence immobilière créée en 1997, qui se déploie sur le quartier en achetant un autre fonds de commerce au cours de l'année 2000, ou encore un magasin de hi-fi, en activité depuis un an, qui cherchera, un an plus tard, un autre fonds de la même galerie commerciale. Il s'opère également des regroupe-

ments de secteurs complémentaires comme ce salon de thé affilié à l'une des plus grandes surfaces spécialisée dans l'importation des thés de Chine et des fournitures pour restaurant. Ces différents exemples révèlent une volonté de s'implanter durablement dans le quartier.

Enfin, les commerçants implantés depuis longtemps dans le quartier bénéficient d'une certaine notoriété auprès des autres commerçants qu'ils disent bien connaître et utilisent des termes de parenté pour s'interpeller : « *on se connaît tous, on s'appelle tous tonton ou neveu* », mais il reste difficile de parler d'une véritable solidarité commerciale au sein de la communauté asiatique.

Seul Paris Store a abordé la question de la solidarité professionnelle. Le responsable interrogé dit bien connaître les autres commerçants qui sont soutenus « *s'ils le demandent* », grâce à l'octroi de crédits sur les paiements ou l'adaptation des produits à leur demande spécifique.

Les groupes d'importateurs, **Tang Frères et Paris Store, jouent un rôle de première importance dans la vie communautaire du quartier**, tant au niveau des activités économiques qu'au niveau des activités culturelles et associatives. Ils tiennent tous deux **une place décisive dans l'action des deux plus grandes associations implantées sur le quartier**. Le PDG de Paris Store, M. Trinh Huy, chinois cambodgien d'origine, est président de l'Association des Résidents d'origine Indochinoise située sur la dalle, et le groupe sino-laotien Tang Frères sponsorise l'Association des Teochew. Ces deux associations qui organisent chacune à leur tour le nouvel an chinois, sont **avant tout des groupements ethnolinguistiques** qui se réfèrent à une identité locale et régionale.

Il semblerait que ces deux groupements associatifs supplantent l'action potentielle d'associations de commerçants. Selon l'un des responsables de Paris Store, « les associations de commerçants, c'est en même temps ». Cette affirmation est confirmée par un commerçant de « chinoiserie », qui explique qu'il n'y a pas d'associations de commerçants dans le quartier et que les seules qui existent véritablement se situent au niveau national par regroupement des corps de métier.

Ainsi, il apparaît que la communauté marchande du quartier Olympiades/Villa d'Este ne soit pas regroupée dans une ou plusieurs association(s) formelle(s) de commerçants, mais se réfère plutôt à des associations dialectales ou régionales au sein desquelles les entrepreneurs disposent de réseaux amicaux, sociaux et économiques.

UNE CONCURRENCE IMPORTANTE ENTRE COMMERÇANTS

La concurrence, selon certains commerçants, ne pose pas de problème particulier, soit parce qu'ils vendent des produits très spécialisés, ou parce que la clientèle leur est fidèle et « *qu'il y a assez d'affaires pour tout le monde* » comme le signale un employé d'une agence immobilière. Malgré tout, la plupart des commerces doivent se plier aux règles de la concurrence en alignant leurs prix les uns par rapport aux autres s'ils veulent subsister. Pour survivre, les commerces asiatiques doivent déployer une stratégie radicale en employant une main d'œuvre bon marché, en proposant l'ouverture 7 jours sur 7 et très tôt le matin, surtout dans la restauration.

Le responsable du magasin Paristore parle plus facilement de son concurrent direct : le groupe Tang Frères qui s'est installé un an avant eux dans le site. A l'échelle du quartier, le magasin Paristore serait le 2ème en surface avec un chiffre d'affaire équivalent à celui de Tang Frères, et au niveau national, il aurait même un chiffre d'affaire supérieur à ce dernier. La personne interviewée estime que la forte concurrence qui existe entre les commerçants joue un rôle important dans le sens où elle permet de maintenir « un ensemble asiatique dans le quartier ».

LES RELATIONS AVEC LES EMPLOYÉS

La majorité des commerces rencontrés conserve essentiellement une main d'œuvre familiale, ethnique ou interethnique. Certains travaillent uniquement en famille, d'autres recrutent parmi les asiatiques, qu'ils soient ou non de la même origine ethnique.

Cependant certains commerces s'ouvrent largement aux autres nationalités. C'est le cas par exemple de ce restaurateur qui dit compter parmi ses employés une personne d'origine africaine à côté de personnes d'origine vietnamienne ou de chinoise qui sont tous sélectionnées en fonction de leurs compétences. L'exemple de Paris Store est encore plus révélateur de la diversité ethnique. Si la direction reste familiale et ethnique, le personnel n'est pas entièrement asiatique. Dans les grands supermarchés ou les entrepôts, certaines tâches sont assumées par une main d'œuvre venant du Mali, du Sri Lanka, ou d'Inde. Autre cas intéressant : celui d'une agence immobilière tenue par une chinoise qui a recruté trois français et un asiatique. L'employé interrogé estime qu'il s'agit d'un des seuls commerces comprenant une telle mixité au sein du personnel. Selon lui, ils sont un bon contre-exemple de la tendance générale qui veut que les Asiatiques soient employés par des entreprises françaises.

Ainsi, si bon nombre d'entreprises commerciales préservent des liens familiaux ou communautaires dans leur personnel, d'autres commencent à s'ouvrir vers une plus grande mixité, ce qui témoigne d'un dynamisme commercial et ouvre la voie vers leur intégration.

■ Le rayonnement commercial du quartier

L'étude du rayonnement commercial du quartier a été réalisée en s'appuyant sur l'analyse des mécanismes d'approvisionnement et de localisation des fournisseurs des commerces asiatiques d'une part, et sur l'analyse de la fréquentation du quartier, d'autre part. Les résultats présentés dans cette partie ont été obtenus par le biais de trois enquêtes :

- les entretiens auprès des commerçants,
- l'enquête de fréquentation clientèle,
- le recensement effectué sur une journée des véhicules entrant dans les parkings clientèle des grandes surfaces du secteur (Tang, Paristore et Masséna 13).

La réalisation des enquêtes

La réalisation de l'enquête fréquentation clientèle

Il était initialement prévu de passer entre 150 et 160 questionnaires. Ce quota a été respecté puisque l'enquête a permis de recueillir 168 questionnaires au total. Sur ces 168 questionnaires, 69 ont été passés auprès de résidents du quartier et 99 auprès de personnes extérieures. La partition homme/femme a été observée puisque 47.6% d'hommes et 52.4% de femmes composent l'échantillon. Un des objectifs de l'enquête était de comparer la fréquentation des commerces en semaine à celle du week-end. Pour cela, 49.1% des questionnaires ont été réalisés en semaine et 50.9% le week-end.

LES LIMITES DE L'ENQUÊTE

L'échantillon effectif ne comporte que 18.4% d'asiatiques, soit 31 personnes, ce qui n'est pas, de fait, représentatif de la composition ethnique des personnes qui fréquentent le quartier. En effet, l'observation montre une forte importance de la fréquentation asiatique, qui dépasse sans aucun doute les 18,4% de notre échantillon. Nous avons rencontré les plus vives difficultés à passer des questionnaires auprès des personnes d'origine asiatique, soit en raison de la grande méfiance qu'ils ont souvent témoignée à notre égard, soit en raison de l'obstacle de la langue.

De plus, bien que cette enquête permette de dresser le profil global de la clientèle du quartier, ces résultats méritent d'être complétés, dans la mesure où une partie de la clientèle n'est pas représentée dans cette échantillon : les clients motorisés, stationnant dans les parkings des magasins et allant directement de ces parkings aux supermarchés ou des supermarchés aux parkings. Il faut donc mettre en relation les résultats de cette enquête avec ceux du comptage des véhicules entrant dans les parkings clientèles du site.

La réalisation du recensement des véhicules

Le comptage a été effectué le samedi 8 juin de 9h00 à 18h00. Le total des véhicules comptés s'élève à 4278, répartis entre les parkings clientèles des supermarchés Tang, Paristore et Masséna 13.

LES LIMITES DE L'ENQUÊTE

Le comptage ayant été exhaustif, les résultats obtenus grâce à cette enquête sont fiables. Cependant, ce recensement ne s'est effectué que sur une seule journée et de plus pendant un week-end. Si les résultats sont représentatifs de la fréquentation des parkings le week-end, ils ne peuvent être étendus à la fréquentation en semaine. Il faut en effet supposer que les caractéristiques de la fréquentation des parkings de la semaine diffèrent de celle du week-end.

Un approvisionnement d'envergure internationale

En matière d'approvisionnement, les commerces se divisent en deux groupes principaux: les restaurants et une partie des commerces de détails de produits asiatiques qui entretiennent des relations étroites avec les fournisseurs présents sur le site.

les commerces de gros, les fournisseurs eux-mêmes mais aussi certains commerces de détail qui traitent directement avec les pays d'Asie.

L'approvisionnement des restaurants

D'après les entretiens réalisés auprès des chinois du Cambodge (vins notamment), les restaurateurs font plutôt appel à des représentants français.

Selon un restaurateur, « *plus personne n'importe directement des produits, avant oui mais ce n'est plus possible parce que les lois sont trop restrictives et il faut respecter les normes d'hygiène, la chaîne du froid...* ».

Les fournisseurs des petits commerces de produits asiatiques

Pour les petits commerces de produits asiatiques, il existe deux stratégies quant au choix des produits et des fournisseurs:

- ceux qui s'adressent à des grossistes asiatiques implantés en France, que ce soit dans les entrepôts de la gare SNCF des Gobelins, à Paris, en banlieue, en province, ou en Europe (Italie, Belgique,

Allemagne)

Le responsable d'un commerce d'artisanat asiatique explique qu'il n'importe que très rarement ses produits directement d'Asie en raison de problèmes de stockage.

- ceux qui traitent directement avec les fournisseurs implantés en Asie, soit à distance grâce à l'utilisation des moyens de télécommunication, soit en se rendant sur place plusieurs fois par an, pour choisir les produits, comparer et négocier les prix, passer des commandes, rencontrer de nouveaux fournisseurs, ou repérer les nouveautés. Ces commerçants ont des contacts avec différents pays d'Asie (Vietnam, Thaïlande, Hongkong, Chine, Taiwan, Cambodge, Indonésie, Corée) afin de diversifier leur offre.

Rares sont ceux qui traitent avec un seul pays. Nous n'en avons rencontré qu'un : un salon de thé dont les producteurs sont tous basés en Chine.

Les fournisseurs des grosses sociétés d'import

Les grosses sociétés d'import traitent directement avec leurs fournisseurs basés dans différents pays d'Asie (Chine, Taiwan, Thaïlande, Japon, Corée, Vietnam, Cambodge). Après un voyage de 3-4 semaines depuis Hongkong ou Singapour, les produits débarquent aux ports d'Anvers et du Havre pour être ensuite acheminés par camion dans le XIIIème arrondissement de Paris. Certains cargos débarquent directement à Marseille pour approvisionner les clients du sud de la France, ce qui permet de faire des économies en coûts de transport.

Un des représentants du groupe Paristore explique qu'ils ont «un entrepôt à HongKong qui regroupe tous les achats de chaque province de la Chine. »

Les commerçants asiatiques qui vendent des produits occidentaux se tournent vers des fournisseurs français ou européens.

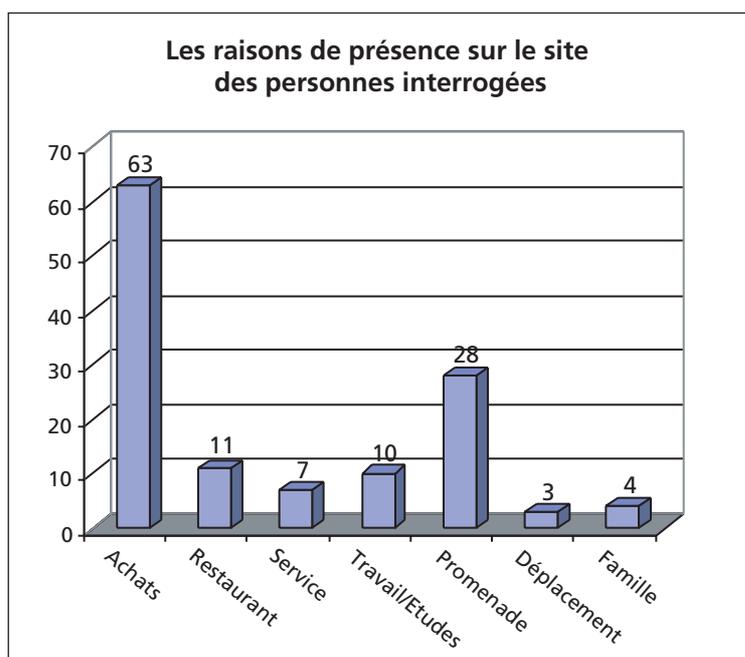
Un rayonnement clientèle avant tout francilien

Les atouts commerciaux du site

L'armature commerciale du site, qui révèle la domination des commerces asiatiques, tend à rendre peu visibles les commerces occidentaux. Cependant, ce marquage est-il le seul déterminant de la fréquentation du quartier ? L'implantation des commerces asiatiques a certes peu à peu repoussé à la périphérie du quartier les commerces français. Néanmoins il subsiste dans le périmètre un lieu resté peu touché par l'emprise asiatique, la galerie commerciale Masséna 13. Cette organisation commerciale de fait entraîne-t-elle une indifférence, une complémentarité ou une opposition économique entre commerces français et commerces asiatiques ?

LE RÔLE CLÉ DES COMMERCES ASIATIQUES

Le site est avant tout dédié au commerce et surtout reconnu en premier lieu comme site commercial: 63.6% des personnes non-résidentes interrogées étaient dans le quartier dans une optique d'achat, 11.1% se rendaient au restaurant et 7.1% venaient consulter un service.



Source : Enquête fréquentation, mai 2002, atelier GIV

- Population : personnes non résidentes
- Question à choix multiple

Le marquage commercial asiatique est indéniablement un facteur prépondérant de consommation dans le quartier. Les personnes non résidentes venues sur le site pour faire des achats viennent en premier lieu en raison des produits exotiques. **Elles sont en effet 83,9% à déclarer venir pour les produits exotiques.**

UN SITE ÉGALEMENT DÉDIÉ AU TOURISME ET À LA L'EXOTISME

Au delà de la vocation commerciale du site, d'autres facteurs viennent expliquer la fréquentation. Il faut noter que 28.3% des personnes non résidentes interrogées venaient dans le quartier dans une optique de promenade. C'est, après les achats, la raison la plus fréquemment émise de présence sur le site.

D'autre part, l'ambiance du quartier est un facteur non négligeable de consommation sur le site, 21% des acheteurs non résidents venant faire des achats dans le quartier pour cette raison.

Ainsi, si l'achat de produits asiatiques est la raison principale de fréquentation du site, cette consommation n'est pas totalement indépendante de l'image véhiculée par le quartier.

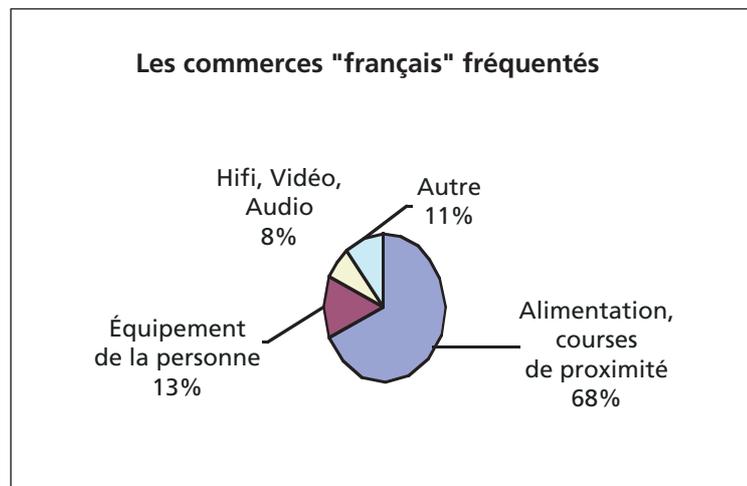
Cette importance de l'ambiance et de l'atmosphère asiatiques du quartier est d'ailleurs soulignée par les commerçants interviewés. Ceux-ci parlent de sa dimension internationale et du pouvoir d'attraction touristique qu'exerce l'image de ce « *Chinatown* ». L'un d'entre eux explique que les touristes fréquentent leur quartier « *parce qu'ici, c'est populaire, c'est un Chinatown comme aux Etats-Unis* », et il souligne d'un air amusé « *ici, c'est le deuxième HongKong* ». Curieusement, alors qu'il est possible de s'imaginer des touristes occidentaux qui, faute de pouvoir se payer un billet d'avion jusqu'en Asie, viennent voir la Chine en France, ces visiteurs sont majoritairement asiatiques, comme si le Triangle de Choisy était un passage obligé de leur séjour à Paris. C'est ce que confirme en tout cas le responsable d'un magasin de hi-fi: « les touristes asiatiques viennent toujours dans le Chinatown ».

UNE COMPLÉMENTARITÉ COMMERCIALE

Compte-tenu de ces résultats, il serait tentant d'aboutir à la conclusion selon laquelle les commerces asiatiques exercent une concurrence difficile à tenir pour les commerces de type occidental. Cependant, 43.8% des acheteurs non résidents déclarent venir faire des achats non exotiques. Certes, cela signifie que 56.3% de ces acheteurs négligent les commerces français du quartier, et confirment ainsi la vocation exotique du quartier.

Néanmoins, ce résultat démontre qu'il est possible que se développe une certaine forme de complémentarité entre les deux types de commerces. Le croisement de deux variables (raison(s) d'achat dans le quartier et achat de produits non exotiques) révèle que cette complémentarité commerciale existe: 38.5% des acheteurs non résidents qui viennent pour les produits asiatiques viennent aussi acheter des produits occidentaux.

La question se pose donc de savoir quels sont les commerces français qui bénéficient de cette complémentarité:



Source : Enquête fréquentation, mai 2002, atelier GIV

- Population : personnes non résidentes
- Question à choix multiple
- Équipement de la personne : bijoux, habillement, chaussures

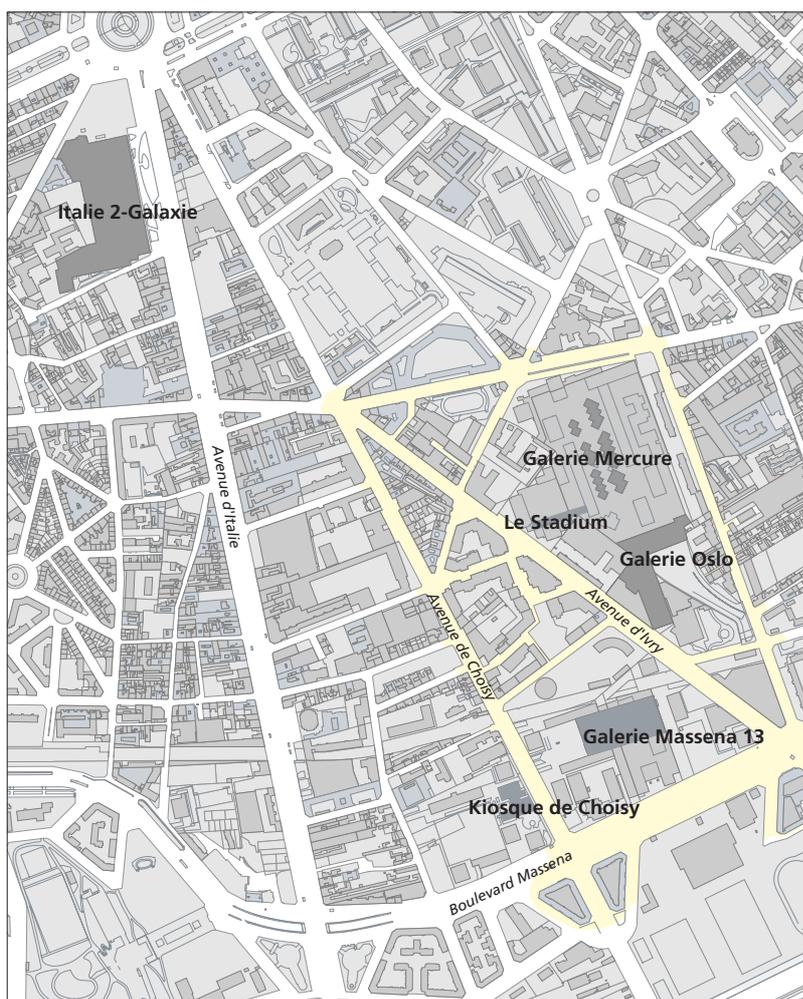
Ce graphique montre la part prépondérante tenue par les commerces d'alimentation et de proximité (68%). Le croisement de deux variables (raison(s) d'achat et type de produits non asiatiques

achetés) révèle que sur les 38,5 % des personnes non résidentes venant pour faire des achats exotiques et achetant également des produits occidentaux, 63 % d'entre elles viennent plus spécifiquement pour des produits de type alimentaires ou de proximité. Ainsi il ressort de l'analyse qu'il existe une certaine forme de complémentarité, peut-être minoritaire mais en tous cas certaine, entre commerces asiatiques et commerces alimentaires et de proximité de type « français ». Il semblerait que des acheteurs de produits asiatiques profitent de leur présence dans le quartier pour effectuer leurs achats alimentaires occidentaux, ou l'inverse.

LA PLACE DES GALERIES COMMERCIALES

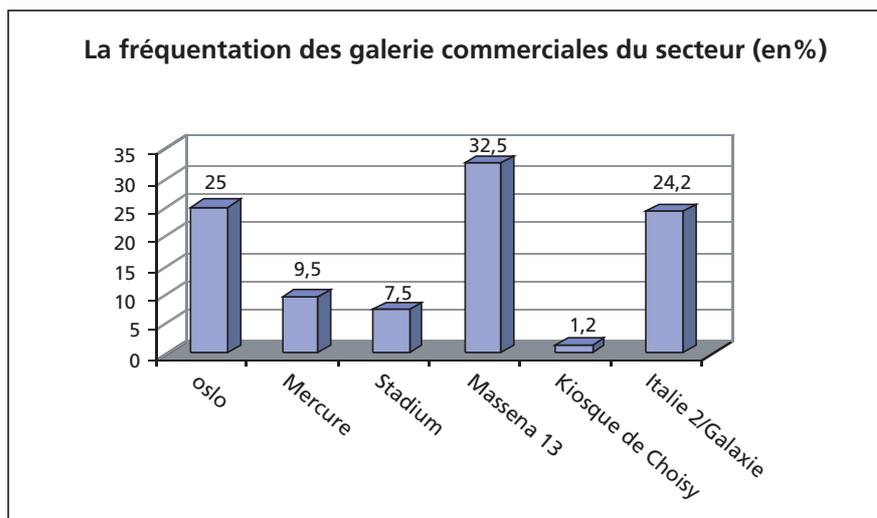
Les galeries commerciales (voir localisation des galeries commerciales ci-contre) occupent une place prépondérante dans les types de fréquentation du site: 75.7% des personnes interrogées vont dans les galeries commerciales du secteur.

Localisation des galeries commerciales



Source : Atelier GIV - IFU
Relevé de terrain 2002

Galleries commerciales	Surface
Oslo	738 m ²
Mercure	311 m ²
Masséna 13	1400 m ²
Stadium	<i>Données non disponibles</i>
Kiosque de Choisy	<i>Données non disponibles</i>
Italie 2/Galaxie	<i>Données non disponibles</i>



Source : Enquête fréquentation, mai 2002, atelier GIV

- Population : ensemble des questionnés
- Question à choix multiple

Les galeries commerciales Oslo, Masséna 13 et Italie 2 sont les plus fréquentées dans le secteur. Or, les caractéristiques de ces galeries sont différentes. Oslo regroupe essentiellement des commerces asiatiques tandis que Masséna 13 et Italie 2 comprennent majoritairement, voir exclusivement, des commerces occidentaux. De plus, Italie 2 est physiquement hors du quartier « Chinois ».

La proximité de Masséna 13 avec Italie 2 aurait pu laisser supposer qu'Italie 2 est en concurrence directe avec Masséna 13. Toutefois, Italie 2 se différencie par la présence d'enseignes de renommée plus importante dans la galerie commerciale. Du point de vue de la fréquentation, l'enquête montre que les personnes fréquentant Masséna 13 ont tendance à fréquenter également Italie 2. Il est impossible de savoir si celles qui fréquentent Italie 2 (la galerie commerciale Italie 2 n'a pas constitué un lieu de passation de questionnaires) fréquentent Masséna 13, mais le phénomène inverse est vrai.

Il est intéressant de comparer la fréquentation des galeries commerciales par les résidents à celle des non résidents. En effet, certains commerçants semblent observer une moindre fréquentation de la galerie Oslo par les résidents comparée aux non résidents. Le tableau suivant présente les taux de fréquentation des galeries en fonction de la résidence:

Galerias commerciales	Résidents(%)	Non résidents (%)
Oslo	42,62	54,55
Mercure	18,03	18,18
Masséna 13	70,49	57,58
Stadium	18,03	12,12
Kiosque de Choisy	4,92	0,00
Italie 2/Galaxie	60,66	36,36

L'analyse de ce tableau semble confirmer les propos tenus par les commerçants interviewés: 42.62% des résidents fréquentent la galerie Oslo contre 54.55% des non résidents. Une des raisons possibles de cette différence de fréquentation est sans doute liée au caractère très spécifique des commerces de la galerie Oslo, dont les zones de chalandises dépassent sans doute l'échelle du quartier. Masséna 13 semble recevoir une clientèle plus locale qu'extérieure au quartier. Cependant, l'application d'un test de fiabilité à ces données (analyse faite en excluant le Kiosque de Choisy) fait ressortir une probabilité de 30% pour que ces résultats soient dus au hasard. Il est donc impossible d'affirmer que les résidents fréquentent moins Oslo que les non résidents, cependant cela permet tout de même de mettre en évidence une tendance possible.

Sur la dalle, à proximité de la galerie Oslo, le centre commercial Mercure draine une clientèle moins importante. Elle rassemble des commerces plus spécialisés qui comprennent une majorité de restaurants (plus de 50 %) et de commerces de proximité (pharmacie, banque, supermarché, boulangerie...). Il semble que l'enclavement de ce site ne favorise pas le passage de la clientèle. Encore plus préoccupante est la situation du Stadium délaissé par la population non résidente (12,12 %). Son état d'insalubrité (amiante, étanchéité), renforcé par l'incendie récent de certains locaux, n'encourage pas son développement.

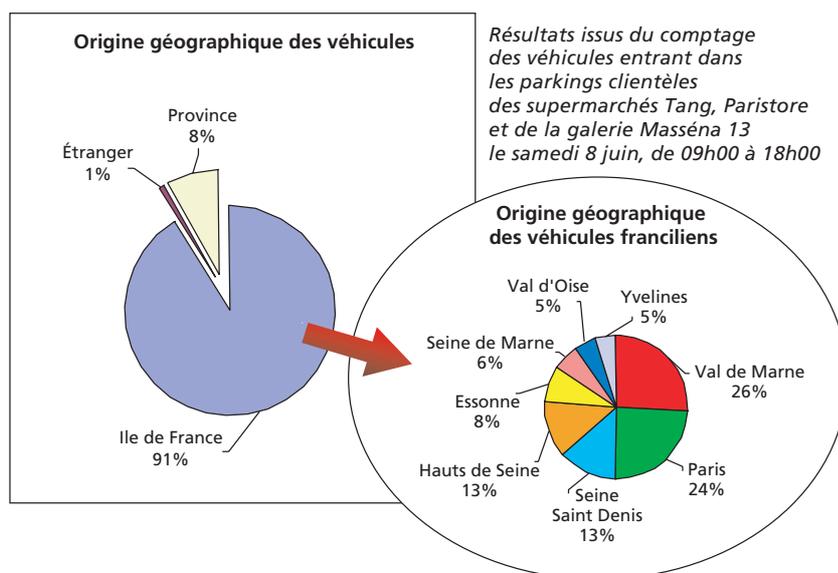
De plus, les données montrent une certaine désaffection pour le Kiosque de Choisy, situé au pied des tours, qui semble assez significative. L'état de dégradation des bâtiments peut expliquer sa faible attraction.

Les relevés de terrain exhaustifs qui ont été effectués en avril/mai 2002 ont permis de mettre en évidence le degré d'ethnicité des commerces, en apportant de l'information sur la destination clientèle des commerces. Néanmoins, il est nécessaire d'enrichir cette connaissance par une étude un peu plus fine des caractéristiques des consommateurs s'approvisionnant dans le quartier.

L'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES CLIENTS

L'étude de l'origine géographique des personnes non résidentes interrogées qui fréquentent le site montre que **la majeure partie de la clientèle est originaire des arrondissements du sud de Paris et du Val de Marne.**

Ce sont ces mêmes personnes qui viennent le plus fréquemment faire des achats dans le quartier. En effet, 60% de la clientèle qui vient au moins une fois par semaine réside soit dans le Val de Marne soit dans les arrondissements du sud de Paris. Cette information est la seule qu'il est possible d'extraire du croisement entre l'origine géographique des personnes interrogées et leur fréquence d'achat dans le quartier, compte tenu de la dispersion des réponses obtenues concernant le lieu de résidence et le nombre de questionnaires disponibles par lieu de résidence. En revanche, les résultats obtenus grâce au recensement des véhicules entrant dans les parkings clientèles tendent à confirmer les informations révélées par l'enquête fréquentation clientèle.



La carte présentant l'origine de la clientèle qui fréquentent les parkings clientèles du secteur (voir ci-dessous) permet de visualiser l'étendu du rayonnement des commerces du quartier.

Ainsi, la clientèle du quartier, d'après les informations qui sont disponibles, est avant tout francilienne. La fréquentation provinciale et étrangère du site est minoritaire. Si le rayonnement du quartier est d'envergure internationale en matière de clientèle, il n'est en tout cas pas visible en ce qui concerne la fréquentation de week-end et pour ce qui est des commerces de surface.

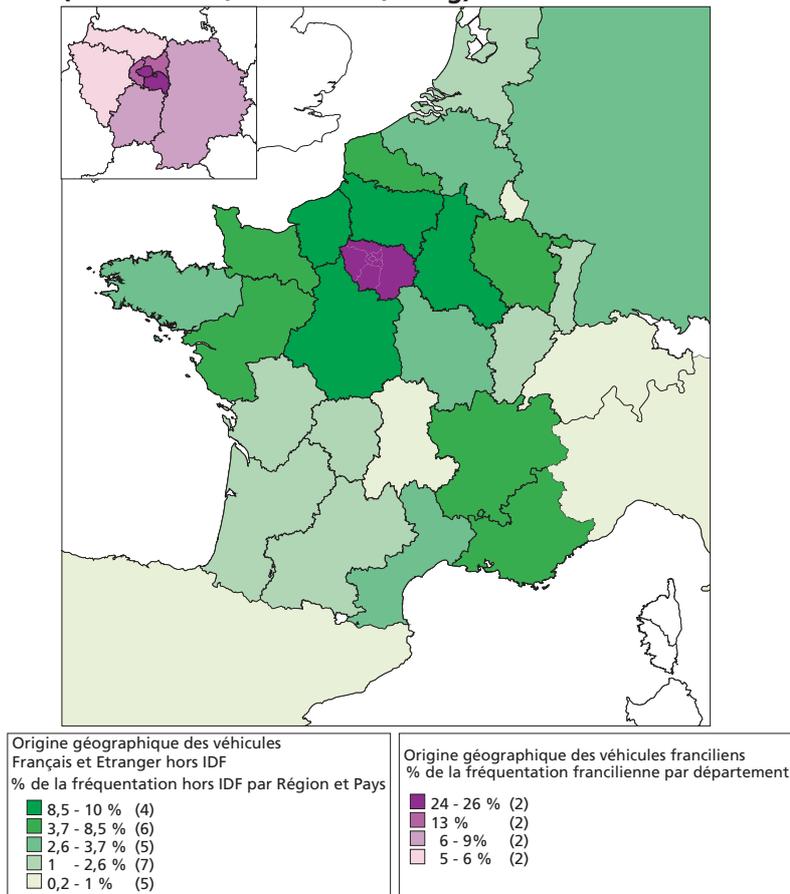
Les habitants du quartier sont une clientèle fidèle des commerces asiatiques : 85.5% des résidents déclarent faire des achats de type asiatique. Ce sont même des clients relativement réguliers puisque seulement 11.9% d'entre eux achètent des produits asiatiques moins d'une fois par mois.

Il est intéressant de noter, bien que cela ne soit aucunement quantifiable ou vérifiable au travers de l'enquête menée, qu'un certain nombre de résidents interrogés se sont plaints de la disparition progressive des commerces de proximité, les obligeant à aller de plus en plus loin pour effectuer leurs courses quotidiennes de proximité.

L'origine ethnique des clients

Si l'enquête fréquentation clientèle révèle un biais important en raison de la part insuffisante de personnes d'origine asiatique dans l'échantillon, le comptage des véhicules a permis de dégager

Origine de la clientèle fréquentant le parking des grandes et moyennes surfaces du périmètre (Masséna 13, Paris Store, Tang)



Source : Atelier GIV-IFU Relevé de terrain 2002

une information importante sur l'ethnicité des conducteurs et passagers. Il permet d'une certaine manière de redresser le biais de l'enquête fréquentation clientèle. En effet, sur l'ensemble des véhicules recensés dans la journée, 69%, soit 2949 sur 4278, comportaient un équipage de type asiatique.

Il existe des différences de fréquence d'achat suivant l'origine ethnique des clients : 41.67% de ceux qui viennent au moins une fois par mois sont des personnes qui se déclarent asiatiques, suivi par celles qui se déclarent antillaises et africaines qui constituent 29.2% de la clientèle venant au moins une fois par semaine. Cette analyse est assez crédible, l'application d'un test de fiabilité montrant que ces résultats sont vraisemblables à plus de 99%.

Les occidentaux sont les moins assidus, plus de 85% de ces derniers venant faire des achats moins d'une fois par semaine.

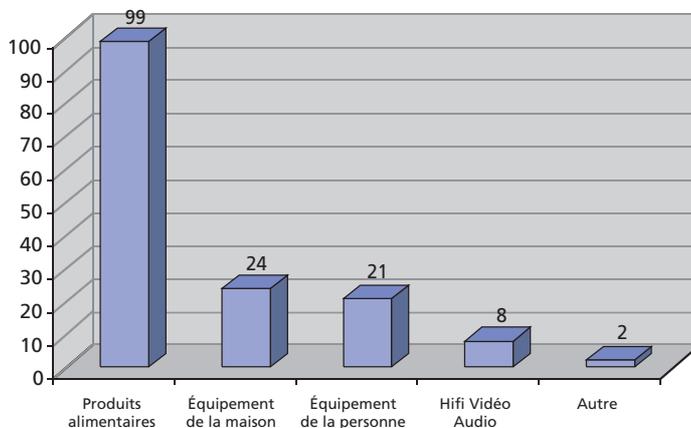
En revanche, les données obtenues ne permettent pas de tirer de conclusions sur les différences de fréquentation entre la semaine et le week-end selon l'origine ethnique, la probabilité d'erreur étant trop grande.

L'attractivité des commerces asiatiques

LES COMMERCES ASIATIQUES LES PLUS FRÉQUENTÉS

Les secteurs les plus attractifs sont l'alimentation exotique, l'équipement de la maison (objets d'art/déco, matériel pour la maison) et l'équipement de la personne (bijoux, vêtements/chaussure). Cette fréquentation est en accord avec la structure commerciale asiatique du secteur puisqu'elle correspond aux commerces asiatiques les plus importants en termes quantitatifs, après le secteur de la restauration.

Les commerces asiatiques fréquentés (effectifs)



Source : Enquête fréquentation, mai 2002, atelier GIV

- Population : ensemble des questionnés
- Question à choix multiple

LE CAS PARTICULIER DE PARISTORE

Le groupe des supermarchés Paristore est intéressant à étudier puisqu'il joue un rôle stratégique, avec son concurrent direct Tang Frères, dans le rayonnement du quartier en contrôlant l'importation des produits alimentaires.

Le pourcentage de la clientèle européenne du supermarché Paristore du XIII^{ème} arrondissement est estimé à 30%, selon son PDG, et a tendance à croître « *parce qu'elle s'habitue aux produits, aux épices* » et surtout parce que ces supermarchés offriraient le meilleur rapport qualité-prix de Paris pour la viande, les fruits et les légumes. Le groupe ne développe pas la même stratégie commerciale que les grandes enseignes nationales qui proposent une gamme très diversifiée de produits : « *on a pas la même politique : Carrefour devient de plus en plus cher mais ils sont très forts pour attirer des clients parce qu'ils sont plus complets. Nous on a seulement des produits asiatiques, on n'a pas de place pour occidentaliser nos produits. Dans le 10^e (Bd. Belleville), oui, il y a plus de place. Ici, le local fait seulement 1 200m²* » explique l'un des responsables du magasin.

La société « Paristore » développe donc une stratégie d'implantation différente en misant sur des magasins de taille moyenne et un service de livraison dynamique qui couvre l'ensemble du territoire national. Le groupe fournit en effet tout le secteur de la restauration asiatique de Paris et de France, leurs produits répondant aux besoins des différentes communautés asiatiques.

A l'heure actuelle, depuis Paris, ces importateurs approvisionnent toute l'Europe occidentale et déjà l'Europe de l'Est : « *nous avons d'autres restaurants clients chez nous : dans toute la France, en Belgique, en Allemagne, en Europe de l'Est ça commence, en Italie ça débloque bien, la Suisse, l'Autriche ça commence, l'Espagne...* ».

Ce supermarché crée un pôle d'attraction en soi. C'est un point de rencontre où la clientèle asiatique venue principalement de banlieue a coutume de se retrouver en fin de semaine et la clientèle provinciale pendant les vacances scolaires. La fréquentation est un peu plus importante le dimanche. Le responsable interrogé l'explique par le fait que les magasins du groupe, récemment implantés en banlieue ne sont pas ouverts le dimanche.

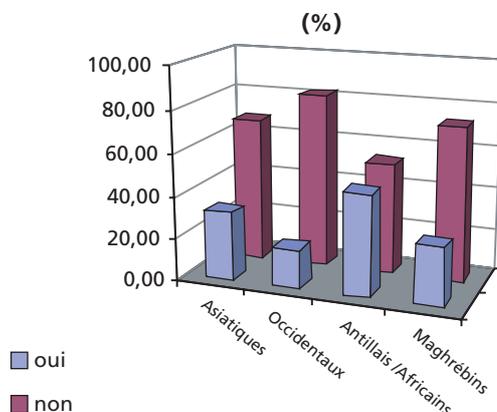
Contrairement à tous les autres commerces interrogés, Paristore ne compte pas parmi ses clients, une majorité de touristes qui « *viennent surtout dans le quartier pour se restaurer.* ». Ce qui étonne plus l'interviewé, c'est la faible proportion de la clientèle locale : « *les habitants des tours des Olympiades, moi je trouve qu'ils ne viennent pas suffisamment et je me demande pourquoi.* »

LES SITES CONCURRENTS

La majorité des personnes qui font des achats de produits exotiques dans le quartier sont fidèles à celui-ci. En effet, 73.6% de la clientèle interrogée déclare ne pas faire d'achats de produits exotiques ailleurs que dans le quartier. Si ce résultat semble logique pour les résidents du quartier (proximité du lieu de résidence, accessibilité, etc.), il est possible de s'attendre à ce que le pourcentage de personnes allant s'approvisionner ailleurs soit plus élevé pour les non résidents.

Or, ces résultats diffèrent peu si l'on fait la distinction entre résidents et non résidents : 29.69% des non résidents vont s'approvisionner ailleurs contre 23.33% des non résidents. Il était donc possible de parler d'une certaine fidélité des clients du site, d'autant plus que l'application d'un test de fiabilité montre qu'il y a près de 56% de chances pour que cette différence de fréquentation soit le fruit du hasard.

Achat de produits exotiques ailleurs



Source : Enquête fréquentation, mai 2002, atelier GIV

- Population : ensemble des enquêtés
- Question à choix multiple

Il semblerait que les personnes d'origine antillaise et africaine soient celles qui s'approvisionnent le plus hors du quartier pour les produits exotiques. De plus, les occidentaux qui fréquentent le site lui sont relativement fidèles. Il y a une faible probabilité (moins de 1%) pour que ces résultats ne soit pas fiables.

Il n'est pas possible de conclure avec précision sur les sites commerciaux en concurrence directe avec les commerces asiatiques du XIIIème arrondissement. Si le quartier de Belleville est le site d'achat le plus cité, les résultats obtenus ne permettent pas d'analyses fiables.

Il faut enfin préciser que le site ne fait pas parti d'un trajet de consommation particulier. Si 28.3% des personnes interrogées avaient prévu, le jour où elles ont été interrogées, de faire des achats ailleurs que dans le quartier, elles avaient des destinations variées, impossibles à modéliser.

Fréquentation et accès au site

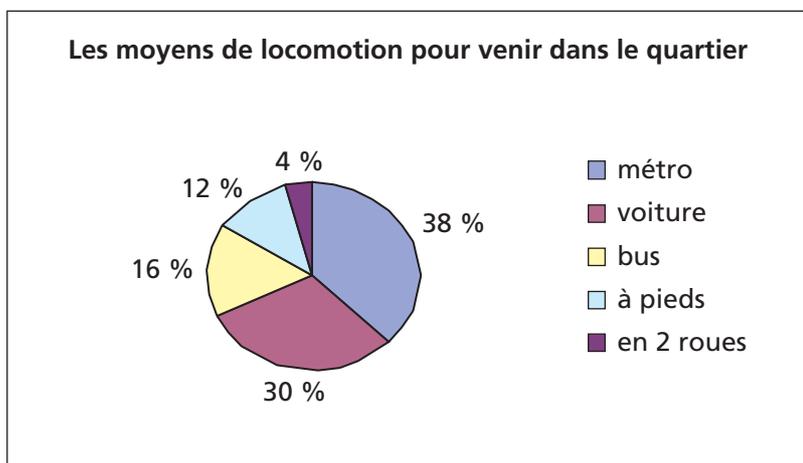
Les modes d'accès au site

Les moyens de locomotion pour accéder au site des personnes interrogées sont les suivantes:

Le métro et la voiture sont les deux moyens de transport les plus employés pour accéder au site.

La ligne de métro la plus utilisée est la ligne 7 (77.8% des gens qui viennent en métro) et l'arrêt de métro le plus fréquenté est celui de la Porte de Choisy (42.9%), suivi par celui de Tolbiac (17.9%).

Une analyse plus fine, comme le croisement entre moyen de locomotion et origine géographique des personnes interrogées, est impossible en raison de la dispersion des réponses concernant l'origine géographique et du nombre de modalités de moyens de locomotions possibles.



Source : Enquête fréquentation, mai 2002, atelier GIV
Population non résidente

La fréquentation des parkings

S'il n'est pas possible dans le cadre de cette étude d'analyser de manière approfondie les modes d'accès au site, il est en revanche réalisable d'étudier les modalités de la fréquentation des parkings clients du quartier. Les informations révélées par cette étude peuvent en effet permettre de comprendre une partie du fonctionnement de la circulation dans le périmètre.

La capacité des parkings enquêtés est de l'ordre de :

- 380 places pour Paristore
- 200 places pour Tang
- 500 places pour Masséna 13

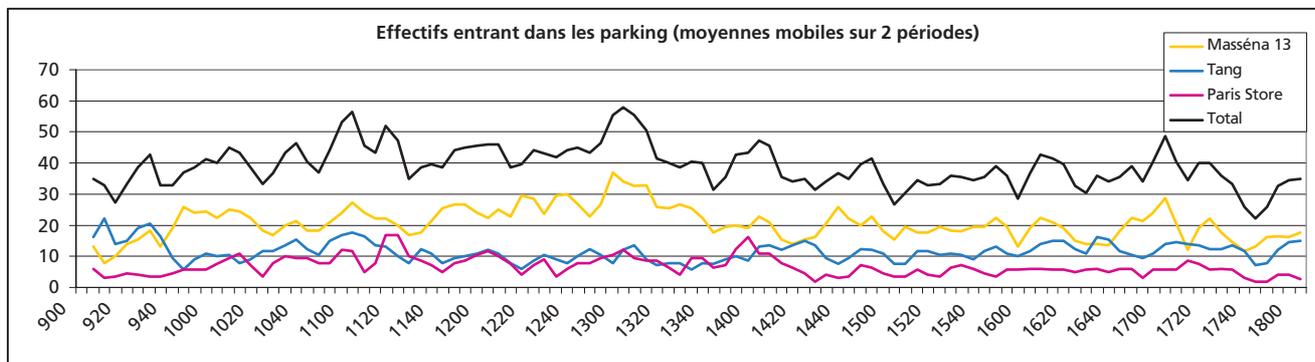
LA PRÉÉMINENCE DU PARKING MASSÉNA 13

Le premier graphique présente la part relative de chaque parking dans les entrées totales des 3 parkings étudiés, en fonction des tranches horaires.

Ce qui frappe en premier lieu est le déséquilibre entre les 3 parkings, plus particulièrement la prééminence du parking Masséna 13. A l'exception du tout début de journée, il représente à lui seul plus de 50% des entrées des parkings du périmètre. Plusieurs facteurs peuvent expliquer ce phénomène :

- le parking Masséna 13 possède plus de places que les 2 autres, repoussant ainsi l'heure de la saturation,
- le taux de rotation des véhicules peut être invoqué. Ainsi, l'opportunité de trouver une place libre est plus grande qu'ailleurs,
- le nombre d'issues au parking peut être un facteur supplémentaire pour expliquer le stockage

plus grand de véhicules. Alors que Paristore et Tang n'ont qu'une seule entrée situé sur l'avenue d'Ivry, Masséna 13 en possède 3 (deux sur le boulevard Masséna, et une sur l'avenue de Choisy donnant sur la place de Vénétié), l'avenue Masséna qui comporte trois voies donne lieu à une circulation plus fluide que sur l'avenue d'Ivry. La seconde place est occupée par le parking Tang. Ce rang est dû à la capacité limitée du parking qui doit faire face à un afflux massif de véhicules.



Source: comptage effectué des véhicules entrants aux entrées des parkings Masséna 13, Tang Frères et Paris Store le samedi 8 juin de 09h à 18h00. Atelier GIV 2002

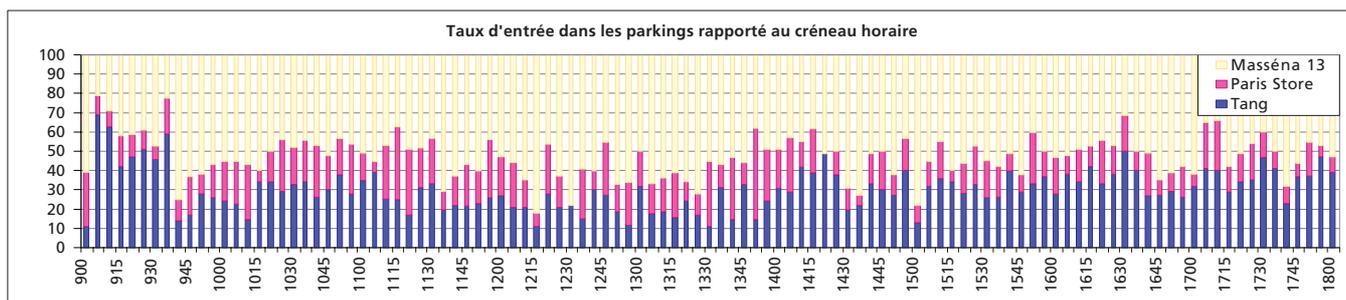
Au cours de la journée, 3 grandes périodes se détachent :

- la première entre l'ouverture (8h30) et 9h40. Pendant cet intervalle, Tang dépasse Masséna 13. Des places sont encore disponibles à l'intérieur du parking, et la rampe d'accès n'est pas encore saturée. La part de Tang monte alors entre 60 et 70%
- la deuxième période s'étend de 9h40 à 14h10. La part tombe en moyenne entre 20 et 30%
- la troisième période va de 14h10 à 18h00. Tang représente ici entre 25 et 40% des entrées de parkings du périmètre.

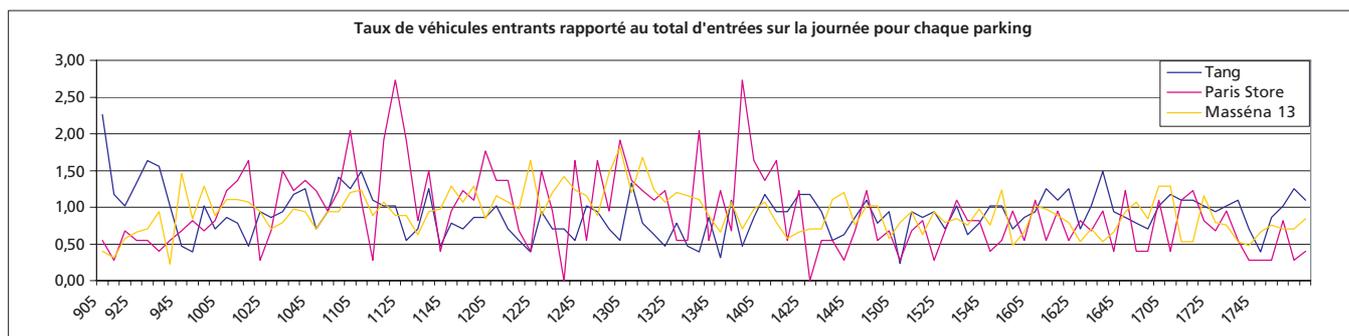
La troisième place est prise par Paristore. Sa part dans les entrées globales est très régulière, contrairement à Tang. Si on observe des pointes à 45%, la moyenne se situe plutôt entre 15 et 25%.

UNE POINTE DE FRÉQUENTATION EN DÉBUT DE JOURNÉE

Le deuxième graphique se propose de visualiser la manière dont chaque parking est fréquenté au cours de la journée. Il s'agit d'un croisement entre tranches horaires et part de véhicules entrants, rapportée aux 100% obtenus en fin de comptage.



Source: comptage effectué des véhicules entrants aux entrées des parkings Masséna 13, Tang Frères et Paris Store le samedi 8 juin de 09h à 18h00. Atelier GIV 2002



Source: comptage effectué des véhicules entrants aux entrées des parkings Masséna 13, Tang Frères et Paris Store le samedi 8 juin de 09h à 18h00. Atelier GIV 2002

Deux périodes se distinguent.

De 9h00 à 14h20 environ, des amplitudes fortes sont enregistrées pour Paristore. D'une tranche horaire à l'autre, on passe de moins de 0,5% (10h15, 11h15), voire 0% (12h25) à plus de 2,7% (11h15 et 13h50). Grâce aux quelques pointes significatives et aux taux soutenus d'entrées, le parking enregistre plus de 70% de ses entrées à 14h20. A la même heure, Tang réalise 58% et Masséna 13 déjà 64% des entrées de la journée.

Fréquentations des parkings à mi-comptage (13h30) :

Tang 49%,

Paristore : 59%.

Masséna 13 : 56%

De 14h20 à la fin du comptage, les 3 parkings suivent la même tendance de fréquentation, les taux d'entrées se situant le plus souvent entre 0,5 et 1 %.

Par conséquent, la pointe de fréquentation se fait dans les premières heures de la journée.

Le troisième graphique montre en valeur absolue le nombre de véhicules entrés dans chacun des 3 parkings par tranche horaire. Là encore, la nette prééminence de Masséna 13 se retrouve. Le graphique révèle également que les entrées de Tang et Paristore sont très voisines jusqu'à 14h20. Par la suite, la fréquentation de Paristore connaît une baisse sensible et soudaine.

Un point important : les entrées chez Tang et Paristore sont stables, ce qui n'est pas le cas de Masséna 13. Ce dernier connaît une phase de croissance jusqu'à 13h20, puis une régression du nombre d'entrées.

■ Fonctionnement logistique des commerces

Livraisons – stationnement

Fonctionnement général

Tous les commerces de surface n'ont pas la même fréquence de livraison. Cela dépend des secteurs d'activité et de la taille de l'entreprise. Pour les commerces de détail coexistent deux chaînes d'approvisionnement. Ces deux méthodes vont influencer sur le niveau des stocks.

La première méthode consiste en une livraison régulière. Il s'agit ici des commerces dont les ventes sont stables au cours du temps. Les stocks seront gérés plutôt en flux tendu, selon la doctrine du « zéro stock ». C'est d'autant plus important que les commerces sur rue disposent de peu d'espaces pour l'entreposage. Cette méthode est utilisée principalement par les commerces du secteur alimentaire, restaurants et supermarchés qui doivent disposer de produits frais.

La seconde méthode repose sur un réapprovisionnement en fonction des commandes. Cette technique est généralement adoptée pour des produits dont la fréquence de sortie est plus aléatoire. La livraison est alors plus massive qu'en zéro stock.

UN CAS PARTICULIER : PARISTORE

Ce supermarché est intéressant à étudier car il joue un rôle moteur dans le quartier, du fait du niveau des ventes et du nombre de références traitées. Ainsi, les flux engendrés par son activité sont atypiques. Les livraisons s'opèrent 6 jours sur 7, avec une pointe le vendredi en prévision des ventes importantes du week-end. Les commandes sont minimisées le samedi de manière à éviter l'embouteillage du quartier. Cependant, les fortes ventes alliées à la taille réduite du magasin obligent à un approvisionnement dans la journée du samedi. De manière générale, c'est une quarantaine de palettes de produits secs et frais et une dizaine de palettes de viande/poisson qui sont acheminées.

L'arrivée des marchandises s'effectue par la rue du Disque. C'est une rue qui, bien que souterraine car desservant la dalle des Olympiades, se situe à son entrée au même niveau que l'avenue d'Ivry. Cette rue s'inscrit d'ailleurs dans le niveau rez-de-voirie de la dalle. Les lieux de stockage de ce supermarché joutent immédiatement cette rue.

Des dysfonctionnements

Il est important de distinguer à ce niveau les commerces de galerie de ceux donnant sur la rue. Pour les premiers, en particulier ceux de l'ensemble OSLO, aucun problème majeur n'est à signaler. Les commerces et galeries Oslo et Mercure disposent d'espaces de stockage au niveau rez de voirie, accessibles par la rue du Disque et la rue du Javelot et connectés au niveau dalle par des montes-charges. Les livraisons posent des problèmes d'hygiène et de sécurité et créent des conflits d'usages avec la fonction résidentielle des lieux.

En revanche, les commerçants de rue évoquent très souvent les problèmes de stationnement de leurs

fournisseurs. Ces derniers se voient obligés de recourir à la double-file, soit par l'absence de places spécialisées, soit parce que celles qui existent sont déjà occupées. Par conséquent, les fournisseurs doivent composer avec l'encombrement en adaptant leurs horaires de livraison, « très tôt le matin ou très tard le soir ». Cette organisation de livraison peut constituer un problème pour les commerçants qui doivent être présents en dehors de leurs horaires habituels d'ouverture.

Au cours des entretiens, il est important de signaler que les commerçants semblaient ne pas se préoccuper du tout des problèmes que pouvaient rencontrer leurs fournisseurs.

Le groupe Tang Frères dispose d'une organisation intégrée : il assure lui-même son approvisionnement à partir de sa plate-forme de Vitry, avec ses propres véhicules. La place limitée dans l'enceinte du Marché Tang (avenue d'Ivry) l'oblige à bien programmer les horaires de passage. Etant donné que chaque livraison dure en moyenne 30 mn, et que l'avenue d'Ivry est le point de livraison, il est alors évident que des problèmes de congestion soient rencontrés. La longue durée de déchargement malgré l'emport réduit des véhicules s'explique par l'absence de quais de déchargement au niveau des planchers des fourgons. Cette disposition oblige pour chaque palette à manœuvrer le hayon³ du véhicule, ou à utiliser un chariot élévateur.

Le stockage

Fonctionnement général

Parmi les commerçants enquêtés, très peu disposent d'entrepôts de stockage. Ceux qui sont situés dans la galerie OSLO ont tout de même la possibilité d'entreposer leurs marchandises au niveau de la rue du Disque. Mais il faut noter que l'occupation d'un local dans la galerie n'est pas liée automatiquement à la mise à disposition d'un entrepôt, leur nombre étant limité. D'après un vendeur de hi-fi de la galerie, installé en 1981, « ce sont les premiers arrivés qui ont pu les louer ».

Saturation du stockage

La grande majorité des commerçants se voit obligée d'utiliser le magasin comme surface de stockage, ce qui l'encombre et peut nuire par conséquent au rangement et à la bonne mise en scène des produits. Les commerçants qui souhaiteraient disposer d'un local adapté au stockage sont dans l'impossibilité de le faire, en raison de leur non disponibilité. Lors de notre relevé de terrain, il a été possible de constater cette pénurie de locaux vides, fermés ou en travaux.

Desserte – transport

Problèmes de desserte

La couverture en métro n'est assurée qu'en périphérie du périmètre d'étude, par la ligne 7 du métro. Il est frappant de constater qu'un quartier dynamique économiquement et classé comme zone touristique ne dispose pas de lignes de desserte. Un des commerçants interrogé estime que les faibles fréquences de bus expliquent les problèmes d'accessibilité du site.

Cette carence en transport en commun est ressentie plus durement du fait de l'encombrement des voies primaires radiales que sont les avenues d'Ivry et de Choisy, et qui rend impossible un accès facile au site par véhicule particulier. Ces grands axes sont particulièrement chargés car ils supportent 3 types de circulation : du transit entre centre et périphérie, du trafic lié aux commerces (entrées et sorties de parking) et des circulations locales pour les riverains.

Problèmes de stationnement

Tous les commerçants s'accordent à dire que le pic de congestion a lieu le samedi. C'est l'afflux à l'entrée du parking Tang de l'avenue d'Ivry qui en est le principal responsable. Ce parking joue quasiment un rôle de parking public à l'échelle du quartier. Sa rapide saturation provoque un débordement des véhicules sur l'avenue, créant ainsi une double file qui s'étend sur plus de 200 m, jusqu'à la rue Régnault. Le groupe Tang a déposé à ce titre une demande de permis de construire pour le doublement de son parking, portant la capacité de 200 à 400 places. Une autre solution consistant à déplacer la borne de contrôle plus bas, permettrait d'admettre plus de véhicules dans la rampe.

Le concurrent direct Paristore déplore l'inadaptation de ce parc de stationnement, d'une part par son sous-dimensionnement, et d'autre part, par la confusion des entrées et des sorties sur un même point. Paristore dit ne pas rencontrer les mêmes difficultés car son parking est bien dimensionné et les entrées et sorties sont séparées. Ceci est dû au fait que le groupe a réinvesti les locaux de l'ancien supermarché alimentaire SUMA.

Les commerçants non résidents qui se rendent en voiture sur leur lieu de travail louent des places dans des parkings privés des Olympiades. Pour des raisons de commodité, certains commerçants de la galerie OSLO occupent des places du parking Paristore. Les commerçants des rues disposent le plus souvent de parkings privés pour leur personnel.

3 Hayon : palette rétractable ou rabattable servant de support aux opérations de maintenance, et faisant le lien entre le sol et le plancher du véhicule.

■ La gare des Gobelins, un « objet » à part

La plate-forme SNCF participe d'une manière soutenue au trafic routier traversant le quartier. A l'exception des pointes de plus de 800 véhicules les lundis et mardis, le niveau moyen du trafic entrant et sortant de la gare se stabilise à environ 650 véhicules par jour (dans chaque sens). La rue Nationale alimentant la gare accueille quant à elle 7 800 véhicules. Sur le boulevard Masséna, le trafic est de 29 400 dans le sens est-ouest, 21 000 dans l'autre.

Il faut aussi noter que, bien qu'au cœur de notre périmètre (sous la dalle des Olympiades), la gare constitue une enclave, largement isolée physiquement des circulations et des activités se développant dans les rues environnantes.

Les activités localisées dans la gare sont principalement celles de vente en gros ou demi-gros et de négoce dans le domaine alimentaire. Ceci implique des volumes de marchandises traités conséquents. La plupart des commerces de surface du quartier sont tournés vers la vente au détail. Le schéma de desserte de ces deux entités sera donc nettement différent.

Caractéristiques principales

Rappel historique

La gare des Gobelins est à l'origine l'une des installations de la Petite Ceinture Ferroviaire de Paris. A l'occasion de l'opération Italie XIII, la gare a été couverte et mise à deux niveaux. Longtemps desservie par fer, la gare est aujourd'hui exclusivement parcourue par des camions depuis qu'elle a perdu sa vocation ferroviaire en 1992.

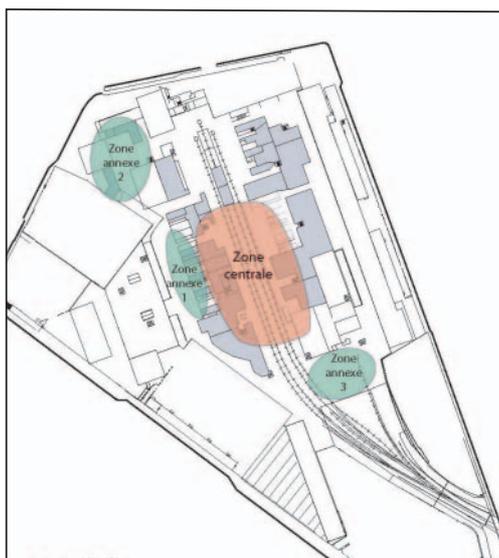
Jusqu'à cette date, la gare recevait des trains dits « de manœuvre », différents des trains de marchandises conventionnels car ne circulant qu'entre les chantiers⁴ Tolbiac et Gobelins distants de 4 km. environ. Les convois étaient peu nombreux, et ne comportaient chacun que 2 ou 3 wagons.

Après le départ des trains, un des projets envisagé par le Syndicat des Transports Parisiens⁵ (STP) et la Mairie de Paris avait été d'implanter dans la gare un dépôt de trolleybus circulant sur le boulevard des Maréchaux Sud.

Fiche technique

Adresses	administrative :	105 rue de Tolbiac
	de livraison :	23 rue Nationale
Superficies	gare =	35 300 m ²
	halle =	38 900 m ²

Les 2 niveaux gare et halle sont de surfaces quasi identiques, mais leurs usages sont totalement différents. Deux rampes permettent les circulations de véhicules entre les deux niveaux.



4 Chantier : appellation ferroviaire pour désigner les faisceaux de triage et voies de garage, dont l'objet est de faciliter l'exploitation (composition des trains, entretien, remisage).

5 STP : autorité organisatrice des transports collectifs de Paris et de l'Île-de-France, aujourd'hui remplacée par le Syndicat des Transports de l'Île-de-France (STIF)

Le niveau Gare

En 2002, 23 entreprises sont représentées à ce niveau, occupant 46 cellules. Il s'agit pour la majorité (15 sur 23) de commerces asiatiques, orientés autour du négoce de denrées alimentaires, en frais ou en surgelé. On ne trouvera donc aucune activité de détail, mais du demi-gros qui servira à réapprovisionner en petites quantités les restaurateurs et les commerçants de surface, dans le quartier et dans l'ensemble de Paris. Ces clients de surface occupent la plupart du temps des locaux réduits. Ils ne peuvent ou ne veulent pas s'approvisionner en grandes quantités et congeler leurs produits. C'est pourquoi il leur est nécessaire de faire des « courses » fréquentes.

Il est possible de constater une spécialisation des espaces dans la gare. Les activités comprises dans le secteur central se distinguent des activités en secteur annexe.

Le secteur central : on y trouve surtout les commerces alimentaires, et une zone de parking. Cette concentration de commerces va poser des problèmes dans le secteur. En effet, ces activités engendrent des flux importants de véhicules utilitaires et de poids lourds, s'arrêtant ici pour charger et décharger. Ainsi l'écoulement du trafic se trouve gêné, d'autant plus que les voies sont étroites et ne

Les grands types d'activités au niveau gare



permettent pas le dépassement. Un point sensible peut à ce titre être identifié dans la carte des flux de circulation du niveau gare.

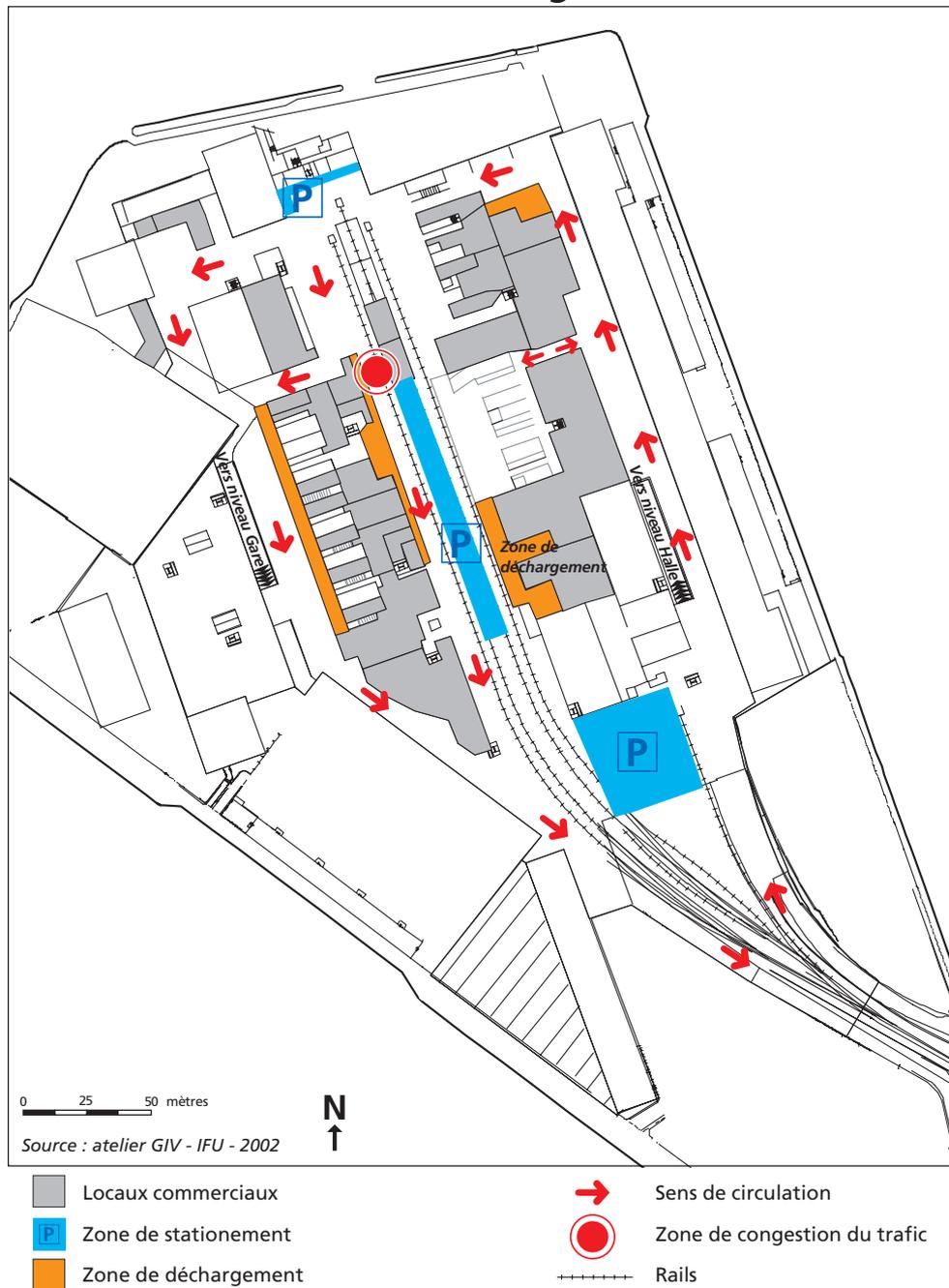
Les secteurs annexes : il s'agit des franges du secteur central. Les commerces non alimentaires ainsi que les activités de service y trouvent leur place. Sont recensés parmi eux deux activités de messagerie, en fond de gare, générant aussi un trafic important : Le Dissez et Courses Livres (cf. carte « les grands types d'activités du niveau gare »). D'autres entreprises ne produisant que peu de mouvements de véhicules trouvent d'excellentes conditions pour exercer : pressing de costumes de cinéma, serrurerie, fabricant de bonbons. En effet, les secteurs annexes disposent de larges dégagements devant les cellules, et sont situés dans des allées très peu fréquentées, permettant ainsi un développement aisé devant la cellule, et en toute sécurité.

Le niveau halle

Pendant de nombreuses années, les distributeurs Tang et Paristore ont occupé ce niveau. Lors de leur

départ, il a été envisagé d'installer en lieu et place la filiale de messagerie⁶ de la SNCF, le SERNAM. L'entreprise aurait alors profité de la proximité des points de livraisons parisiens.

Les flux de circulation du niveau gare



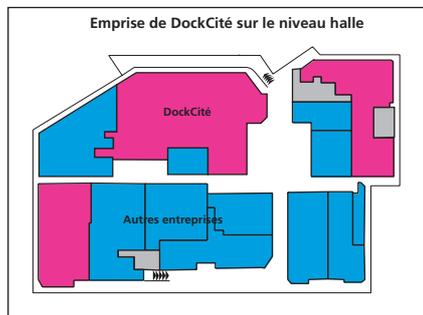
UN CAS PARTICULIER : L'ENTREPRISE DOCKCITE

En 2002, 13 intervenants sont présents, sur 18 cellules différentes. Ce plus faible nombre d'entreprises comparé au niveau gare est dû au fait qu'un prestataire logistique, DOCKCITE, gère de nombreuses cellules, sur une surface étendue, pour le compte de ses propres clients. Le fonctionnement de cette entreprise est atypique dans l'ensemble de la gare des Gobelins. Elle est autorisée à faire de la sous-location (avec l'accord de la SNCF) en offrant des prestations à forte valeur ajoutée comme le stockage ou la préparation de commande, ce que les autres commerçants ne font pas dans la même ampleur.

Le stockage est pour le prestataire une opération très rentable, car il ne s'agit pas seulement d'entreposer des palettes et de les « oublier ». Certains produits peuvent faire l'objet d'une attention

6 Mode de transport de marchandises et de colis divers plus rapide et plus coûteux qu'un service de transport ordinaire.

constante. Les clients demandent alors à DOCKCITE la mise en zones grillagées et surveillées, lorsque les produits sont sensibles et craignent le vol. Cette offre se paie beaucoup plus chère que la simple mise en palletier.



Source : Atelier GIV-IFU
relevé de terrain 2002

L'entreprise DOCKCITE gère les marchandises de plusieurs dizaines de clients très hétérogènes, tant par l'intensité des flux que par la nature des produits. Malgré la réticence du gérant de l'entreprise, nous pouvons évaluer le nombre de clients à une vingtaine.

Le plan suivant montre la superficie que la seule entreprise DOCKCITE occupe au niveau halle (les cellules en rose). Les autres entreprises sont figurées en bleu.

LES AUTRES INTERVENANTS DE LA HALLE

Contrairement au niveau gare, les flux sont beaucoup plus réduits dans la halle. Quelques commerçants de produits alimentaires trop à l'étroit au niveau supérieur ont tout de même annexé des cellules pour leur stockage (cas de 2 commerces : Nam Soun et Quang Heng), et fréquentent donc quotidiennement leurs entrepôts. Ils reçoivent à ce titre des conteneurs complets (EVP et 40'7).

Cependant, la différence fondamentale entre gare et halle est qu'ici, le stockage se caractérise par des flux peu tendus et du stockage de masse.

Une entreprise de BTP occupe une vaste cellule pour stocker des matériaux (plaque de plâtre).

Une association humanitaire stocke des livres en français, puis organise quelques expéditions chaque année à destination des pays de la francophonie.

Un commerçant spécialisé dans la vaisselle, possédant un magasin avenue de Choisy et un salon de thé avenue d'Ivry entrepose ses marchandises.

Ainsi, si le niveau gare est principalement spécialisé dans le négoce alimentaire, le niveau halle connaît une plus grande diversification de ses activités.

C'est la place centrale qui est le secteur le plus animé, les entrepôts de DOCKCITE ne s'ouvrant que sur ce lieu. L'allée centrale est peu fréquentée

■ Fonctionnement et rayonnement

Approvisionnement et départs de marchandises

Les accès

Physiquement, les mouvements de véhicules entrant et sortant de la gare suivent des cheminements différents de l'essentiel du trafic, comme le montre la carte « circulation induite par le niveau gare ». La plupart des camions entrant dans la gare proviennent du sud-est parisien, soit du fait d'un transit par le boulevard périphérique, soit du fait d'une provenance des plate-formes du Val-de-Marne ou de l'Essonne.

A la sortie du boulevard périphérique, les véhicules empruntent l'avenue de la porte d'Ivry, puis une courte section de la rue Nationale, dans le sens sud-nord. Il est donc impossible d'attribuer la congestion du week-end de l'avenue d'Ivry aux véhicules transitant par la gare.

En ce qui concerne les flux sortants de la gare, deux solutions se présentent.

Dans le premier cas, les camions et voitures ne couvrent qu'une faible distance, pour approvisionner les restaurants et les magasins de surface. Il leur est nécessaire de passer par la rue Regnault, puis l'avenue d'Ivry, et ce faisant, subissent et participent aux encombrements. Dans le second cas, lorsque les livraisons sont plus lointaines, il est possible de s'affranchir des problèmes de circulation en empruntant la rue Nationale.

La gare est installée à l'emplacement même de l'ancien faisceau SNCF, attenant à la Petite Ceinture, en contrebas de la rue Regnault. Il faut recourir aux rampes d'origine, en entrée comme en sortie. Malgré les apparences, ces voies sont très fluides, permettant le passage de 650 véhicules sur 14 heures. Leur déclivité n'est pas trop prononcée et leur largeur assez généreuse pour permettre aux véhicules les plus massifs (comme les semi-remorques) d'y évoluer. Il faut cependant noter le mauvais état du revêtement, irrégulier et de qualité différente, ainsi que les ralentisseurs du bas de la rampe montante. Ceux-ci sont très rapprochés et très prononcés, freinant inutilement les véhicules.

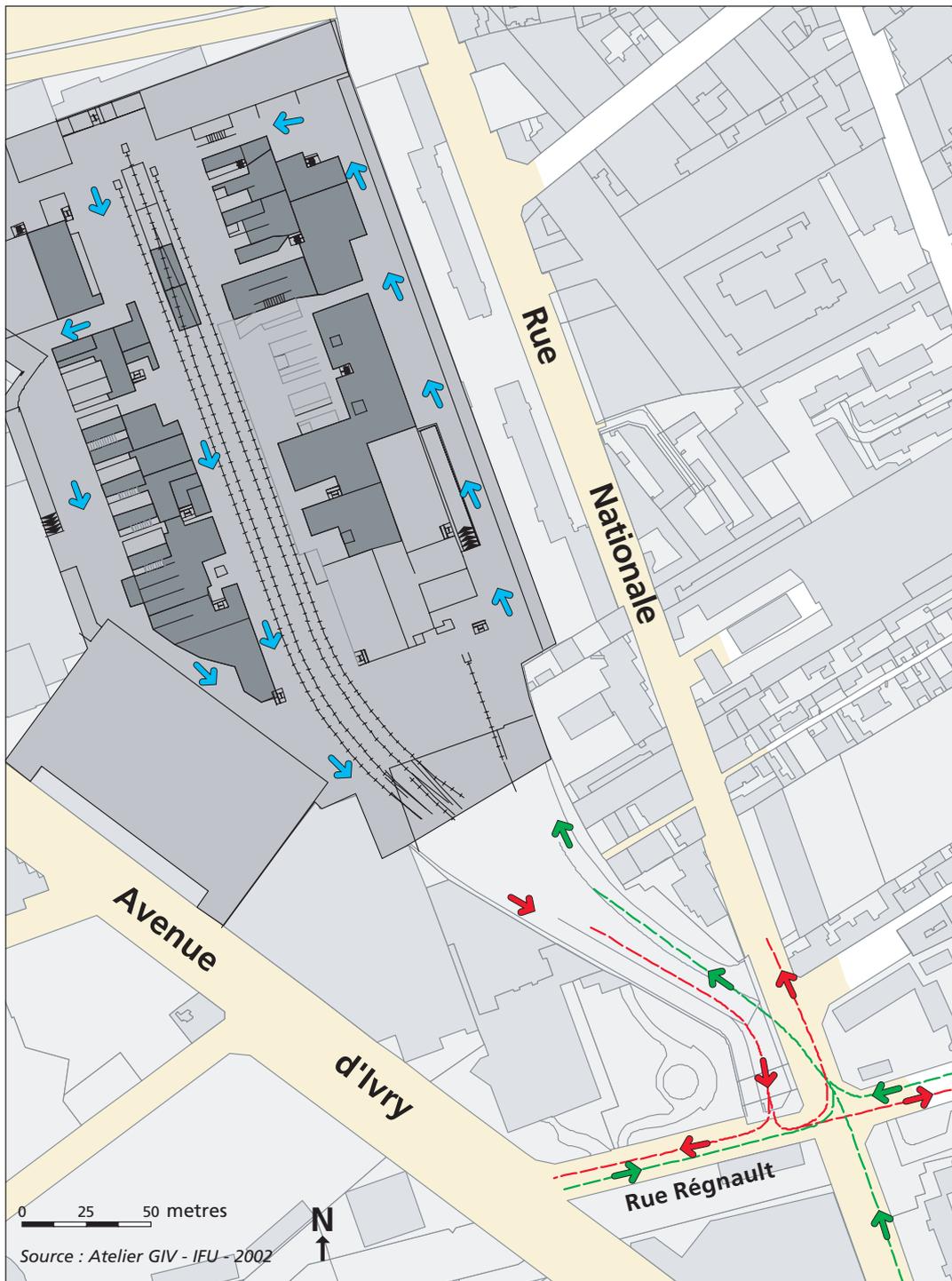
7 Il existe deux types de conteneurs : les Equivalent Vingt Pieds (EVP -unité de mesure internationale de chargement de conteneurs) et les 40 pieds (40').

Présentation des flux

LES FLUX ENTRANTS

Ce graphique a pour but de mettre en évidence la répartition des véhicules entrant dans la gare des Gobelins. La première constatation est la faible proportion des semi-remorques et poids lourds, représentant à eux deux entre 18 et 20% du flux. De même, il est surprenant de constater la présence majoritaire de véhicules plus légers (voitures particulières et véhicules utilitaires), constituant plus de 80 % des entrées.

Circulation induite par le niveau gare

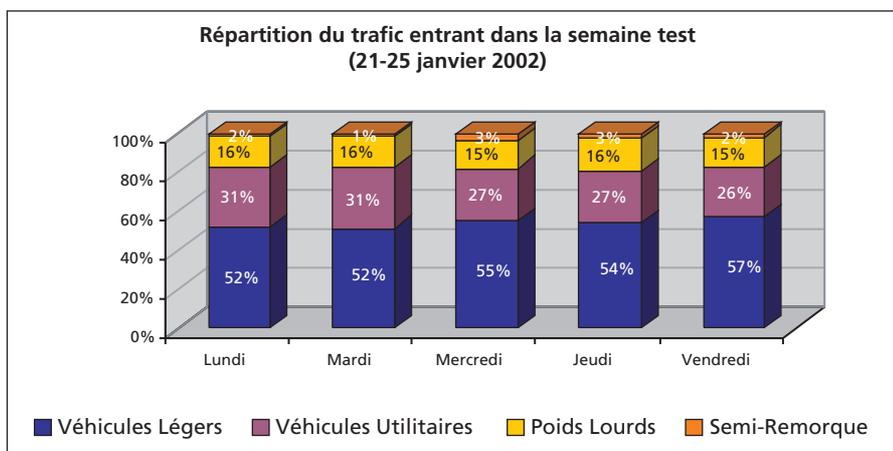


→ Trafic entrant dans la gare

→ Trafic au sein de la gare

→ Trafic sortant de la gare

La deuxième observation est que les parts restent relativement stables tout au long de la semaine test. Mais il faut nuancer ce point de vue par la mise en évidence de 2 types d'évolutions. Une première catégorie constituée de semi-remorques (environ 2%) et les poids lourds (environ 15%), pour lesquels les parts restent stables et faibles au regard de l'ensemble du trafic entrant dans la gare.



En revanche, le deuxième groupe comptant les véhicules utilitaires et les véhicules légers est nettement plus dynamique. Au fur et à mesure de l'avancement de la semaine, l'importance des utilitaires décroît au profit des voitures particulières.

Ce résultat est d'autant plus intéressant qu'il va à l'encontre des idées généralement avancées sur les flux de la gare.

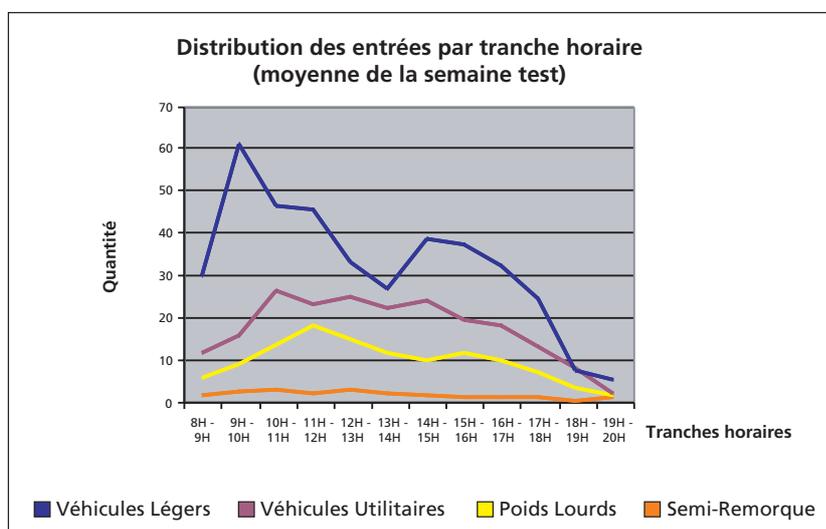
Ici, trois hypothèses peuvent être avancées.

Tout d'abord, les restaurateurs qui viennent s'approvisionner dans la gare ne prennent que la quantité qui leur est nécessaire pour leurs besoins immédiats. Les produits frais exigent une gestion des stocks en « flux tendu », car les produits sont périssables. C'est pourquoi la plupart d'entre eux vient faire leurs achats avec des voitures particulières.

Ensuite, il faut noter que les livraisons des clients et des commerçants correspondent pour la plupart à Paris et à sa région. Or ce sont les véhicules utilitaires qui sont les plus adaptés aux tournées de livraison en zone courte⁸, c'est-à-dire à des rayons d'action n'excédant pas la proche banlieue parisienne.

Enfin, certains commerces de la gare des Gobelins possèdent des succursales en surface. C'est le cas de Nam Soun et Chinaco au niveau gare. La gare sert donc de lieu de stockage délocalisé. Le réapprovisionnement des magasins « de surface » nécessitera des navettes fréquentes, donc l'emploi de véhicules de taille réduite.

D'après ce graphique, une même tendance est observée pour tous les types de véhicules : une crois-



⁸ La zone courte est la zone géographique dans laquelle les commerçants possédant des véhicules de livraison peuvent exercer leur activité (75 km de rayon au maximum).

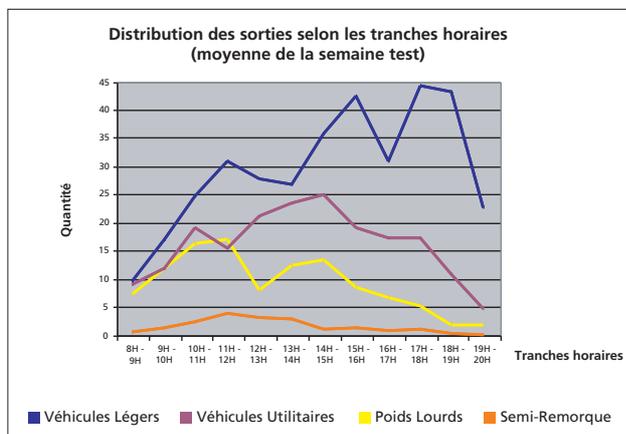
sance des entrées entre 8h et 11h, puis une baisse régulière du rythme jusqu'à la fermeture à 20h. La courbe des véhicules utilitaires est remarquable car contrairement aux poids lourds et véhicules légers, elle présente un palier en milieu de journée (11h-15h) au lieu d'un pic. Comme déjà annoncé, ce sont les véhicules légers qui contre toute attente assurent l'essentiel des entrées, atteignant même un maximum tôt, aux alentours de 9h. Il est aussi intéressant d'observer le comportement atypique des semi-remorques, lequel reste égal en entrée comme en sortie au cours de la journée.

LES FLUX SORTANTS

Le graphique des flux sortants présente la même opposition entre les véhicules utilitaires et poids lourds d'un côté, et les véhicules légers de l'autre. Mais contrairement au premier, le comportement des véhicules légers est inversé.

Véhicules utilitaires et poids lourds

Les courbes sortantes sont similaires à celles entrantes. Cela signifie que la durée de manutention est réduite, et que les véhicules ne sont qu'en transit dans la gare. S'il s'agit de camions des transporteurs professionnels (pour compte d'autrui), le minutage et l'importance des tournées ne permet pas un arrêt prolongé. L'arrêt sera également réduit pour les véhicules des commerçants de la gare, en nombre limités et destinés à desservir la clientèle francilienne.



Source : Comptages Direction Transports et Déplacements-Ville de Paris (02-2002)

Véhicules légers

Pour cette catégorie la courbe est symétriquement opposée. Ainsi, la plupart des sorties ont lieu en après-midi, le pic étant enregistré à 18h, peu de temps avant la fermeture, prouvant la longue durée de stationnement des voitures dans la journée. La conclusion qui s'impose est qu'une grande part des voitures entrant dans la gare n'est pas celle des clients (restaurateurs et autres commerçants de détail), mais celle des commerçants évoluant dans les niveaux gare et halle.

Au regard de cette évolution, la question se pose encore de l'importance du nombre de véhicules en transit par rapport au nombre réduit des commerçants de la gare.

LES DISTRIBUTIONS DE FRÉQUENTATION

Pour obtenir ce type d'information, nous nous appuyons sur les données chiffrées de la Direction des Transports et des Déplacements de la Ville de Paris, mais aussi sur deux types d'investigations. Le relevé de flux du niveau gare a consisté en un sondage réalisé auprès des conducteurs des véhicules de livraison. Il a été effectué un mardi, jour de pointe de circulation. Il s'agit ici de relever des données sur les quantités chargées et/ou livrées, les types de véhicule, leur origine et leur destination auprès d'un échantillon choisi de manière aléatoire. Ce relevé a été mené pendant 6 heures (de 9h à 12h et de 15h à 18h) et a porté sur 41 véhicules différents.

Les entretiens avec les commerçants ont porté principalement sur les flux traités. Par ce biais, ont été recueillies des données qualitatives. Les chiffres présentés sont ceux que les commerçants ont bien voulu communiquer. Ils n'ont donc qu'une valeur indicative. De plus, l'échantillon des entretiens se voulait représentatif des principales activités de la gare génératrices de trafic :

- un grossiste alimentaire frais,
- un grossiste en produits surgelés de la mer,
- un importateur « bazar ».

Grâce au relevé de flux du niveau gare, il est possible de constater les faits suivants.

Les chargements et livraisons réalisés le mardi matin concernent avant tout les véhicules utilitaires. Sur 41 sondages, 27 portaient sur des véhicules utilitaires (soit 66%), en version standard ou en configuration frigorifique.

En ce qui concerne le rayonnement de la gare, l'Ile-de-France se détache nettement. Paris et la région parisienne comptent pour 66% des sorties vers l'extérieur.

Tous les poids lourds et semi-remorques observés lors du relevé déchargent, alors que les véhicules légers et véhicules utilitaires chargent des marchandises.

L'ensemble des relevés avait pour but de valider l'hypothèse suivante : « l'influence de la gare des Gobelins – Olympiades dépasse-t-elle largement le quartier, grâce aux activités d'import-export ? ».

Il est désormais possible de conclure que le postulat précédent est à nuancer. Tout d'abord, un rayonnement est réellement observé, mais les flux d'import et d'export sont plus difficiles à valider directement. En effet, il existe un certain déséquilibre dans les flux :

- peu de livraisons mais en grande quantité, grâce notamment au poids lourds et aux semi-remorques ; lorsque ce sont ces camions qui déchargent, le stockage qui suit est souvent massif ;
- de nombreux chargements en petite quantité à destinations des multiples clients situés dans le quartier, et plus largement sur l'ensemble de la région parisienne ; ces clients pratiquent pour la plupart le « zéro stock », et travaillent en flux tendus ; l'atomisation des clients étrangers explique aussi l'emploi de petits véhicules lorsque ceux-ci viennent chercher eux-mêmes la marchandise ; dans le cas d'une expédition par un transporteur routier, le schéma de ramassage habituel met en jeu des véhicules de petite taille (souvent des utilitaires).

Par conséquent, en s'appuyant sur le critère du type de véhicule en transit, la gare des Olympiades joue plus le rôle d'une plate-forme de redistribution régionale que d'un pôle majeur d'exportation, engendrant des flux massifs vers des destinations concentrées. C'est l'éclatement des clients qui est donc la donnée majeure des flux de la gare. La seule analyse de la catégorie de véhicule est insuffisante pour qualifier le rôle de la gare.

Pour cerner de manière plus précise l'influence de la gare, il aurait été nécessaire de connaître tous les transporteurs desservant ce point de livraison. Cette information n'a pu être communiquée par les commerçants.

Si l'identité de ces prestataires avait été connue, une autre difficulté se serait présentée. La consultation de leurs bases de données ne peut se faire qu'à partir du nom des payeurs du transport, c'est à dire des fournisseurs. Or cette information est stratégique pour les commerçants, d'où leur mutisme à ce sujet.

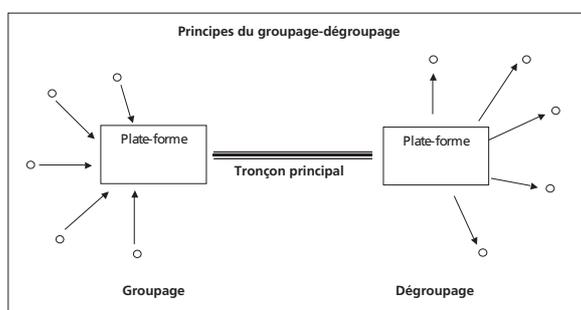
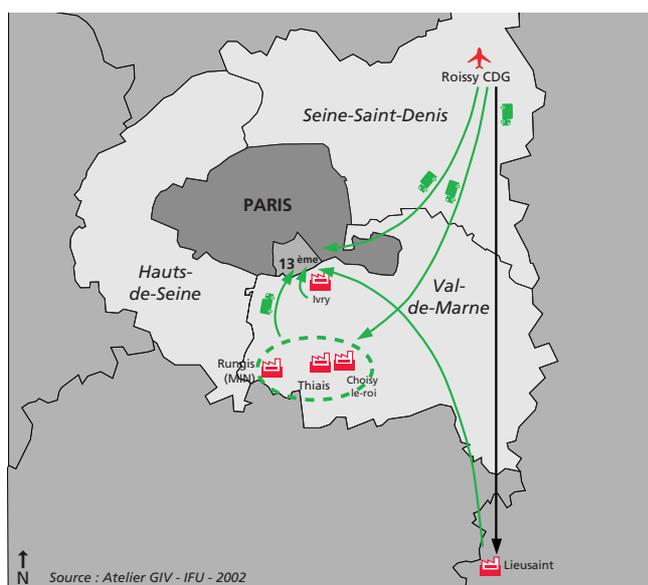
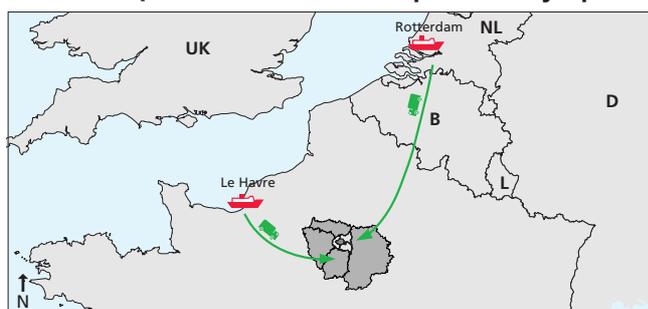
Un fonctionnement local et en réseau

Pour appréhender le fonctionnement de la gare des Olympiades, il est absolument nécessaire de la reconsidérer dans son environnement régional. En effet, les intervenants qui s'y localisent travaillent aussi sur d'autres sites, pour la plupart, dans le sud-est de l'Ile-de-France (cf. carte « schéma d'approvisionnement du quartier Olympiades »).

Ainsi, une société de négoce de produits alimentaires surgelés va diriger ses produits de 2 manières : si elle dispose d'espace disponible dans ses chambres froides des Olympiades, la livraison est alors directe entre Rotterdam et Paris XIIIème ; en revanche, si les frigos sont saturés, elle dirige ses réceptions vers Rungis et Lieusaint, vers des prestataires logistiques dont elle loue des entrepôts ; une fois la place libérée, les denrées transitent alors vers la gare si les quantités à redistribuer aux clients sont faibles.

Le fonctionnement en réseau est confirmé par la mutation qu'a connu le transport de longue distance en Europe ces

Schéma d'approvisionnement du quartier Olympiades



Source : Atelier GIV-IFU 2002

dernières années. Le secteur a longtemps été caractérisé par la multitude des transporteurs artisans, ne possédant généralement qu'un ou deux véhicules. Les entrepreneurs étrangers ne disposaient pas de quais de déchargement et de relais dans les pays étrangers. Désormais, le transport international se structure de plus en plus au sein de groupes ou d'alliances européennes. L'industrialisation des pratiques passe ainsi par le recours systématique au groupage-dégroupage.

■ Problèmes et dysfonctionnements

Stationnement - Livraisons

Livraisons

Dans ce domaine, il ne semble pas y avoir de réflexion globale de la part de la SNCF et des locataires relative à une organisation des flux entrants.

De fait, dans la gare des Gobelins, aucune concertation entre commerçants n'existe pour s'accorder sur une meilleure organisation des flux entrants, chacun organisant ses approvisionnements seul. Ce constat se répercute de 2 manières. Tout d'abord en termes de rythme de livraison : Le commerce des fruits et légumes frais, spécialité de Nam Soun et New Thai connaît une pointe les mardis et jeudis. Le deuxième aspect est celui de l'encombrement des voies, car elles sont relativement étroites.

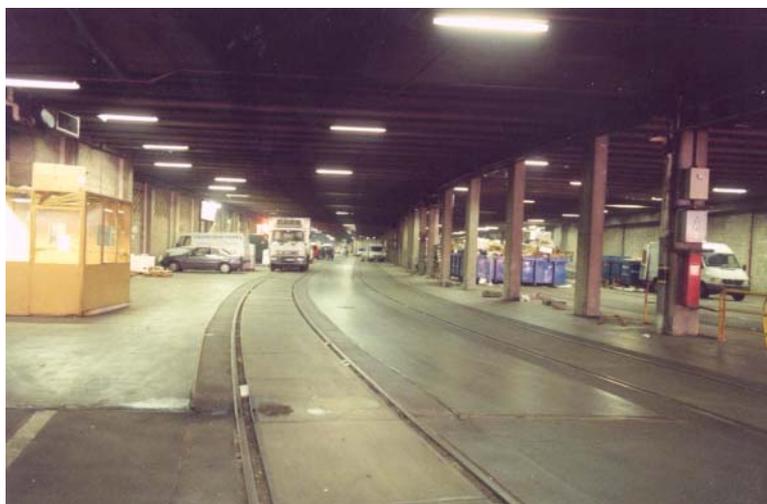
Aucune association de commerçants de la gare des Gobelins ne s'est créée comme interlocuteur unique face au propriétaire mais aussi face aux autres intervenants extérieurs. Les commerçants n'ont donc que très peu d'influence sur les transitaires – expéditeurs assurant le passage en douane des marchandises provenant d'Asie. Ces derniers « proposent » d'office leurs jours de livraison. En cas de refus, le réceptionnaire s'engage contractuellement au paiement de « surestaries »⁹. La situation de la gare est loin de ressembler à celle qui prévaut dans la distribution occidentale. Ce sont les grandes enseignes de supermarchés qui ont le pouvoir sur les fournisseurs et qui décident des jours et heures de livraison.

Stationnement

Un nombre conséquent de véhicules transite dans la gare (entre 650 et 800). Or dans le niveau gare, très peu d'espaces sont formellement réservés et adaptés au stationnement prolongé, avec une matérialisation au sol des emplacements et un sol régulier.

ZONE CENTRALE

Il n'y a pas de places « officielles ». La SNCF tolère des aires de livraison devant chaque entrepôt. Un espace de parking s'est également improvisé, au niveau de voies désaffectées. En plus de l'irrégularité du sol rendant difficile l'usage de matériel de manutention, la présence de piliers de reprise de charge des niveaux supérieurs de la dalle compliquent l'accès. Cette configuration rend difficile l'entretien et le nettoyage de la zone, d'autant plus que les produits alimentaires frais peuvent être endommagés et laissés au sol. Une benne est installée vers la sortie de la gare, et fait office de poubelle centrale.



LES SECTEURS ANNEXES

Des places sont réservées dans le fond du niveau gare pour les services de sécurité et d'incendie. Dans la mesure où le personnel de la SNCF est habilité à l'intervention lors d'incidents, les 4 places sont utilisées par les services gestionnaires. Dans cette même zone, 100 m² de parkings sont concédés à l'entreprise Thalès. En plus d'être loin des commerces et des lieux de déchargement, ces parkings ne sont destinés qu'aux véhicules particuliers.

Sur l'espace de transition entre l'intérieur et l'extérieur, le réseau de location Avis loue une centaine de m² et stationne ici 4 à 6 véhicules utilitaires standards. Mais ce ne sont pas les seuls. Les commerçants profitent aussi de cet espace à l'écart des flux pour garer leurs propres véhicules.

Des horaires d'ouverture trop resserrés ?

Malgré une évidente vocation logistique, la gare présente des contraintes importantes, apparemment

⁹ Indemnité, déterminée dans les tarifs marchandises ou au titre d'un contrat, que doit payer le consignateur, le consignataire ou toute personne responsable des retards de transport dépassant le « délai gratuit » fixé pour le chargement, le déchargement, la réexpédition ou l'arrêt en transit.

difficilement compatibles avec les flux qui y transitent. L'ouverture du site se fait à 6h30 et la fermeture à 20h00, pour des motifs de sécurité propres à la SNCF. De même, aucune activité n'est possible les week-end et jours fériés.

Les entreprises situées dans la gare se disent handicapées par cette « rigidité ». Bon nombre d'entre elles souhaiteraient pouvoir travailler 24h/24, les week-end et jours fériés. Dans ces conditions, la gare des Olympiades présenterait les mêmes conditions d'exploitation que le Marché d'Intérêt National (MIN) de Rungis, qui traite des denrées équivalentes à celles transitant par les grossistes de la gare. Les entreprises de messagerie affirment également avoir besoin d'horaires d'ouverture plus larges.

En assouplissant les règles de fonctionnement, les gains pourraient être les suivants :

écrêter les pointes de semaine (le mardi et le jeudi pour les fruits et légumes frais) ; de cette façon, les flux à l'intérieur de la gare seraient grandement facilités, en limitant la congestion ;

mieux se plier aux exigences des clients des commerces qui souhaitent se faire livrer dans les plus brefs délais, si possible dès leur ouverture matinale ; la livraison s'apparenterait à du saut de nuit : une préparation de commande réalisée en soirée et un transport suivant immédiatement.

Malgré toutes ces récriminations, de nombreuses contraintes externes aux locataires viennent s'imposer à la gare. Le règlement intérieur de la SNCF interdit tout d'abord une activité sur ses emprises de nuit. Ensuite, la présence du site logistique en milieu urbain dense est une raison suffisante pour interdire l'activité nocturne, de manière à maintenir la tranquillité du voisinage.

Une implantation inadaptée

Exiguïté des locaux

La SNCF a tout d'abord proposé la location de « box » de grande taille, permettant à des entreprises comme Tang Frères et Paristore d'y installer leurs surfaces de stockage. Profitant ensuite du départ de ces fleurons devenus trop à l'étroit, le bailleur a découpé ses entrepôts en de plus petites cellules. Il a également profité de la désaffectation ferroviaire pour en aménager de nouvelles sur les voies désormais inutilisées.

Quelles sont les conséquences des compartimentages successifs ?

La difficile adaptation de la gare dans l'état actuel pour l'accueil d'activités de logistique moderne, avec de larges palletiers et engins de manutention. La halle conserve en revanche une configuration large (de grandes cellules).

Des voies de circulation peu adaptées. Le redécoupage parcellaire du niveau gare va créer des points de congestion, en particulier les jours de pointe de livraison comme le mardi.

La difficile adaptation des cellules à une activité en hausse. Ainsi, aujourd'hui au moins 4 commerces de la gare ont dû se développer dans des cellules dispersées. Cette disposition peut constituer un manque de souplesse d'exploitation, et parasiter les circulations dans les voies de la gare par les allers et venues entre cellules.

Enfin, des secteurs restent encore à traiter afin d'améliorer leur sécurité et salubrité, notamment pour les flocages d'amiante à l'air libre, qui même s'ils ne sont pas dans ces lieux très fréquentés n'en demeurent pas moins dangereux à long terme dans des espaces peu aérés (cas de la halle).

Les relations Commerçants – SNCF

La SNCF est le propriétaire de la gare, et entretient à cet égard une relation classique de bailleur à locataire. Si les commerçants ne se soucient pas de présenter un front uni face au propriétaire, la SNCF n'a de son côté que peu de moyens pour influencer sur l'activité des commerces, si ce n'est par le règlement intérieur.

Deux dysfonctionnements majeurs sont à noter.

La plupart des commerçants -locataires se plaignent des prix excessifs des loyers, entre 600 000 et 1 million de francs selon les surfaces occupées. Les loyers sont fixés en fonction de critères comme le passage, la surface, l'accessibilité... En plus de ces données physiques, le montant doit aussi tenir compte d'un cahier des charges rédigé par le gestionnaire supérieur : Fret SNCF. Pour information, les loyers en F/m²/an (HT, hors charges annuelles) sont les suivants : entre 500 et 700 F pour la gare, et entre 350 et 400 F pour la halle.

Les commerçants disent également souffrir de la mauvaise qualité des contacts, et du manque de référent unique lors des contacts avec leur bailleur. Les relations sont par conséquent « moyennes », et ne permettent pas d'alimenter une confiance réciproque.

Les conséquences des dysfonctionnements

Lors des entretiens qualitatifs réalisés auprès des principaux intervenants du niveau gare, ceux-ci ont fait part de leurs mécontentements, mais aussi de leurs projets de déménagement.

Grossiste en fruits et légumes

L'objectif à moyen terme de ce commerce est de quitter la gare, et de s'installer à proximité immédiate du XIII^{ème} arrondissement. De cette manière, il aura tous les avantages de la proximité sans les encombrements. Ce commerce cherche donc un entrepôt adapté aux flux fréquents de chargement et déchargement, en petite couronne proche, dans le Val-de-Marne (secteur Ivry – Vitry - Choisy).

Contrairement à la situation actuelle, ce grossiste envisage d'être propriétaire de ses locaux et ne pas s'appuyer sur la proximité d'autres commerces asiatiques. Il est cependant intéressant de constater que les entrepôts des leaders de la grande distribution asiatique du quartier ont déjà des plate-formes dans le sud-est parisien.

Pour exemple, la plate-forme de Paristore se trouve à Thiais, à proximité de Choisy le Roi, alors que celle de Tang Frères se situe à Vitry-sur-Seine.

Grossiste fruits de mer surgelés

L'entreprise nourrit des projets d'agrandissement, ce qui implique un déplacement partiel des entrepôts sur un autre site. Mais le grossiste garderait dans le même temps une surface de stockage sur place. Le déménagement pourrait concerner le secteur de Marne la Vallée, ou encore Ivry sur Seine. Les motifs invoqués par les commerçants pour le déplacement de l'activité sont les suivants :

- une fiscalité plus intéressante,
- des surfaces disponibles et pratiques à utiliser,
- une meilleure accessibilité, avec la présence de grands axes routiers (ex : A4 et N104 vers Marne-la-Vallée).

Dans les différents témoignages, se retrouve, outre les besoins de délocalisation, le désir d'indépendance vis à vis de la location. Les vellétés de possession témoignent aussi d'une volonté d'intégration des communautés asiatiques, qui n'hésitent pas à investir sur le long terme dans du patrimoine bâti. Au regard de ces difficultés, il est possible d'envisager le scénario suivant : un déménagement progressif du stockage des commerces les plus générateurs de flux (à savoir de gros et de demi gros), de la gare vers la petite couronne parisienne. Ils suivraient ainsi l'exemple donné par les leaders de la grande distribution dans le quartier, Tang Frères et Paristore.

Il n'y aurait donc plus forcément de gros flux de camions du type des semi-remorques actuels. Ce départ du flux n'aurait cependant pas de grosses répercussions sur le caractère asiatique des Olympiades dont le commerce de détail en surface est le garant. Les commerces asiatiques de la gare, invisibles des passants ne participent pas à la perception asiatique du quartier des Olympiades par la clientèle.

CONCLUSION - ORIENTATIONS PROSPECTIVES

Le commerce asiatique contribue de manière essentielle au dynamisme économique du sud du 13ème arrondissement et au-delà, en constituant un véritable pôle d'attractivité commerciale dont le rayonnement s'étend à l'ensemble de la région Ile-de-France.

La complémentarité entre commerces asiatiques et commerces occidentaux renforce la fréquentation par une clientèle qui apprécie le marquage ethnique du site.

La vitalité du commerce asiatique garantit l'emploi d'une population importante et l'intégration sociale de la communauté asiatique. Ce dynamisme produit des effets d'entraînement sur les activités occidentales associées (fournisseurs, sous-traitants...).

LES MUTATIONS LIÉES AU FONCTIONNEMENT COMMERCIAL

■ Les difficultés liées aux locaux commerciaux

Absence de locaux disponibles (stockage et extension)

Les commerçants – aussi bien de détail que de gros – qui souhaitent se développer ne disposent pas toujours de locaux disponibles et certains de leurs projets d'extension sont bloqués pour cette raison. Les plus entreprenants envisagent ainsi de se délocaliser pour trouver des espaces disponibles.

Des locaux inadaptés

Des dysfonctionnements apparaissent sur la dalle des Olympiades. Certains commerces de la galerie Mercure accueillent par exemple des activités de restauration dans des locaux non prévus à l'origine pour ces usages (problèmes d'évacuation des fumées, de rejets d'huiles de fritures dans les canalisations).

Médiocre qualité des espaces

Les galeries commerciales

A l'intérieur même de certaines galeries commerciales comme Oslo, des locaux commerciaux sont marginalisés en raison de la configuration spatiale de la galerie. Par ailleurs des problèmes de fuite et de vétusté des locaux pourraient pénaliser l'attractivité de ce centre commercial.

La situation des commerces proches du Stadium est plus critique. Ces locaux sont pénalisés par la dégradation du cadre bâti, des problèmes de sécurité, liés notamment à la présence d'amiante, et par le manque de lisibilité de leurs accès depuis l'avenue d'Ivry ou de la dalle.

L'urbanisme de dalle

Enfin de manière plus générale, en raison de la nature même de l'urbanisme de dalle, les dispositifs d'accès aux galeries commerciales sont difficiles à comprendre et à emprunter.

Les conditions d'accessibilité peuvent être améliorées (escalators en panne, escaliers dégradés, rampes d'accès handicapés inappropriées...).

Si aucune action n'est engagée, l'ensemble de ces dysfonctionnements pourrait avoir une influence à long terme sur l'attractivité commerciale en réduisant la fréquentation des commerces situés sur la dalle des Olympiades.

■ Incertitudes sur l'évolution de l'activité commerciale de la communauté asiatique

L'implication des générations futures dans l'activité commerciale

Les entretiens auprès des commerçants ont révélé que leurs propres enfants souhaitaient rarement reprendre le commerce de leurs parents dans le quartier. Cette génération s'est intégrée par le biais des études et cherche à adopter un mode de vie occidental. Pour prendre un exemple, les enfants de restaurateurs recherchent une autre activité professionnelle moins contraignante. Cette intégration risque d'avoir des conséquences importantes sur le type d'activités développées dans le futur par les enfants d'origine asiatique qui seront mieux formés que leurs parents.

Le glissement vers des activités plus rentables

Les commerçants asiatiques semblent extrêmement réactifs aux évolutions économiques et possèdent une grande capacité d'adaptation. Cette souplesse leur permet d'asseoir durablement leur emprise commerciale sur le quartier. L'évolution de la diversification des activités exercées par les asiatiques dans le temps prouve que ces derniers quittent les secteurs d'activité traditionnels pour se tourner vers de nouveaux secteurs comme les services.

Le développement actuel de l'attractivité touristique du site, lié à la densité de commerces asiatiques

et au marquage ethnique du quartier qui le désigne comme le « Chinatown » parisien, favorise la substitution progressive d'activités commerciales traditionnelles au profit d'activités commerciales à plus forte valeur ajoutée, et contribue à modifier la structure commerciale du quartier.

Projets de développement commerciaux.

A l'exception de l'extension du parking Tang, aucun projet majeur d'infrastructure commerciale n'est à déclarer, ce qui est confirmé par les entretiens passés auprès des commerçants du quartier. Ainsi, seuls les locaux commerciaux existants peuvent faire l'objet de mutations, et de projets de développement par les commerçants.

Cependant, et même s'ils n'ont pas précisément fait l'objet d'une approche spécifique dans cette étude, de nouveaux pôles commerciaux situés à proximité du 13^e arrondissement influeraient sur les projets de développement commerciaux de notre secteur. Il est important d'en mesurer les conséquences, notamment par la perte de clientèle qui pourrait se répercuter sur les commerces du site Olympiades-Villa d'Este.

Par exemple, l'ouverture d'un centre commercial au Kremlin-Bicêtre pourrait attirer une partie de la clientèle occidentale qui fréquente le centre commercial Masséna 13.

ACCESSIBILITÉ ET DESSERTE DU SITE.

■ Les orientations du Plan de Déplacements Urbains d'Ile-de-France

L'objectif est de privilégier les transports collectifs et les modes de circulation douce, ce qui nécessite de revoir le partage de la voirie, pour prendre en compte dans une réflexion globale tous les usagers, en particulier les piétons et les cyclistes. La lisibilité, le confort et la sécurité des voies de circulation et des cheminements réservés sont essentiels.

Certaines des orientations déterminantes du PDU portent sur :

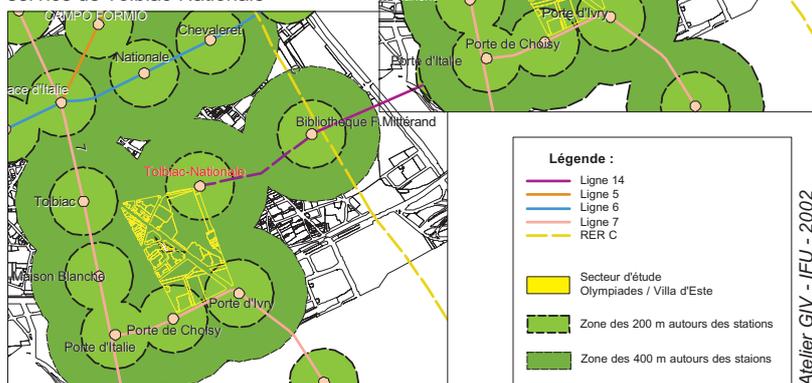
- les quartiers tranquilles et les zones 30 : limiter la place, la vitesse et les nuisances liées à la voiture, pour redonner de l'espace aux piétons et aux vélos ;
- le stationnement : hiérarchiser la place laissée à l'automobile, suivant les lieux, éventuellement modifier les tarifs et, en fonction des choix effectués, repenser l'espace public ; il s'agit aussi de favoriser le stationnement hors voirie, notamment par des normes plafonds pour les nouvelles constructions.
- la livraison des marchandises : diminuer les nuisances liées au trafic des poids lourds, harmoniser les réglementations des livraisons ; la nouvelle logistique urbaine s'appuie d'abord sur l'amélioration des infrastructures et plates-formes existantes, en particulier celles desservies par le fer.

■ Les projets de transports en commun

Desserte de la zone d'étude

Métro - RER

Desserte après mise en service de Tolbiac-Nationale



La desserte insuffisante du quartier en transports publics va considérablement s'améliorer grâce à deux projets importants :

- le prolongement de la ligne 14,
- l'aménagement du tramway sur les Maréchaux sud.

Le prolongement de la ligne Météor 14 et la station Tolbiac-Nationale

L'actuelle ligne 14 du métro s'arrête à la station Bibliothèque Nationale de France, au cœur de l'actuelle ZAC Seine Rive Gauche. D'ici 2006, la ligne va être prolongée et une nouvelle station aménagée sur la rue de Tolbiac, à l'angle de la rue Nationale, desservant notamment l'université Paris I et la dalle des Olympiades.

Le prolongement de la ligne 14 viendra pallier l'insuffisante desserte en transports publics du secteur en créant un lien rapide entre le 13^e arrondissement et le centre de Paris.

A l'échelle de l'agglomération, la nouvelle

ligne 14 permettra des connexions rapides au sein d'un réseau de transports étendu :
 RER A, vers l'est et Marne-la-Vallée, où réside une communauté asiatique importante (connexion à la station gare de Lyon) ;
 RER B, vers le nord et le sud, avec une connexion à la station Châtelet-Les Halles ;
 RER C, vers le sud et l'ouest, avec une connexion à la station Bibliothèque Nationale de France.
 Par ailleurs, le quartier Olympiade sera situé à une station de métro du futur quartier universitaire de Seine Rive Gauche qui accueillera, à terme, 30.000 étudiants.
 Cette nouvelle desserte devrait soutenir l'activité commerciale du quartier mais aussi permettre un report modal des déplacements domicile-travail. Elle pourrait également renforcer la vocation touristique du secteur, puisque la ligne 14 relie plusieurs grands sites touristiques de Paris.

Le projet de tramway des Maréchaux sud

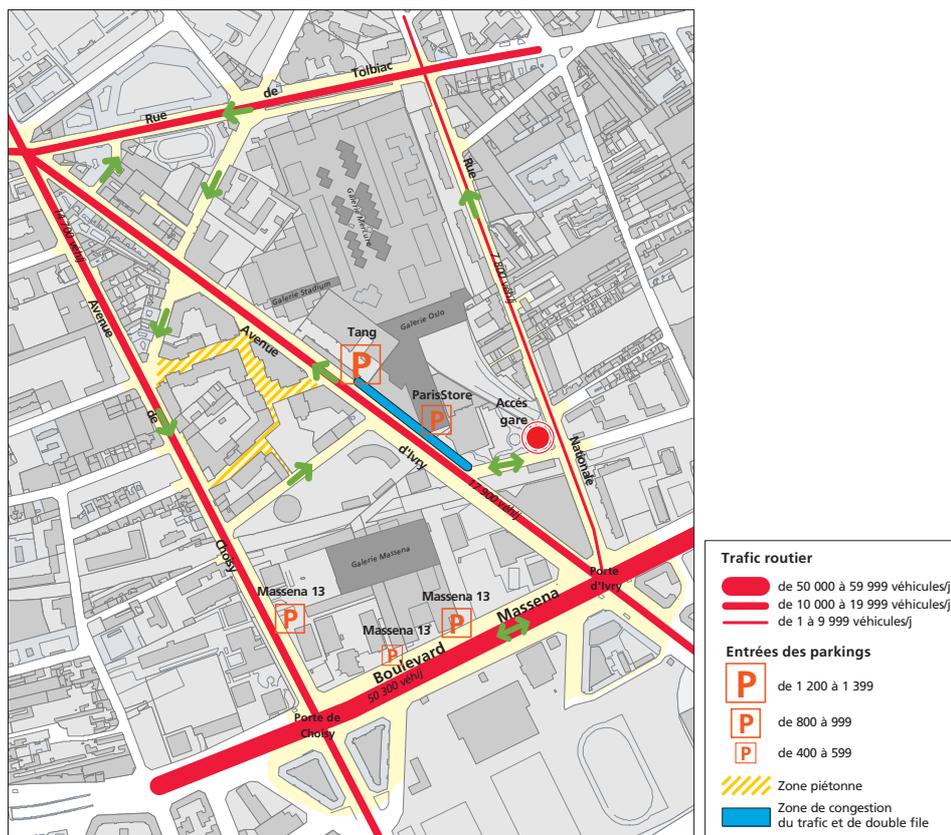
Le projet d'implantation d'un tramway sur le boulevard des Maréchaux participe également de la dynamique de requalification urbaine et du renforcement de la desserte en transports publics.
 Le terminus de cette ligne sera installé porte d'Ivry. La mise en service est programmée pour mi-2006.
 L'aménagement du site propre est prévu en position latérale sur la partie sud du boulevard Masséna, entre les avenues de Choisy et d'Ivry, puis en section axiale sur le boulevard, passé l'avenue d'Ivry, pour permettre une connexion rapide au terminal de bus.

Ce projet de tramway en site propre s'accompagnera d'une redistribution de l'espace de la voirie sur les boulevards de rocade, avec :

- le passage à 2x2 voies des voies de circulation ;
- l'aménagement d'une piste cyclable unidirectionnelle dans chaque sens ;
- l'amélioration des plantations sur les espaces piétonniers.

Une étude fine est en cours afin de mesurer l'impact sur la circulation suite à la mise en service du tramway.

Circulation au sein du périmètre d'étude



Source : Atelier GIV - IFU Direction de la voirie et des déplacements (Comptages 99, exceptée rue Nationale, comptage 2002)

Actuellement une première estimation porte à 20% la réduction de la capacité des boulevards des maréchaux, essentiellement en raison de l'aspect prioritaire du tramway aux carrefours.
 Un nouveau plan de circulation est également à l'étude sur le quartier des Olympiades, afin d'éviter le report du trafic sur les voies arrière.

■ La circulation automobile.

Les problèmes de livraisons des commerces de surface.

Les fournisseurs des commerces sur rue recourent très souvent à la double-file, soit par absence de places spécialisées, soit par défaut de verbalisation des places illégalement occupées. Cette pratique de la double-file aggrave l'encombrement des voies du secteur, notamment de l'avenue d'Ivry. L'encombrement est, par ailleurs, en lui-même, une gêne forte pour les livraisons.

L'accessibilité en voiture pour les chaland.

Les orientations du PDUIF qui visent à réduire la part de la voiture, en termes de circulation et de stationnement, à renforcer les transports publics et à améliorer les espaces dédiés aux piétons pourraient avoir des répercussions négatives sur le dynamisme des secteurs de gros et de demi-gros. En effet, ces secteurs impliquent des achats massifs pour lesquels l'usage d'un véhicule et le stationnement à proximité apportent un confort indéniable. Sont principalement concernés Tang et Paris Store, dont une partie de l'activité est dédiée à l'approvisionnement des restaurants asiatiques de Paris et d'une partie de l'agglomération.

Pour l'activité de commerces de détail, une étude spécifique sur les moyens de transports utilisés par la clientèle du quartier (et notamment des trois supermarchés, Tang, Paris Store et Masséna 13) est à mener, notamment pour évaluer les possibilités de report modal de la voiture vers les transports en commun.

L'augmentation de la capacité du parking Tang

Comme l'ont confirmé les comptages effectués sur la voirie, l'entrée du parking Tang connaît, particulièrement le week-end, d'importants problèmes de congestion sur l'avenue d'Ivry et progressivement, par effet d'entraînement sur toutes les rues du quartier.

Afin de réduire au maximum les conséquences négatives engendrées par la file d'attente de son parking, Tang Frères envisage deux types de solutions : augmenter la capacité et dévier les entrées.

Ces projets nécessitent des études fines sur les conséquences à termes, notamment en raison de « l'appel à voitures » inévitablement créé par le doublement de la capacité du parking.

Les nouvelles capacités.

La première solution serait la reconstruction du « Marché Tang » situé en retrait de l'avenue d'Ivry. Elle consisterait en la mise à deux niveaux du marché, offrant ainsi une meilleure liaison entre le rez-de-dalle et le magasin. De nouvelles places de stationnement pourraient être créées dans le sous-sol du nouveau bâtiment.

Une autre solution consiste à augmenter les capacités du parking, sans modification radicale du magasin. L'augmentation de capacités passerait par une réorganisation de l'agencement des niveaux dans le volume du parking. Ce dernier présente une très grande hauteur sous plafond. Il est ainsi envisageable de rajouter un niveau pour passer de 200 à 400 places.

Si les répercussions de ce projet semblent contraires aux orientations du Plan de Déplacement Urbain, l'investissement du groupe Tang Frères dans un nouveau parking montre son attachement pour ce secteur du 13^e arrondissement, malgré la présence de nombreuses succursales en dehors de Paris. Cet aspect ne doit donc pas être négligé, puisque la présence des grands distributeurs est un argument de poids dans la motivation de fréquentation du site Olympiades-Villa d'Este.

La déviation des entrées.

Pour entrer et sortir de la gare des Gobelins, les véhicules de livraison empruntent deux rampes, l'une connectée à la rue Nationale, l'autre à la rue Regnault. Or, la gare des Gobelins jouxte immédiatement le parking qu'utilise Tang Frères en sous-sol, ce dernier appartenant également à la SNCF. Le projet envisagé amènerait les voitures particulières à utiliser les rampes actuelles pour entrer et sortir du parking, en passant par le niveau gare.

L'avantage immédiat serait le faible investissement à engager, et le report automatique du trafic, bloquant préalablement l'avenue d'Ivry.

Cependant, par ce scénario, comme par le précédent, le nombre de véhicules ne serait nullement réduit, la congestion étant simplement déplacée.

Par ailleurs, certains commerçants se plaignant déjà des conditions actuelles d'exercice dans la gare, l'afflux supplémentaire de voitures pourrait provoquer leur départ. Or le départ du commerce de gros implique de revoir toute la chaîne actuelle de distribution vers les petits commerces. La présence des voitures dans l'enceinte SNCF serait aussi être problématique pour l'organisation même de la gare, notamment en termes de partages de responsabilité entre les différents intervenants selon les espaces occupés. Actuellement, l'ensemble de la gare appartient à la SNCF. Le passage des usagers du parking Tang imposerait certainement une redistribution des surfaces.

La solution du report des entrées dans la gare des Gobelins risque ainsi d'avoir des répercussions sur le dynamisme commercial. L'avantage immédiat en serait une meilleure fluidité sur l'avenue

d'Ivry. En revanche, des conséquences néfastes sur commerce de gros de la gare s'additionneraient aux contraintes dues à une organisation non optimale du site logistique.

La gare

De fait, et à la suite d'entretiens auprès des commerçants localisés dans la gare, il a été mis en évidence que certains souhaitaient délocaliser leurs activités.

Or, le site de la gare présente de nombreux avantages. Notamment, les voies qui l'alimentent sont peu chargées et ne croisent pas les secteurs congestionnés, d'où une bonne accessibilité.

Le départ des commerces de gros devra être compensé par l'arrivée d'autres activités. En effet, la présence de vastes entrepôts inoccupés, sans destination précise, pourrait nuire à l'image du quartier.

Le manque constaté de locaux de stockage pour les commerçants de surface pourrait être une piste pour une éventuelle évolution de la gare des Gobelins.

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

La structure commerciale du quartier a peu évolué ces trente dernières années. Ainsi, malgré la domination commerciale asiatique qui exerce une attractivité de plus en plus forte, cette relative stabilité a permis le maintien de la mixité sociale du quartier, ce que nombre de sites touristiques de Paris ne connaissent plus.

Si la fréquentation du quartier est essentiellement francilienne, il semblerait que celui-ci possède aujourd'hui un fort potentiel touristique. Le site est une destination privilégiée des touristes en provenance des pays d'Asie. L'émergence économique des pays du Sud-Est asiatique laisse penser que ce tourisme est destiné à connaître une augmentation régulière. De plus, des festivités ponctuelles telles que le Nouvel An Chinois sont des éléments de plus en plus générateurs de fréquentation.

Cependant ce constat pose une question majeure en ce qui concerne l'évolution future du quartier. Favoriser l'accueil de ce tourisme et mettre en place les infrastructures conséquentes ne risque-t-il pas d'accélérer la mutation commerciale en cours et de provoquer à plus long terme une situation préjudiciable à la vitalité du quartier et à la diversité de ses activités?

Dans cette perspective, il serait intéressant de mettre en place au niveau local une structure publique intervenant dans le cadre du Grand Projet de Renouvellement Urbain ayant pour missions principales l'observation fine et continue de l'activité commerciale et l'animation d'actions élaborées en concertation avec les différents acteurs de la vie économique et sociale du secteur.

BIBLIOGRAPHIE

■ Immigration et économie asiatiques

Ouvrages généraux

YU -SION L., «**Les Chinois de Paris depuis le début du siècle ; Présence urbaine et activités économiques** » in Revue Européenne des Migrations Internationales», Volume 8, n° 3, 1992, 18 p.

«**Les Asiatiques en France.**» Colloque 18-19-20 novembre 1993, conseil pour l'intégration des communautés d'origine chinoise, Paris, 1994, 128 p.,

FOURGEAU C., **L'insertion en France des communautés asiatiques**, in Migrations Etudes n°80, avril-mai 1998, 12 p.,

GUILLON M., DE RUDDER V., TABOADA-LEONETTI I., **Pratiques urbaines et transformations sociales dans les quartiers pluriethniques** in Espaces et Sociétés, 1984, pp. 25 – 79.

GUILLON M., **Quartiers pluriethniques, territorialisation et structuration communautaire**, in Espace et Sociétés 1984.

HASSOUN J. P., «**Les patrons chinois à Paris**» - Ressources linguistiques, sociales et symboliques» in Revue Française de Sociologie, janvier-mars 1993, n°1, pp. 97-123.

HASSOUN J.P., **Pratiques religieuses et entreprises chinoises à Paris. Un paysage favorable**, in Revue Européenne des Migrations Internationales, vol. 8, n° 3, 1992, pp. 139-154.

HUU KHOA L., **L'immigration du sud-est asiatique. Rapport entre « informel » et « institué »**, in Sociologie du Sud-Est, n° 55-58, janvier-décembre 1988, pp. 161-171,

HUU KHOA L., «**L'immigration asiatique : espaces économiques communautaires et stratégies d'ascension professionnelle**», in Migrations études, n°56, 1995, 12 p.

HUU KHOA L., «**L'immigration du sud-est asiatique : individualité, communauté et transnationalité**», in Migrants Formation, n° 76, mars 1989, pp. 54-60,

HUU KHOA L., «**L'immigration du sud-est asiatique en France**», Paris, ADRI, 1997, 12 p., Collection Le Point Sur...

HUU KHOA L., «**L'intégration des populations du sud-est asiatique, conditions locales et expériences groupales**», Paris, Secrétariat général à l'Intégration, 1994, 117 p.

HUU KHOA L., «**L'immigration asiatique : économie communautaire et stratégies professionnelles**», Paris, Centre des hautes études sur l'Afrique et l'Asie moderne, 1996, 190 p.

HUU.KOA L., «**L'immigration asiatique : les cadrages de l'intégration**», Paris, Secrétariat général à l'intégration, 1992.

MA MUNG E., «**Dispositifs économiques et ressources spatiales : éléments d'une économie de diaspora**» in Revue Européenne des Migrations Internationales – Volume 8, 1992, n° 3, p.14, pp175-193.

MA MUNG E., « **Territorialisation marchande et négociations des identités : les chinois à Paris** » in Espaces et sociétés, n°96, 1999, 15 p.

MA MUNG E., **L'entreprenariat ethnique en France**, in Sociologie du Travail, n° 2, 1994, pp. 185-209.

MA MUNG E., **L'expansion du commerce ethnique : Asiatiques et Maghrébins dans la région parisienne**, in Revue européenne des Migrations Internationales, vol. 8, n° 1, 1992, pp. 39-58.

MA MUNG E., **Entreprise économique et appartenance ethnique**, In Revue européenne des migrations internationales, vol. 12, n°2, 1996, pp.211-233.

PHAN CHON TANH, **Contribution à une recherche sur l'immigration asiatique en France**, in **L'immigration en France**, le choc des cultures, L'Arbresle, Centre Thomas More, 1987, pp. 205-209

RAULIN A. sous la direction de CHORON-BAIX C. et JERIDI Z., **Commerce, consommations ethniques et relations intercommunautaires**, Ministère de la Culture et de la Communication, Paris, 1988, 124 p.

RAULIN A., **Espaces marchands et concentrations urbaines minoritaires: la petite Asie de Paris**, in Cahiers Internationaux de Sociologie, vol. LXXXV, 1998, pp225-242.

RAULIN A., **Espaces marchands et expression communautaire – le 13^e arrondissement de Paris**, Direction du Patrimoine – Mission du Patrimoine Ethnologique, 1986, 105 p.

SIMON-BAROUH I., «**Migrations et vie en France des populations originaires du Cambodge, du Laos, du Vietnam et de leurs descendants**», Passerelles, n° 14, 1997, pp. 130-167,

CHOW J. H., «**Comment saisir Paris avec des baguettes ?**», Ecole d'architecture de Belleville , 1999-2000, 100 p.

YU SION L., **La diaspora chinoise en France : immigration, activités économiques, pratiques socioculturelles**, Thèse de doctorat en sociologie, Paris, EHESS, 1991. 2 vol. 824 p.

TROLLIET P., **La diaspora chinoise**, PUF, Que sais-je?, 1999.

■ Le XIII^e arrondissement, le quartier des Olympiades

Ouvrages généraux

CONTE G., «**Le XIII^e arrondissement, c'était hier**», Ed. Le point, 1992, 160 p.

COSTA-LASCOUX J. et YU-SION L., «**Paris-XIII^eme, lumières d'Asie**», Editions Autrement, 1995.

GUILLON M. et TABOADA-LEONETTI I., «**Le triangle de Choisy, un quartier chinois à Paris**», CIEMI, L'Harmattan., 1986.

JUGNOT M. et DE ANDIA, «**Le XIII^e arrondissement, itinéraires d'histoire et d'architecture**», Action Artistique de la Ville de Paris, 2000, pp. 55 – 93.

PINÇON M. et PINÇON-CHARLOT M., «**Paris Mosaïque, promenades urbaines**», Ed. Calmann-Levy, 2001, 104 p.

VENTURINI E. et VIDAL D., «**Portraits de China Town, le ghetto imaginaire** », Paris, Editions Autrement, 1987.

Rapports/ Etudes

JOUBAIRE A., «**L'image des Olympiades** », Mémoire d'architecture de Paris Belleville, 2000, 200 p.

LANGLOIS G.A., «**Le XIII^e arrondissement, une ville dans Paris**», Délégation à l'Action Artistique de la Ville de Paris, 1993, 194 p.

ROSENBERG S., «**Analyse de la dynamique des processus décisionnels en économie de l'aménagement – L'opération Italie Paris 13^eme** », 1990, 80 p.

■ Urbanisme et transports

Rapports/ Etudes

Maire de Paris / RATP, **Création d'une ligne de tramway en rocade sud de Paris sur les boulevards des Maréchaux du pont du Garigliano à la porte d'Ivry / Schéma de principe**, TOME I, 2001, 80 p.

Mairie de Paris / RATP, **Création d'une ligne de tramway en rocade sud de Paris sur les boulevards des Maréchaux du pont du Garigliano à la porte d'Ivry** / Documents cartographiques, TOME II, 2001.

Mairie de Paris, **Communication sur les Grandes Orientations proposées par la ville pour le Contrat de Ville 2000-2006**, 2000, 12 p.

Préfecture de Paris - Direction générale de l'aménagement Urbain, **Participation de la Ville de Paris à la gestion des dalles piétonnes de l'ensemble des Olympiades à Paris 13^e**, 1976, 12 p.

■ Divers

Caisse des Dépôts et Consignations / FNSAHLM Paris, «**Résidentialisation-requalifier les espaces de proximité**», 2001, 114 p.