

## Repenser la valeur du commerce :

### Dataactivist et la Semaest lancent un nouveau projet de recherche pour quantifier les externalités du commerce de proximité

Le sujet épineux des « dark stores » qui a émergé dans plusieurs grands centres-villes en France, et pour lequel un décret est attendu d'ici la fin de l'année, pose la question de la place du commerce de proximité dans nos quartiers.

En effet, 90% des Français estiment que les commerces de proximité dynamisent et animent les territoires et 87% considèrent qu'ils créent "du lien social" et symbolisent le "vivre ensemble"<sup>1</sup>. Ils sont ainsi attachés à ces commerces, car ils font partie du quotidien de chacun, ils fournissent de la sûreté, de la propreté, du lien social etc. Ces externalités apportent un supplément au cadre de vie qu'on ne peut plus aujourd'hui ignorer.

**Dataactivist** – expert de la donnée- et la **Semaest** – spécialiste du commerce et de la revitalisation des centres-villes - lancent un nouveau projet de recherche dont l'objectif est d'objectiver ces externalités du commerce de proximité, qu'elles soient positives ou négatives. Mais comment chiffrer l'aide d'un commerçant à la ville par exemple au niveau de la propreté ?

« Récemment, il y a un renouveau dans l'étude des externalités, notamment grâce à la comptabilité écologique. L'objectif auquel Dataactivist et la SEMAEST travaillent va en ce même sens : 'faire compter ce qui compte', c'est-à-dire, d'analyser ce que le commerce nous apporte et éventuellement l'internaliser. Est-ce que la présence d'une boulangerie rend la rue moins dangereuse ou plus propre ? La valeur du commerce mérite davantage d'investigations. » indique Allyson PALLISSER, doctorant au Centre de Sociologie de l'Innovation (CSI) de l'École des Mines, en charge du projet de recherche sur les externalités du commerce de proximité.

### Un projet pour mesurer l'impact du commerce de proximité sur la qualité de vie d'un quartier

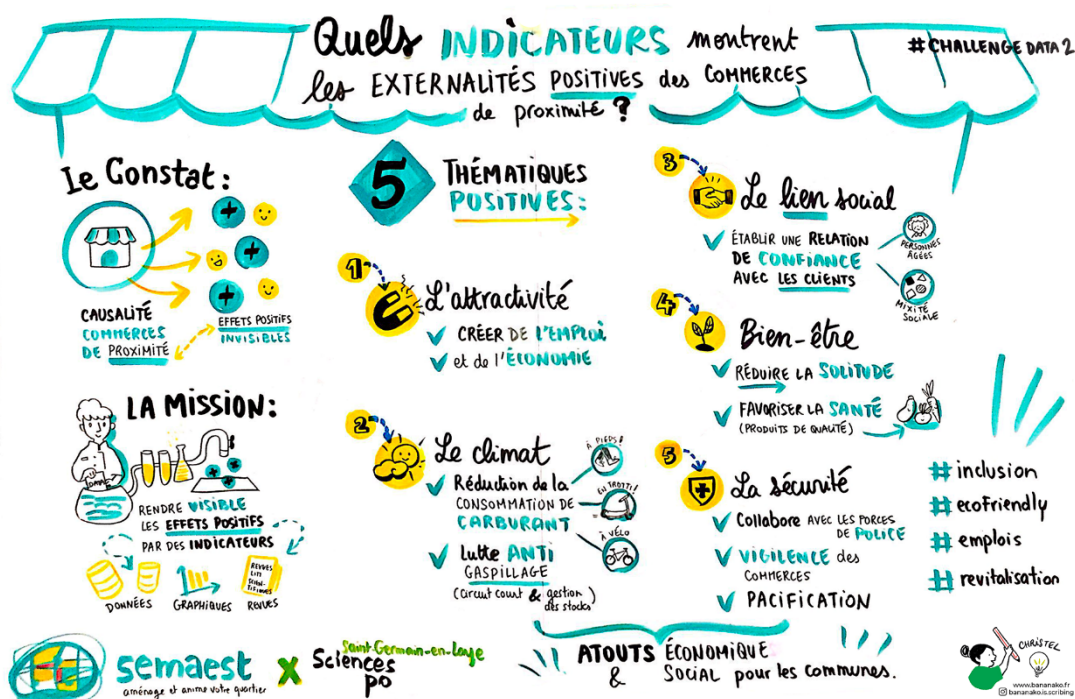
« Le commerce de proximité est aujourd'hui perçu comme un service au public, et fait l'objet de politiques pour encourager son installation et sa diversité. Ses bénéfices sont multiples mais peu analysés et non quantifiables. Ce travail va nous permettre de mettre en lumière et de valoriser l'apport de cette économie ultra locale. » Commente Emmanuelle Hoss, Directrice Générale de la Semaest.

En effet, le commerce de proximité, au-delà de son rôle principal d'assurer l'apport de biens essentiels, dans le cadre d'une épicerie de quartier par exemple, joue un rôle crucial en faveur de l'attractivité et de l'animation des quartiers, en créant notamment du lien social. Son poids est considérable dans la vie de la cité et ne se limite pas à la dimension économique. Son impact se vérifie sur bien d'autres aspects tels que le bien être, le lien intergénérationnel, la propreté, l'environnement, la santé, la sécurité, l'attractivité.

L'objectif de cette étude est de rendre visible ces externalités et de proposer de les objectiver. Cela revient à intégrer dans le calcul de la rentabilité du commerce, non seulement le résultat des coûts moins celui des bénéfices, mais aussi les externalités positives et négatives qu'il induit.

<sup>1</sup> Etude CSA pour la CGAD : <https://www.lemondedesartisans.fr/actualites/9-francais-sur-10-tiennent-leurs-commerces-de-proximite>

Rentabilité du commerce pour la ville =  
(coûts — bénéfices) + (externalités positives — externalités négatives)



## Un projet collectif ouvert aux collectivités

« Les pouvoirs publics mènent depuis plusieurs années des politiques de redynamisations commerciales dans les villes en déshérence. Ce projet de recherche s'inscrit dans ce cadre avec l'identification des indicateurs destinés à mesurer et objectiver les multiples bénéfices apportés par les commerçants, au-delà du simple échange marchand. De ce point de vue, la donnée apparaît comme un élément essentiel afin de valoriser ces bénéfices en permettant de mesurer la relation entre le commerce, la ville et les « riverains-consommateurs ». » Précise Joël Gombin, cofondateur et dirigeant de Dataactivist.

### Un projet ouvert à toutes les collectivités

Cette étude menée par Dataactivist et la Semaest, avec le doctorant Allyson Pallisser, a pour objectif de passer en revue les différentes thématiques d'impact pressenties (lien social, sécurité, climat, bien-être) et s'attardera pour chacune d'entre elles sur les différents indicateurs retenus, qui seront testés sur différents exemples, à Paris principalement, mais aussi sur des villes de tailles diverses en France.

Grâce à la collecte et à l'analyse de données auprès de commerçants, riverains et autres parties prenantes, l'objectif de cette étude est de créer des indicateurs concrets pouvant mesurer l'impact du commerce de proximité dans un quartier pour ces mêmes acteurs : les riverains, les commerçants et les collectivités.

Toutes les collectivités sont invitées à y participer. Pour recevoir les informations sur les détails du partenariat, veuillez contacter : [allyson@dataactivist.coop](mailto:allyson@dataactivist.coop)

La restitution des résultats aura lieu en septembre 2023 et sera articulée autour de 3 étapes : mise en visibilité, mise en données, mise en équivalence.

### ***A propos de Dataactivist***

*Dataactivist est une société coopérative et participative qui se donne pour mission d'ouvrir les données et de les rendre utiles et utilisées. Nous positionnant à toutes les étapes du travail d'ouverture et de réutilisation des données, Dataactivist travaille tant avec les producteurs de données qu'avec les réutilisateurs. Notre mission : réduire les asymétries d'information et permettre à chacun de s'approprier les données, sans naïveté mais sans pessimisme.*

### ***A propos de la Semaest***

*La Semaest, société d'économie mixte de la Ville de Paris, a développé une expertise unique en matière de développement économique local. Grâce à son action, plus 650 locaux commerciaux ont été réaffectés pour accueillir des commerçants et artisans indépendants. La Semaest favorise l'émergence d'une nouvelle économie de proximité et agit au quotidien en faveur de concepts de commerce innovants, porteurs de sens, de lien social et d'emploi local.*

---

Contact presse

Rachel Bornais

[r.bornais@relationspresseetconseil.com](mailto:r.bornais@relationspresseetconseil.com)

09 72 14 47 01