

Le commerce de proximité, cœur d'une vie de quartier

Boulangers, épiciers, libraire, pharmaciens mais aussi teinturiers, restaurateurs, cafés, banques, bureau de poste, boucher-charcutier, traiteurs, fleuristes, coiffeurs, garagistes, électro-ménager, services informatiques et bien d'autres, facilitent notre vie au quotidien.

Un peu d'Histoire*

La boulangerie Rittersheim est la première boulangerie installée à Porchefontaine. Dès sa création en 1910 au 34 rue Rémont, Madame Rittersheim livre le pain dans le quartier et jusqu'à Vélizy avec une carriole tirée par un âne.

1935
Parmi les nombreux commerces de proximité qui travaillent dans le quartier, Porchefontaine comp-

te 29 épicerie, épicerie-buvette et laiteries, 9 boulangeries, 21 cafés, 5 boulangeries, 6 salons de coiffure, 5 cordonneries.

1995
Le quartier ne compte plus que 6 épicerie, 2 boulangeries, 7 cafés, 3 boulangeries, 5 salons de coiffure et 2 cordonneries. Les commerces travaillent essentiellement avec le quartier sont en régression :

Il y a plus de marchands de bois-charbon, plus de photographe, de marchands de mazout, de chaussures, de cycles. Par contre, on constate un développement de commerces et services ne travaillant pas spécialement ou peu avec la population du quartier : agences bancaires, agences immobilières... L'augmentation du niveau de vie et l'arrivée de nombreux bureaux dans le quartier contribuent à l'apparition de plusieurs restaurants.

*Sources - Versailles, sept siècles de l'histoire du quartier de Porchefontaine - de Pierre Choplot et Claude Dautrou

Et depuis, ça continue à bouger

Beaucoup parmi les anciens du quartier évoquent les fermetures de commerces qu'ils ont vécues et s'en inquiètent. On les comprend. La rue Albert Sarraut par exemple a vu disparaître en quelques années sa mercerie, son épicerie, son légumier, sa papeterie, sa librairie. Son boulanger serait sur le départ. Seuls résistent le boucher et la pharmacie. Les liches ont fait un recensement des mouvements depuis que le journal existe. En seize ans il y en a eu une centaine : 36 changements de gérants ou propriétaires, 31 ouvertures de commerce pour 22 fermetures, 2 déménagements et une dizaine de mouvements au marché.

On peut donc dire que l'activité commerciale du quartier a été dynamique et que le nombre de commerces n'a pas diminué bien au contraire.

... De façon contrastée

Mais attention ces chiffres recouvrent des situations très contrastées suivant la nature des commerces. L'érosion du commerce de détail traditionnel, déjà mentionné dans notre n°30 d'octobre 2005, s'est poursuivie au profit des activités de services : banques, assurances, services informatiques, agences immobilières et restauration. Or, ce que les habitants souhaitent

avant tout, c'est le maintien d'une diversité de l'offre de proximité avec une priorité pour les commerces de bouche et la présence si appréciée du marché deux fois par semaine. On incrimine souvent la concurrence des grandes surfaces. Certes elle est redoutable. Mais le petit commerce de quartier a de nombreux avantages à commencer par... la proximité. Au prix actuel des carburants c'est un atout non négligeable. De plus beaucoup résistent très bien en proposant des produits et des services « maison » de très grande qualité et plus originaux, avec le sourire en prime.



La vie commerciale de Porchefontaine s'articule autour de trois pôles complémentaires. Le premier constitué par le commerce de proximité indispensable au confort de la vie quotidienne de ses habitants centré essentiellement sur l'alimentation et les services de proximité, un deuxième pôle plus large constitué par des commerces dont la zone de chalandise dépasse le quartier et enfin un troisième pôle dit d'attractivité constitué essentiellement par des entreprises qui drainent des populations importantes vers le quartier pendant les jours ouvrables, ce qui peut contribuer à augmenter la clientèle potentielle des deux premiers.

Ça Presse toujours pour Clarisse !



Difficile de tenir un tel commerce. Il y a les journaux, les magazines, les livres, la papeterie, les jeux, le point dépôt pour les commandes par correspondance avec tout ce que cela implique comme problèmes de gestion : réception des livraisons, rangement, suivi des stocks, sans oublier l'essentiel : servir le client. Les heures de travail s'allongent, les marges rétrécissent. Phénomène général : la vente des journaux décline, Internet oblige. Mais la distribution de la presse, toujours sous monopole impose les titres et le nombre d'exemplaires. Ceux-ci doivent souvent être payés cash alors que les invendus sont remboursés beaucoup plus tard, d'où une gestion de trésorerie serrée. Il faut compenser par l'offre d'autres produits ou services : photocopies, jeux, cadeaux, livres. La pression immobilière fait flamber les loyers. Beaucoup ont jeté l'éponge comme la librairie à grand siècle tout récemment. Or ce commerce est une composante essentielle de la vie de

quartier et de la convivialité entre ses habitants. C'est particulièrement vrai à la librairie du square Lamôme. Il y a souvent du monde, alors on se serre un peu pour aller chercher « son journal » mais on rencontre toujours une connaissance avec qui on échange quelques mots. Clarisse jongle entre les rayons, le stock, la photocopieuse, la caisse et trouve toujours le temps pour fournir, avec le sourire, une aide ou un renseignement. Elle vend même bénévolement L'Écho des Nouettes dont elle écoule un nombre très important d'exemplaires à chaque parution. C'est qu'au-delà d'un rôle purement commercial, elle et son compagnon, qui l'épaulent régulièrement, prennent à cœur de donner une dimension sociale à ce métier, ce qui les aide à tenir face à tous les défis que doit relever cette profession. Le jeune stagiaire à qui Clarisse confie de temps à autre la tenue de la caisse, reconnaît que le métier est difficile mais apprécie aussi son côté humain.

Les commerces de proximité de Porchefontaine

Commerces de « bouche »	
1 - Alimentation (Commerces de détail, boulangeries, boucherie)	8
2 - Restaurants-traiteurs	15
dont 1 brasserie-tabac-presse	
Total :	23
Soins à la personne	
Salons de coiffure	5
Blanchisseries	3
Autres (Pharmacie, optique, esthétique)	4
Total :	12
Services divers	
Services informatiques	6
Banques, agences immobilières, etc	6
Secteur automobile et deux roues	9
Autres (Bâtiment, jardin, enseignes, locations, etc.)	23
Total :	44
Autres	5
Total général :	84

Avertissement

Dans ce dossier nous avons considéré comme commerces de proximité ceux qui « ont pignon sur rue » :

- les commerces des artisans qui vendent au détail le produit de leur travail et des produits qu'ils achètent et revendent en excluant les professions libérales et médicales ou para médicales,
- les commerces de détail qui achètent et revendent en l'état (par opposition au commerce de gros), y compris les pharmacies,

• les succursales de banque, les cabinets d'assurance, les agences immobilières,

- les commerces du secteur automobile au sens large (vente de carburants, de pièces détachées, réparation, vente de véhicules et de deux roues),

Nota - Le domaine est très complexe tant sur le plan légal et réglementaire que statistique. Le parti pris ici tient compte des particularités du quartier. Il en est de même de la ventilation des commerces de proximité dans le tableau central et-dessous.

Et le marché !

On y est très attaché à notre marché. Nous y avons d'ailleurs déjà consacré un dossier dans notre n°25. Bien qu'il soit très complémentaire des commerces permanents du quartier, on ne peut traiter les deux sujets dans un même dossier. Ce sera pour une prochaine fois.

Le point de vue du président



« La situation n'est pas brillante, c'est même le marasme général ». Les premières paroles du président de l'association des commerçants et artisans de Porchefontaine (ACAPV), Monsieur Sylber, ne sont guère encourageantes.

Cette situation est-elle propre aux commerçants du quartier ?

« Non » reconnaît-il, « la conjoncture économique est mauvaise, la crise est générale. Porchefontaine n'y échappe pas mais il n'y a pas, à ma connaissance, de problèmes qui lui soient spécifiques si ce n'est un manque de visibilité dû en partie à la configuration de notre quartier. Il faut

trait notamment dresser un panneau lumineux au carrefour de l'avenue de Paris signalant les commerces du quartier et certains commerçants pourraient améliorer leur visibilité par une signalétique plus appropriée pour les gens de passage. De plus il conviendrait de faire plus d'événementiel. Nous avons bien tenté de faire un marché de Noël qui nous a été refusé. L'animation de l'activité commerciale du quartier prend du temps et c'est ce qui hélas me manque le plus. »

Et le pouvoir d'achat des habitants ?

« Il n'est pas à la hausse. Bien au contraire. Les jeunes couples qui arrivent dans le quartier se sont souvent lourdement endettés pour pouvoir acheter une maison pas trop éloignée de Paris et doivent surveiller leur budget ménage de très près. D'où une tendance à aller chercher des prix plus serrés dans les grandes surfaces, ce qui nuit au commerce de proximité. Pour les encourager à acheter « porchefontaine » l'accorde d'ailleurs une ristourne de 10% aux habitants du quartier qui viennent s'équiper chez moi. »

L'opinion d'un connaisseur

Haro sur la charcuterie !

Il aurait bien voulu, M. Helie, remettre son commerce à quelqu'un de son métier mais l'occasion ne s'est pas présentée. « Charcutier » nous dit-il « n'est plus un métier à la mode. Nous avons réussi à le faire évoluer en y ajoutant une fonction traiteur. Cependant il y a de moins en moins de jeunes qui veulent l'exercer. De plus la charcuterie est dans le collimateur des diététiciens. Il faut manger moins gras, plus de légumes. Il en résulte une chute de la demande. Il faut de plus en plus d'habitants pour faire vivre une charcuterie. Ce qui explique les nombreuses disparitions de ces commerces au cours des dernières années. Il vaut mieux désormais avoir un commerce intégré : boucherie, charcuterie, traiteur. Mais il faut de la place et l'espace coûte cher surtout en zone très commerciale. De plus les contraintes sanitaires sont de plus en plus fortes et élèvent encore le coût des installations. D'ailleurs il ne reste plus qu'un seul représentant de ce métier dans tout le quartier : Marcel André, rue Albert Sarraut, qui fait boucherie, charcuterie, traiteur et livraisons à domicile. »

L'argent, le nerf de la guerre

« Beaucoup de commerces ont disparu du centre de Porchefontaine. Apparaissent nous avons un droguiste, un quincailler, un encadreur, un ci-

méma, un marchand de vin et bien d'autres encore qui ont progressivement disparu du paysage pour des raisons diverses, que ce soit un départ en retraite sans repenser, un déclin de la clientèle, une opération immobilière... Compte tenu de la pression immobilière, les murs des commerces deviennent de plus en plus chers et la tendance se fait de les convertir en logements.

Un bail commercial mal négocié peut vous étrangler. Si les banques offrent volontiers des prêts jusqu'à trente ans pour l'acquisition d'un logement, pour un local commercial elles vont rarement au-delà de huit ans.

Beaucoup de jeunes professionnels veulent ouvrir un commerce mais ils ont besoin de capitaux et les banques sont réticentes à leur en prêter sans de sérieuses garanties. C'est un vrai problème pour le maintien et le développement du commerce de proximité en général. »



Dossier réalisé par Norbert Fruyhoof, Bernadette Perrault, Marie-Noëlle Roger, Jean Sebillotte, Hélène Voldier

