

Communication pour la journée nationale « Jeunes chercheurs » de la Commission commerce (CNFG)

Titre : Paris et ses commerces : une méthode pour dresser la carte des centralités parisiennes

Auteur : Antoine Fleury, Chargé de recherche au CNRS

Laboratoire : UMR Géographie-cités, Paris

Résumé :

Depuis les années 1960, de nouvelles centralités commerciales se sont développées dans les périphéries urbaines. Les conséquences importantes sur le commerce de centre-ville rendent nécessaire le renouvellement des études dans ce domaine. Cette communication propose une méthode d'analyse des données permettant de définir et de caractériser les centralités commerciales en milieu dense. L'objectif est de montrer ce qu'est devenue la trame commerciale de Paris *intra muros* après plusieurs décennies de reconfigurations à l'échelle de l'agglomération. La hiérarchie commerciale y existe-elle toujours dans toute sa complexité ou n'en subsiste-t-il qu'un reliquat opposant un hypercentre spécialisé et dynamique à des commerces de proximité en déclin ?

Menée dans le cadre d'un contrat avec la Ville de Paris, l'étude a porté sur la Banque de données sur le commerce à Paris (BDCOM) de 2003. Les données, fournies à l'échelon fin des Ilots Regroupés pour l'Information Statistique (IRIS), concernent les commerces et services localisés à Paris, répartis en 167 catégories d'activité. Deux points de vue sur la centralité ont d'abord été adoptés, donnant lieu d'une part à une *typologie des centralités morphologiques* (définies à partir de quatre mesures : densité absolue, intensité de la dominance, diversité des catégories d'activité présentes, différentiel local), d'autre part à une *typologie des centralités fonctionnelles* (définies à partir de mesures de densité effectuées pour chaque catégorie d'activité et rapportées à la moyenne parisienne). Ensuite, il a fallu se libérer du maillage de départ (IRIS) et faire le lien entre les deux typologies. L'enjeu était de mettre en relation ce qui se passe en un lieu avec ce qui se passe autour, en mesurant pour chaque unité la variabilité de l'indicateur considéré dans son voisinage. Cette démarche exploratoire a permis de mettre en évidence les *formes de polarisation* à Paris.

En définitive, cette démarche a permis de mettre en évidence la permanence de la trame commerciale parisienne, malgré l'émergence d'une structure polycentrique à l'échelle de l'agglomération. De cette étude ressort en effet la forte continuité spatiale du maillage commercial ainsi que le poids de la logique hiérarchique, avec une grande diversité d'échelons intermédiaires entre les centralités métropolitaines et les centralités locales. La logique de gradient et d'emboîtement des centralités continue également de caractériser ce maillage commercial.

Contrat UMR Géographie-cités/Ville de Paris n°DASCO/2004-168 – Rapport consultable en ligne : <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00464678/fr/>