

# Continuités d'usages et maintien d'une centralité commerciale immigrée à Château-Rouge (Paris)

Marie Chabrol

Les alentours de la station de métro Château-Rouge, dans le XVIII<sup>e</sup> arrondissement de Paris, sont connus depuis les années 1980 pour être un pôle de commerces africains (Bouly de Lesdain, 1998 ; 1999). Depuis cette époque, un nombre croissant de boutiques (environ 200 aujourd'hui, tenues par des commerçants français, maghrébins ou chinois, mais aussi originaires de pays du sous-continent indien, d'Afrique subsaharienne et des Caraïbes), y propose une grande variété de produits tropicaux. Situés au cœur de la Goutte d'Or, l'un des quartiers populaires les plus connus de Paris avec celui de Belleville, ces commerces, concentrés dans quelques rues, sont intensément fréquentés par une clientèle d'origine africaine ou caribéenne, qui ne réside pas sur place, mais qui contribue par ses pratiques à faire de cet espace un « quartier africain ». Depuis le début des années 2000, deux dynamiques tendent à renforcer l'unité de ce sous-quartier administratif de la Goutte d'Or, tout en le transformant en profondeur : le déroulement d'un processus de gentrification et une opération de rénovation urbaine. Les objectifs de cette dernière sont divers, mais visent en partie un changement de l'offre commerciale par la régulation des activités en place et une aide à l'implantation de commerces de proximité à destination des nouvelles populations de résidents. Toutefois, si la gentrification progresse indéniablement sur le plan résidentiel et que les espaces publics et certains commerces sont peu à peu transformés, des continuités sont observables sur le plan commercial. Malgré le changement désiré et impulsé par les pouvoirs publics, la fréquentation des commerces africains, qui se maintiennent par tous les moyens, ne semble pas diminuer.

De nombreux travaux portent sur les aspects théoriques ou empiriques des mécanismes de l'entreprenariat ethnique (Light, 1972 ; Waldinger, 1990 ; Ma Mung, 1996) et les centralités commerciales immigrées, entendues comme des concentrations de commerces qui proposent des produits ou des services tournés vers les besoins de populations immigrées ne résidant pas ou plus sur place, ont déjà été beaucoup décrites. Le quartier de Château-Rouge, comme l'ensemble de la Goutte d'Or, a ainsi fait l'objet de nombreuses études sur l'implantation des commerces (Toubon, Messamah, 1990 ;

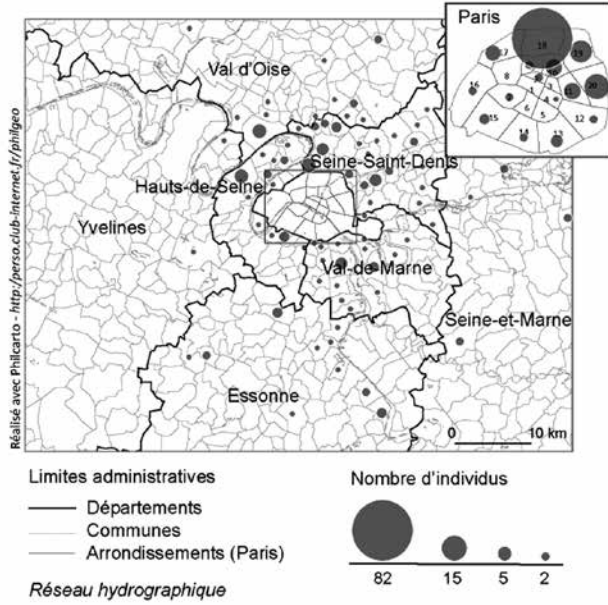
Bouly de Lesdain, 1998, 1999 ; Sall, 2007) et sur le fonctionnement au quotidien d'un quartier socialement très mixte (Palumbo, 2009 ; Launay, 2011). Toutefois, à l'exception de quelques études exploratoires, les pratiques et les caractéristiques des usagers de ces centralités n'ont jamais fait l'objet d'une réelle enquête quantitative.

Or, dans le contexte actuel de rénovation et de gentrification du quartier, ce sont bien les pratiques de ces usagers qui permettent le maintien des commerces et de l'image africaine de Château-Rouge. Qui sont-ils ? Où résident-ils ? Quels sont les motifs qui, malgré la distance, les amènent à fréquenter cet espace ? Quel rôle jouent ces pratiques dans la dynamique commerciale spécifique des centralités immigrées et plus globalement dans les recompositions urbaines actuelles ? Novateurs dans le champ des études sur les centralités commerciales immigrées, ces questionnements réinscrivent la mobilité comme un élément d'analyse privilégié des processus de recomposition intra-urbains (Dureau *et al.*, 2000). Concernant Château-Rouge, il est ici postulé que la centralité ne repose pas seulement sur l'existence d'une offre commerciale spécifique, tournée vers une communauté d'usagers, mais aussi – et sans doute de plus en plus – sur le maintien de pratiques plurielles, de la part d'individus aux profils diversifiés. Cette analyse s'appuie sur des données recueillies dans le cadre d'une recherche doctorale (Chabrol, 2011), et tout particulièrement sur une enquête par questionnaire réalisée en 2009 dans les rues commerçantes de Château-Rouge<sup>1</sup>.

---

1. Cette enquête (qui totalise 600 questionnaires, passés un jeudi et un samedi) a été réalisée grâce à l'aide de Marianne Blidon (maître de conférences à l'Institut d'études démographiques de Paris I), ainsi que d'étudiants de l'université Paris I-Panthéon Sorbonne. Elle s'inspire d'un travail exploratoire sur les pratiques spatiales non résidentielles (Lévy *et al.*, 2005).

### Lieux de résidence des enquêtés franciliens (non-résidents de Château-Rouge)



Source : M. Chabrol, 2011.

### Des usagers principalement venus de l'extérieur du quartier

Les espaces commerçants de Château-Rouge sont massivement fréquentés par des usagers venus de l'extérieur (67 % des enquêtés par questionnaire), caractérisés par un certain nombre d'éléments communs : les hommes sont plus nombreux que les femmes, avec un rapport de masculinité de 1,44 ; l'âge médian est de 38 ans, avec un nombre important d'enquêtés entre 30 et 50 ans ; le taux d'activité est élevé (70 %), ainsi que l'utilisation des transports en commun (68 %). Autre caractéristique notable, 70 % de ces enquêtés non-résidents du quartier sont nés hors de France métropolitaine et la moitié en Afrique subsaharienne<sup>2</sup>. Les appellations « centralité immigrée » et « centralité africaine » sont donc justifiées à propos de Château-Rouge. Les dix pays de naissance les plus représentés (en dehors de la France métropolitaine) sont, par ordre décroissant : le Congo, la République démocratique du Congo, l'Algérie, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, le Mali, le Cameroun, le Maroc, l'Angola et le Togo.

2. En plus des départements d'Outre-Mer français, de plusieurs pays d'Amérique latine (Haïti, Colombie, Mexique) et d'Asie (Chine, Vietnam, Corée du Sud, Inde, Pakistan, Bangladesh) ou d'Europe (Allemagne, Suisse, Belgique, Serbie, Portugal), vingt-cinq États africains sont ressortis de cette enquête : Algérie, Angola, Bénin, Cameroun, Cap Vert, Centrafrique, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Égypte, Gambie, Guinée, Guinée-Bissau, Kenya, Madagascar, Mali, Maroc, Mauritanie, Nigéria, République démocratique du Congo, Sénégal, Tchad, Togo, Tunisie.

L'étude des localités de résidence de ces usagers permet de dessiner le rayonnement de la centralité commerciale à différentes échelles. Si les Franciliens sont de loin les plus nombreux, l'attraction de ce quartier sur la province et sur l'étranger est bien une réalité. Cinq espaces géographiques sont distinguables : le reste du XVIII<sup>e</sup> arrondissement (21 %), les autres arrondissements parisiens (18 %), le reste de l'Île-de-France (47 %), la province (11 %) et l'étranger (3 %).

Au vu des zones de résidence en Île-de-France, les lignes de transport en commun franciliennes et la proximité avec les gares du Nord et de l'Est jouent un rôle important dans ces mobilités. Les communes de première couronne, connectées par le métro ou le RER, apparaissent nettement. Phénomène moins attendu, certains enquêtés résident dans des communes éloignées, dans le Val-d'Oise ou en Seine-et-Marne, dont certaines sont situées dans le périurbain.

La centralité de Château-Rouge se mesure à sa mise en relation avec d'autres espaces (dans Paris, en banlieue, en province et à l'étranger), qui passe par des mobilités, mais aussi par des usages diversifiés. Car si ces enquêtés ont en commun de fréquenter Château-Rouge sans y résider et s'ils partagent certains traits, s'y rendre depuis le quartier voisin de Barbès, d'un village de Seine-et-Marne ou d'un département de l'Ouest de la France ne revêt pas la même signification.

### Des fréquentations principalement liées aux commerces alimentaires

Parmi les personnes enquêtées (dont 87 % n'ont jamais résidé à Château-Rouge), 60 % d'entre elles expliquent leur présence en premier lieu par la fréquentation des commerces<sup>3</sup>. Le domaine alimentaire arrive en tête des produits achetés, que ces derniers soient détaillés ou regroupés au sein de catégories généralisantes : « poisson fumé », « manioc », « feuilles de patates douces », « semoule africaine », « noix de cola », « nourriture africaine », « aliments de chez nous », « aliments pour la cuisine congolaise ».

Château-Rouge apparaît avant tout comme un lieu d'approvisionnement en produits alimentaires venus d'ailleurs, pour des personnes majoritairement résidentes de l'agglomération parisienne et d'origine africaine. Le marché des produits exotiques étant très développé, notamment en Île-de-France, l'attractivité des commerces de Château-Rouge ne va pas de soi. Leurs usagers en justifient la fréquentation par différents critères, souvent associés. La première raison donnée est liée à la spécialisation des commerces

3. 17 % ont mentionné la fréquentation de connaissances ou de lieux de sociabilité, 8 % le travail, 9 % la promenade ou le retour chez soi, et 6 % ont justifié leur présence par d'autres raisons.



M. Chabrol, 2011.

(près de 50 % des réponses) : « Il y a tout ce que je cherche pour manger dans les commerces africains » (femme, 51 ans, née au Congo, Argenteuil, 95) ; « Parce que moi je suis Africaine, tout ce que je mange, ce que j'achète, c'est ici » (femme, 44 ans, née en République démocratique du Congo, Kergrist, 56). Pour certains enquêtés, faire des courses à Château-Rouge revêt un caractère d'exclusivité, notamment pour ceux qui résident dans des communes ou des régions où cette offre commerciale n'existe pas (dans certaines parties de l'agglomération parisienne ou en province) : « Parce qu'il n'y a que là qu'il y a des aliments de chez nous » (femme de 49 ans, née à Haïti, Châtenay-en-France, 95) ; « Car ce sont des produits difficiles à trouver chez moi, il n'y a pas de commerces de ce type près de chez moi » (homme, 46 ans, né en Angola, Arthies, 95).

Après la spécificité, le critère le plus évoqué est celui du prix. Cet argument ressort particulièrement des réponses de ceux qui peuvent trouver au moins une partie de cette offre commerciale près de chez eux, en Île-de-France ou dans certaines villes de province, mais où ces produits sont plus chers : « Les prix sont moins chers que chez moi ici », a ainsi expliqué une enquêtée (31 ans, d'origine malienne) résidant à Sèvres (92), donnant en exemple le

prix d'un sac de riz de 22 kg (25 euros à Château-Rouge et 35 euros à Sèvres). La variété, le choix et la qualité des produits ont aussi été souvent évoqués pour justifier des achats à Château-Rouge, qui apparaît comme le lieu où l'on peut tout trouver, et même « des variétés de produits qu'on ne trouve même plus en Afrique comme le poisson kiot au Sénégal » (femme, 33 ans, née au Sénégal, Paris XVIII<sup>e</sup>). La qualité des produits est aussi mise en avant : « Il y a de la qualité et ça vient directement du pays, donc c'est frais » (femme, 20 ans, née dans le Val-de-Marne, résidant en Seine-et-Marne, 77). Enfin, l'ambiance du quartier, sa convivialité, mais aussi les liens sociaux ou les souvenirs ont également été évoqués : « C'est moins cher et c'est l'endroit où on trouve des frères africains » (homme, 44 ans, né au Congo, 93) ; « C'est plus frais et moins cher. On peut rencontrer des gens qu'on a connus en Afrique ou en banlieue et qu'on n'a pas vus depuis longtemps » (femme, 46 ans, née au Togo, Nanterre, 92) ; « Ce n'est qu'ici qu'on retrouve les aliments de mon pays. Ça me rappelle mes origines » (homme, 55 ans, né au Congo, Huisseau-sur-Cosson, 41).

Château-Rouge apparaît bien encore aujourd'hui comme une centralité commerciale africaine : une clien-

tèle nombreuse, majoritairement originaire d'Afrique subsaharienne, s'y rend depuis des espaces de résidence plus ou moins éloignés, afin de s'y approvisionner. Si ces enquêtés venus pour les commerces achètent les mêmes produits, majoritairement alimentaires, ce ne sont toutefois pas les mêmes motifs qui les animent. Quoiqu'il en soit, pour ces différents groupes, le fait de venir à Château-Rouge prend aussi d'autres significations.

### Une fonction sociale majeure : rencontres, ambiance et nostalgie

Château-Rouge, en tant que lieu dans la ville, n'a pas qu'une fonction d'approvisionnement. Ce quartier n'est ni un centre commercial ni un marché de gros. De manière très nuancée, il représente aussi autre chose pour des personnes ayant vécu une partie de leur vie ailleurs et bien souvent leur jeunesse. D'où la nécessité, pour com-

prendre le fonctionnement de cette centralité, d'explorer l'attachement à ce quartier, dans lequel la plupart des usagers n'ont jamais résidé. Comme l'a exprimé une enquêtée originaire de République démocratique du Congo (49 ans, résidant dans l'Essonne, 91), « ce n'est pas pour le trafic qu'on vient, c'est aussi pour les âmes ».

Le quartier assume une fonction de lieu de rencontres, organisées ou fortuites. Un enquêté d'origine congolaise (32 ans, Chartres, 28), a ainsi expliqué y venir pour « voir des connaissances du pays », pour la « convivialité » et pour la « nourriture ». Un autre, lui aussi d'origine congolaise (39 ans, Paris, 75), a insisté sur l'importance de ce quartier pour lui : « Je suis heureux de venir ici retrouver mes amis et manger de la bonne nourriture typique. J'adore ce quartier. C'est le seul endroit où je peux rencontrer, par hasard ou pas, de la famille ou des amis ». Ceux qui viennent en voiture la partagent souvent avec d'autres résidant au même endroit qu'eux, et bien souvent, une personne qui fait de très grosses





M. Chabrol, 2011

courses en fait en même temps pour d'autres qui lui ont passé commande<sup>4</sup>.

La centralité de ce quartier en termes de réseaux sociaux se perçoit aussi dans la multitude d'affiches sur les murs, les barrières de chantiers et le mobilier urbain. Pas un espace d'affichage, légal ou sauvage, qui ne soit couvert d'affiches annonçant des manifestations en banlieue (très rarement à Paris et jamais à Château-Rouge même) : annonces de concerts, de soirées dansantes (Nuit sénégalaise, Nuit congolaise) ou de prêches évangéliques<sup>5</sup>. Ces affiches et *flyers* visent des groupes particuliers qui résident dans toute l'agglomération parisienne, mais qui, pour une raison ou pour une autre, fréquentent Château-Rouge, qui devient alors un espace de visibilité. Le samedi, quelques

« sapeurs » (membres de la Sape<sup>6</sup> : la société des ambassadeurs et des personnes élégantes) déambulent parfois dans les quelques rues les plus fréquentées du quartier, comme dans le quartier de Bakongo à Brazzaville. Pour des artistes connus en Afrique, des chanteurs ou des comédiens par exemple, un passage à Château-Rouge est incontournable pour faire la promotion d'un disque ou d'un film.

La nostalgie du pays d'origine joue aussi un rôle important dans la fréquentation de Château-Rouge, même occasionnelle : « J'aime bien, parce que j'ai l'impression d'être au Sénégal » (homme, 39 ans, originaire du Sénégal, 93) ; « J'aime ce quartier qui me rappelle des choses qu'il n'y a pas ailleurs en France » (homme, 55 ans, originaire du Congo, Loir-et-Cher, 41). Cependant, nostalgie et habitudes n'empêchent pas une partie de ces usagers venus de l'extérieur du quartier d'en avoir une image négative, parce qu'il ne correspond pas à leurs attentes en termes de fréquentations sociales, ou d'image. C'est ainsi le cas d'une enquêtée d'origine congolaise (44 ans, Neuilly-sur-Marne, 93), qui n'aime pas l'insécurité créée par les vendeurs à la sauvette « même si ce sont des compatriotes », et souhaiterait faire ses courses plus tranquillement, sans craindre les pickpockets.

4. Ces « commandes groupées » (qui ne sont pas toujours exemptes de bénéfices) sont bien décrites également par les commerçants. Deux jeunes vendeurs dans un bazar-librairie coranique décrivent ce phénomène au sujet de produits non-alimentaires : « Y en a qui viennent de Creil, de Torcy, de l'Ain... La plupart qui viennent de loin, ils viennent prendre en gros. Par exemple, ils viennent, on leur fait ce carton de ce parfum-là. On leur fait un bon prix. Ils vont là-bas en banlieue, ils vendent au détail. Ils vendent à leur voisin, leur voisine, tout ça. Les gens qui ne peuvent pas se déplacer aussi. Parce qu'il y a plein de gens qui ne se déplacent pas, qui ne viennent pas jusqu'à Paris ».

5. À ce sujet, voir le blog du sociologue Baptiste Coulmont, pour son travail de recension et d'analyse de ces affiches : <http://coulmont.com/blog/2008/09/07/eglises-africaines/>.

6. La Sape est un mouvement urbain, né dans les capitales des deux Congo (Brazzaville et Kinshasa) dans les années 1970, qui s'est ensuite développé dans les années 1980, notamment à Paris, et qui continue depuis. Les sapeurs sont uniquement des hommes, qui rivalisent d'élégance et concourent dans l'art de se vêtir (Gandoulou, 1989).

Pour elle, exprimé très négativement, Château-Rouge donne l'impression « qu'on n'a pas voyagé », comme si l'image du quartier remettait en question sa propre ascension sociale. La volonté de cette enquêtée de se démarquer de certains de ses compatriotes présents dans le quartier correspond à une attitude mise en évidence par des chercheurs travaillant sur d'autres communautés (nationales ou sexuelles par exemple). J.-P. Hassoun et Y. Phong Tan (1986) parlent ainsi de « constellation ethnique » au sujet des Chinois de Paris. Cette notion de constellation est aussi utilisée dans les travaux sur la question gay. Enfin, désordre et sentiment d'insécurité sont aussi dénoncés par quelques enquêtés, rejoignant ainsi les positions de nombreux résidents : « Je trouve que le quartier serait plus agréable s'il n'y avait pas tout ce banditisme » (homme, 29 ans, originaire du Congo, 94).

Cette situation de centralité doit aussi se comprendre sous l'angle des réseaux sociaux, comme un espace de rencontre et de visibilité, un lieu de croisements, recherché ou évité.

### **Le fonctionnement au quotidien de la centralité commerciale**

Les usages commerciaux à Château-Rouge (incluant pratiques de commerçants et pratiques d'usagers) du fait de leur spécificité et du rythme qu'ils impulsent, marquent le quartier dans les moments de plein comme dans les moments de creux, au quotidien et au cours de la semaine. Les bouleversements induits par l'opération de rénovation n'ont pas modifié ces rythmes, qui demeurent semblables à la description de S. Bouly de Lesdain (1999). L'analyse des données de l'enquête menée en 2009 a cependant permis de montrer que loin de refléter un agrégat de pratiques identiques, ces rythmes découlent de pratiques variées d'usagers aux profils diversifiés.

Les jours ouvrés, les commerces ouvrent tard à Château-Rouge, après 10 heures ou 11 heures pour la plupart, et les rues paraissent relativement vides le matin. Dès 8 heures, les ouvriers des nombreux chantiers présents dans le quartier (démolition, construction, déblaiement, réfection de la voirie, ravalement) commencent à travailler et les rues résonnent de coups, de bruits de moteurs et de signaux sonores. La plupart des rideaux de fer des commerçants sont descendus, mais les livraisons commencent tôt et des camions stationnent dans toutes les rues du quartier.

À partir de 10 heures, les commerces alimentaires sont les premiers à ouvrir. Des femmes maghrébines et africaines, résidentes du quartier, sortent faire des courses. Il s'agit de courses quotidiennes : boulangerie, boucherie, supermarché. Des retraités aussi profitent de ce moment calme de la matinée pour vaquer à leurs occupations dans le quartier. Les commerces non alimentaires ouvrent à partir de 11 heures, parfois 12 heures. Les usagers venus de

l'extérieur du quartier, dont certains ont rendez-vous avec des connaissances, sortent de la station de métro, portant de grands cabas vides. La circulation des passants entre les commerces est fluide, il n'y a ni encombrement ni foule. Rapidement, les premiers arrivés regagnent déjà la station de métro, portant ou faisant rouler des cabas pleins à craquer, chargés de sacs en plastique, pressés de rejoindre leur lieu de résidence en transport en commun. Les premiers vendeurs à la sauvette, plus nombreux le samedi que les autres jours de la semaine, arrivent vers 12-13 heures et ne commencent à proposer leurs marchandises que lorsque le flux des passants est déjà assez dense. Si ce n'est pas le cas, ils patientent dans les rues adjacentes, leur marchandise stockée dans des sacs à dos ou des cabas.

Au fil de l'après-midi, la population se densifie dans les rues les plus commerçantes du quartier, où les livraisons se poursuivent. À chaque arrivée d'une rame de métro à la station Château-Rouge, des dizaines de personnes en sortent et se dirigent vers les espaces commerçants, tandis que des dizaines d'autres s'y engouffrent rapidement, chargées de cabas, de sacs et de cartons. Les activités battent leur plein entre 18 heures et 19 heures, engendrant du passage, des embouteillages, du bruit et des déchets (cartons et sacs sur la voie publique). L'animation stoppe brutalement avec la fermeture des commerces. Après 20 heures, les rues se vident, particulièrement en hiver quand le froid n'incite pas à s'attarder. Des résidents se hâtent de rentrer chez eux et les cafés et restaurants sont bien moins remplis qu'en milieu de journée. Les seuls témoignages de l'intensité des activités sont les nombreux cartons alimentaires, papiers et sacs qui jonchent les rues avant l'arrivée des services de la voirie.

La fréquentation s'intensifie en fin de semaine. Le vendredi et le samedi, les rues les plus commerçantes du quartier sont bondées l'après-midi et la station de métro ne désemplit pas. Enfin, le dimanche, les commerces sont fermés et le quartier est beaucoup plus calme, rendu aux pratiques de ses seuls résidents.

Les rythmes de ces usages commerciaux, qui marquent profondément le quartier de Château-Rouge, ne semblent guère varier au fil des années. Dans le cadre d'une observation trop succincte, dans le regard de nombreux résidents et dans le discours municipal, les pratiques à l'origine de ces rythmes semblent très semblables les unes aux autres, caractérisant des usages et des usagers interchangeables au fil des heures de la journée, des jours de la semaine et même des années. Des observations répétées et l'analyse des données de l'enquête montrent au contraire une grande variété de profils d'usagers.

### **Des profils d'usagers diversifiés**

La plupart des enquêtés résidant dans le XVIII<sup>e</sup> arrondissement ont un usage hebdomadaire des commerces, ce qui s'explique par un effet de proximité, d'habitude, de



M. Chabrol, 2007

prix (moins chers que dans d'autres commerces et marchés du même arrondissement), mais aussi par la spécificité des produits (produits tropicaux, viande hallal). Beaucoup viennent pour de petites courses, de viande, de fruits ou de légumes. Les usagers résidant dans le reste de Paris ont pour beaucoup un profil qui leur ressemble. Une majorité d'entre eux vient toutes les semaines, parfois plusieurs fois, pour de petits achats.

Les résidants du reste de l'Île-de-France sont ceux qui ont les usages les plus diversifiés des commerces. La distance joue ici aussi un rôle très important. Plus elle implique des trajets longs, plus la fréquence de la venue est lâche, ce qui ne signifie pas qu'elle soit irrégulière. Deux profils d'usagers se dégagent nettement. Un premier type, résidant dans la banlieue proche et facilement accessible en transports en commun, se rapproche beaucoup des profils des Parisiens. Ces personnes viennent une à plusieurs fois par semaine, pour des achats quotidiens, et justifient presque toujours la distance parcourue par le prix bas des produits. Les inactifs (retraités, sans-emploi ou femmes au foyer) sont ici les plus nombreux. Le second profil regroupe ceux qui viennent une ou plusieurs fois dans le mois, ou tous les deux ou trois mois, parfois de loin, pour faire de très grosses courses de produits africains ou tropicaux. Il s'agit là presque exclusivement de personnes originaires d'Afrique subsaharienne ou des Caraïbes. Elles

achètent de grosses quantités pour les repas quotidiens du mois, ou sont là exceptionnellement pour préparer une fête ou un repas particulier.

Les profils des usagers enquêtés sont donc différents en fonction du lieu où ils résident, de ce qu'ils viennent faire à Château-Rouge et de la fréquence à laquelle ils s'y rendent. Ils varient aussi fortement en fonction des journées de semaines et de week-end, ainsi qu'en fonction des heures de la journée. Le matin en semaine, et jusque vers 14 heures, les profils des enquêtés sont assez divers : résidants du XVIII<sup>e</sup> arrondissement (retraités, femmes au foyer, sans-emploi), du reste de l'Île-de-France ou de province faisant leurs courses. À noter que ces derniers sont tous des actifs, ne venant pas très souvent dans le quartier, qui utilisent un congé ou un jour de repos pour une « expédition » matinale à Château-Rouge, afin d'éviter la foule des fins d'après-midi. Les usages changent l'après-midi. Les rues s'emplissent de passants et deux groupes semblent ressortir. Le premier est constitué de Franciliens, venus pour les commerces. Soit parce que c'est leur jour de repos, soit parce qu'ils sortent tôt de leur travail, ou qu'au contraire, ils travaillent la nuit et se reposent le matin. Le second groupe se compose de ceux qui ont déclaré venir pour des connaissances ou être simplement « de passage », sans rien acheter ni fréquenter un restaurant. Ce groupe est composé quasi exclusivement d'hommes, dont



de vieux Algériens retraités, et des hommes entre 40 et 60 ans, plus souvent actifs que les précédents, originaires d'Afrique centrale (Congo, République démocratique du Congo et Cameroun principalement).

Les usages du samedi sont encore différents. Les commerces attirent beaucoup de monde dès le matin : des usagers venus du XVIII<sup>e</sup> arrondissement, du reste de Paris et beaucoup d'Île-de-France. Pour ces derniers, le matin, l'efficacité est souvent recherchée : venir tôt, avoir le choix des produits les plus frais, moins faire la queue que l'après-midi et rentrer plus rapidement chez soi. L'après-midi, les usagers des commerces sont présents en continu et prennent plus leur temps pour déambuler dans les commerces et les rues. Les enquêtés sont plus accompagnés (enfants, amis, parents) qu'en semaine ou que le samedi matin. Globalement, les pratiques de ces enquêtés du samedi après-midi se rapprochent de celles d'autres types de lieux le même jour : supermarchés, centres commerciaux, espaces marchands de centre-ville. Ceux qui ont déclaré venir pour voir des connaissances ou se promener sont présents en continu au fil de la journée et l'on retrouve les deux groupes déjà décrits l'après-midi en semaine.

Les rythmes décrits plus haut dépendent des fréquentations variées d'usagers aux profils diversifiés. La somme de ces pratiques diversifiées et leur maintien dans le temps permettent la continuité des activités commerciales, qui ne se tournent pas vers un autre type de clientèle.

### Des pratiques qui se maintiennent en évoluant

Dès l'origine, le caractère africain de la centralité commerciale de Château-Rouge s'est construit à partir des produits et des usagers, et non des commerçants. Dans les années 1980, la clientèle africaine était déjà constituée de migrants aux profils variés : étudiants, travailleurs vivant en foyers, familles issues du regroupement familial, « aventuriers<sup>7</sup> » ou « aventurières<sup>8</sup> ». Familles et hommes seuls en foyers étaient majoritairement originaires d'Afrique de l'Ouest, notamment de la vallée du fleuve Sénégal (Sénégal, Mali, Mauritanie), tandis que les nationalités des étudiants étaient plus variées (Camerounais,

Congolais, Zaïrois, Ivoiriens, Sénégalais). La trajectoire de ces étudiants était alors généralement orientée vers un retour au pays une fois les études terminées (Douma, 2003 ; Kamdem, 2007).

Cette variété des profils (liés à l'âge, à l'origine nationale, à la catégorie sociale et à l'insertion dans des réseaux sociaux) a d'emblée entraîné à Château-Rouge une grande variété d'usages. Hormis le fait de fréquenter le même espace et d'être d'origine africaine, peu de points communs sont partagés entre, par exemple, un étudiant camerounais qui retrouve des amis et fréquente des restaurants de compatriotes dans le but de rester « connecté » avec le milieu étudiant de son pays, et des migrants économiques originaires de la vallée du fleuve Sénégal qui utilisent cet espace comme un simple lieu d'approvisionnement (parce que d'autres lieux leurs permettent de tisser des réseaux sociaux, comme les foyers de travailleurs migrants).

L'existence depuis plusieurs décennies de la centralité de Château-Rouge s'explique ainsi par le maintien de pratiques plurielles : pratiques de commerçants d'origines diverses et installés à différentes époques ; pratiques d'usagers, dont les profils se sont diversifiés au fil du temps (origines nationales, trajectoires migratoires, catégories socioprofessionnelles) et dont les systèmes d'approvisionnement se sont complexifiés, en lien avec le développement de l'offre de produits tropicaux et africains, mais aussi l'évolution des modes de consommation des familles africaines.

Depuis les années 1980, l'offre commerciale s'est segmentée et diversifiée, parallèlement à une évolution des modes de consommation. 20 % seulement des enquêtés présents pour les commerces ont déclaré faire la totalité de leurs courses à Château-Rouge. Il s'agit très majoritairement des résidents de quartiers limitrophes. Pour les 80 % restants, Château-Rouge n'est qu'un lieu complémentaire à d'autres : « Je vais à Château-Rouge juste pour la nourriture africaine, sinon un peu partout » (homme, 27 ans, Gentilly, 94) ; « Je fais 90 % de mes courses ici et je complète à Intermarché chez moi » (homme, 38 ans, né en République démocratique du Congo, Colombes, 92). Le poids de la grande distribution est écrasant pour les produits courants et pour ce qui est présenté comme « tout le reste », notamment pour les enfants qui préfèrent souvent des produits alimentaires plus européanisés que ceux vendus à Château-Rouge : « Je vais au supermarché pour tous les compléments et les enfants ne mangent pas de bananes » (femme, 49 ans, née à Haïti, Châtenay-en-France, 95) ; « Je fais tout à Château-Rouge, sauf les courses pour les enfants » (femme, 33 ans, née au Congo, Vaires-sur-Marne, 77).

En ce qui concerne les produits spécifiquement tropicaux, l'offre s'est beaucoup banalisée en France depuis les années 1990, notamment dans la grande distribution. À l'exception de la période des fêtes de fin d'année, ils

7. « L'«Aventurier» est un Sapeur émigré, et l'émigration porte le nom d'«Aventure» », écrit J.-D. Gandoulou (1989) à propos des jeunes Brazavillois partis à Paris, dans un but non économique, mais « essentiellement culturel ». L'objectif de ces jeunes hommes, entre 20 et 25 ans, souvent déscolarisés et sans-emploi au Congo, n'est pas de s'installer définitivement à Paris, mais de rentrer pour des vacances, des « descentes », à Brazzaville, vêtus le plus élégamment possible.

8. S. Bouly de Lesdain (1999, p. 222) définit les « aventurières » camerounaises comme des femmes déscolarisées, parties seules vers la France, pour tenter d'acquérir un petit pécule dans le but souvent d'ouvrir un commerce.



M. Chabrol, 2011

sont vendus dans deux types de grandes surfaces : les supermarchés que l'on peut qualifier de haut de gamme et les supermarchés plutôt *discount*. Dans les premiers, sont proposés des produits qui entrent dans la confection de plats exotiques ou de cuisine moderne, tels que des mangues, du gingembre frais, des patates douces, du manioc, des bananes plantains,... Dans le second cas, il s'agit de supermarchés (comme ceux du distributeur Dia) qui sont situés dans des quartiers populaires, où ces produits sont utilisés au quotidien par un nombre important de consommateurs. En région parisienne, des enseignes de supermarchés asiatiques, comme Tang frères et Paris Store sont bien implantées à Paris (à Belleville et dans le XIII<sup>e</sup> arrondissement par exemple) et en banlieue (dans le Val-de-Marne, 94).

Des boutiques « isolées », tenues par des Africains ou des Asiatiques, sont aussi présentes dans de nombreux quartiers parisiens, en banlieue parisienne et dans certaines villes de province. Elles proposent des produits variés, allant des cosmétiques aux fruits et légumes en passant par les DVD, mais à des prix plus élevés que ceux pratiqués à Château-Rouge ou dans les supermarchés asiatiques. Une enquêtée, originaire de République démocratique du Congo, explique ainsi qu'il y a une petite boutique près de chez elle, à Pantin (93), qu'elle utilise « parfois en dépannage, mais c'est plus cher qu'à Château-Rouge ». Enfin, les marchés sont aussi des lieux d'approvisionnement importants. Ils sont particulièrement développés et achalandés en produits alimentaires tropicaux dans les communes où les populations immigrées sont nombreuses.

Les adolescents et les jeunes adultes, à moins d'être chargés d'achats à faire, fréquentent peu Château-Rouge. Les boutiques, les bars et restaurants du quartier demeurent des espaces de sociabilité pour des personnes plus âgées, des « parents », et la nostalgie qu'ils peuvent entraîner est à relier à une jeunesse souvent passée dans une grande ville africaine. Les jeunes fréquentent plus spontanément le quartier de Château d'Eau, dans le X<sup>e</sup> arrondissement, devenu dans les années 1990 le temple de la coiffure et de la beauté afro à Paris. Comme pour Château-Rouge, la proximité des gares de l'Est et du Nord fait de ce quartier de Château d'Eau un point d'entrée dans la capitale pour des populations résidant pour l'essentiel en banlieue parisienne. Compte tenu des différences de caractéristiques (produits, générations d'utilisateurs), la relation entre ces deux centralités apparaît bien plus complémentaire que concurrentielle. Au total, la centralité de Château-Rouge n'est qu'un lieu parmi d'autres possibles, fréquenté avec plus ou moins d'intensité, pour des raisons variées et de manière plus ou moins exclusive, au sein de « systèmes de lieux » complémentaires les uns des autres.

### L'image d'un quartier africain et populaire

Cette continuité des pratiques s'accompagne aussi d'une continuité des images. Malgré les évolutions passées et en cours, l'image de Château-Rouge demeure celle d'un quartier populaire et d'une centralité commerciale africaine. La plupart des personnes ayant répondu à l'enquête ont associé l'image du quartier à ceux qui le

pratiquent sans y résider<sup>9</sup>. Malgré des nuances en fonction des heures, des jours, et des enquêtés, les marquages sociaux de ce lieu demeurent très majoritairement construits à partir des caractéristiques de ceux qui font usage des commerces africains et non des résidants.

Si l'image africaine du quartier est présente chez presque tous, elle est cependant loin d'être homogène. Aux heures les plus fréquentées par des usagers d'origine africaine, venus pour les commerces, elle témoigne parfois chez ces derniers d'un sentiment d'appropriation ou d'identification. Chez les non-Africains, quelle que soit leur pratique des lieux, cette image est souvent déformée, ou généralisante, parfois très valorisée (originalité du quartier, animation, cosmopolitisme), mais aussi très négative chez d'autres. Qu'elle soit négative ou positive, l'image africaine du quartier semble aboutir chez certains à la construction d'un « eux » et d'un « nous », perceptibles dans la description des marquages sociaux. Ces derniers évoluent au fil de la journée et de la semaine. Cependant, si l'on prend un pas de temps plus long, ils sont aussi liés à l'histoire migratoire de cet espace : les vieux résidants et les vieux migrants maghrébins sont les témoins d'une époque révolue ; les usagers originaires du Sénégal et du Mali, arrivés en France dans les années 1970 et 1980, sont minoritaires par rapport aux natifs du Congo, de Côte d'Ivoire et de République démocratique du Congo, qui fréquentent le quartier depuis les années 1990. Enfin, on peut percevoir le signe de vagues migratoires récentes dans la fréquentation du quartier par des personnes originaires d'Afrique lusophone.

Sur le plan institutionnel, cette image africaine est remise en question la plupart du temps. Elle a toutefois été mise en valeur au printemps 2010 dans le cadre d'un festival, *Barbès l'Africaine*, organisé par les associations du quartier. Des magazines urbains ou culturels (*Zurban*, *Télérama*) ont fait ces dernières années des reportages sur cet espace. L'image valorisante du cosmopolitisme peut à terme jouer un rôle de consolidation dans le processus de gentrification. Toutefois, la dimension positive de la coprésence de populations très diverses ne compense pas aux yeux de certains résidants les nuisances liées aux usages commerciaux.

Enfin, le caractère populaire de Château-Rouge ressort de l'étude des prix des marchandises, des discours des commerçants et des usagers. C'est aujourd'hui un marquage social fort de ce lieu, qui semble se fonder un peu plus sur les caractéristiques des usagers que sur celles des résidants. L'étude des catégories socioprofessionnelles des usagers interrogés dans l'enquête montre que les cadres sont près de deux fois plus nombreux chez les résidants que chez les non-résidants (25 % contre 13 %), alors que les employés et

surtout les ouvriers sont plus nombreux parmi les non-résidants (19 % et 21 % contre 15 % et 13 %).

Cependant, le caractère populaire des usagers venus de l'extérieur de Château-Rouge est aussi à relativiser, du fait de la grande diversité interne des membres de ce groupe (où les cadres et les professions intermédiaires représentent 28 % du total). Si une partie des usagers extérieurs au quartier viennent s'approvisionner à Château-Rouge en raison des prix très bas qui y sont pratiqués, d'autres viennent pour la spécificité des produits et l'ambiance. Ils y viendraient certainement aussi si les prix étaient plus élevés, notamment ceux qui résident en grande banlieue et en province, qui appartiennent bien plus aux couches moyennes et supérieures de la société qu'aux couches populaires. Les caractéristiques qui font de Château-Rouge une centralité africaine ne sont pas tout à fait les mêmes que celles qui en font aussi une centralité populaire. Immigré et Africain ne sont pas synonymes de populaire et, si l'on observe une « constellation » de profils d'usagers en termes d'origines nationales et d'usages du quartier, cette diversité est aussi très importante socialement.

## Conclusion

Plus de trente ans après l'ouverture des premières boutiques, et malgré la reprise en main de cet espace par les pouvoirs publics, la centralité africaine de Château-Rouge demeure très dynamique. Elle continue d'attirer une clientèle venue des quartiers voisins du XVIII<sup>e</sup> arrondissement, du reste de Paris, de toute l'Île-de-France, de province et même de l'étranger, et qui, par ses pratiques très diverses, contribue au maintien et au renouvellement de l'offre commerciale. Regroupés, diversifiés et bon marché, ces commerces sont fréquentés par différents types d'usagers et, comme d'autres centralités minoritaires, cet espace assume aussi des fonctions sociales importantes qui contribuent elles aussi au renouvellement permanent de l'image africaine de ce lieu. Les commerçants en place, qui n'ont pas été abordés dans cet article, n'ont aucun intérêt à quitter ce quartier qui représente en quelque sorte pour eux une « rente de situation ». Différentes stratégies sont ainsi mises en place pour s'y implanter, s'y maintenir, voire pour certains y ouvrir de nouvelles boutiques. Loin d'être concurrencés par le développement d'autres espaces de ventes de produits tropicaux ou pour peaux noires (le quartier de Château d'Eau dans le X<sup>e</sup> arrondissement, celui de Matongé à Bruxelles ou des espaces marchands en banlieue parisienne), les commerces de Château-Rouge sont fréquentés en complément d'autres lieux par des usagers très diversifiés, aux pratiques spatiales de plus en plus discontinues. À l'encontre du processus actuel de gentrification du nord de la capitale et des actions de rénovation menées par les pouvoirs publics, le dynamisme de cette centralité commerciale contribue à renouveler la question du maintien des fonctionnalités populaires dans les grandes villes.

9. En répondant à la question suivante : « Selon vous, qui fréquente ce quartier ? ».

## Références bibliographiques

Bouly de Lesdain S., (1998), *Femmes camerounaises en région parisienne. Trajectoires migratoires et réseaux d'approvisionnement*, Paris, L'Harmattan.

Bouly de Lesdain S., (1999), « Château-Rouge, une centralité africaine à Paris », *Ethnologie française*, n° XXIX (1), pp. 86-99.

Chabrol M., (2011), *De nouvelles formes de gentrification ? Dynamiques résidentielles et commerciales à Château-Rouge (Paris)*, thèse de doctorat en géographie, université de Poitiers.

Douma J.-B., (2003), *L'immigration congolaise en France. Entre crises et recherche d'identité*, Paris, L'Harmattan.

Dureau F., Dupont V., Lelièvre E., Lévy J.-P., Lulle T., (2000), *Métropoles en mouvement*, Paris, Anthropos.

Gandoulou J.-D., (1989), *Au cœur de la sape. Mœurs et aventures des Congolais à Paris*, Paris, L'Harmattan.

Hassoun J.-P., Phong Tan Y., (1986), « Les Chinois de Paris : minorité culturelle ou constellation ethnique ? », *Terrain*, n° 7, pp. 34-44.

Kamdem P., (2007), *Camerounais en Île-de-France. Dynamiques migratoires et stratégies d'intégration différenciées*, Paris, L'Harmattan.

Launay L., (2011), *Les politiques de mixité par l'habitat à l'épreuve des rapports résidentiels. Quartiers populaires et beaux quartiers à Paris et à Londres*, thèse de doctorat en sociologie, université Paris-Ouest-Nanterre-La Défense.

Lévy J.-P., Dureau F. et al., (2005), *Pratiques spatiales non-résidentielles et recomposition des territoires urbains*, rapport de fin de contrat ACL, *Espaces et territoire*.

Light I., (1972), *Ethnic enterprise in America: business and elfare among Chinese, Japanese and Blacks*, Berkeley, Los Angeles, London, University of California Press.

Ma Mung E., (1996), « Entreprise économique et appartenance ethnique », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 12, n° 2, pp. 211-233.

Palumbo M.-A., (2009) « Figures de l'habiter, modes de négociation du pluralisme à Barbès ou de l'altérité comme condition quotidienne », *Lieux communs*, n° 12.

Sall L., (2007), *Les champs commerciaux sénégalais à Paris. Coprésences, luttes pour l'espace et tactiques commerciales au sein d'espaces urbains interstitiels*, thèse de doctorat en sociologie, université de Poitiers, 525 p.

Toubon J.-C., Messamah K., (1990), *Centralité immigrée, le quartier de la Goutte d'Or*, Paris, L'Harmattan.

Waldinger R., (1990), « Ethnicity an entrepreneurship », *Annual Review of Sociology*, vol. 16, pp. 111-135.

## Biographie

**MARIE CHABROL** est Maître de Conférences à l'Université de Picardie Jules Verne et membre de l'EA 4287 Habiter le Monde. Elle a soutenu en 2011 une thèse intitulée *De nouvelles formes de gentrification ? Dynamiques résidentielles et commerciales à Château-Rouge (Paris)*.

machabrol@gmail.com