

Identifier les indicateurs permettant de mesurer les externalités positives du petit commerce

Mesurer les effets positifs de l'implantation du commerce local sur le développement des villes : santé, sécurité, lien social, développement économique, etc.

Contexte

Les politiques publiques ont pris conscience que les petits commerces représentent bien plus pour la cité qu'une source de valeur économique. Le commerce, c'est plus que du commerce. Les commerçants dépassent le cadre de leur métier et prennent en charge des pans entiers de la vie de la cité :

- ils font en sorte que le trottoir soit propre
- ils contribuent à la végétalisation des espaces devant chez eux
- ils font parfois office de conciergerie
- ils veillent sur les personnes âgées
- ils nous conseillent, nous rendent service, apportent à la fois de la vie et de la tranquillité à notre quartier.

On parle d'externalités positives. Engagée dans le développement du commerce et de l'artisanat dans la capitale, la Société d'Economie Mixte d'Animation Économique au Service des Territoires de Paris (SEMAEST) souhaite objectiver ces externalités positives.

Le challenge

Ce challenge consiste à identifier les indicateurs permettant de mesurer les externalités positives du petit commerce sur le développement des villes. Aussi s'agit-il de recenser les données qui permettront d'alimenter les indicateurs, de définir le niveau d'accessibilité des données ainsi que leur qualité.

Livrable

Il est demandé de :

- Expliciter les externalités positives qui découlent du commerce de proximité avec une rapide revue de littérature scientifique
- Identifier les indicateurs permettant de mesurer les externalités positives du commerce.
- Qualifier les données sur lesquelles seront basés les indicateurs
- Restituer les principaux enseignements sur des formats graphiques/visuels qui pourront être réutilisés et partagés

Politique publique associée

L'objectif de ce challenge est de contribuer à une juste évaluation de la politique publique mise en œuvre en faveur du commerce de proximité en arrivant à démontrer que les impacts/ les externalités positives du commerce de proximité dépassent de loin le cadre de l'activité économique.



Documents et études

Vous trouverez sur la plateforme collaborative des documents mis à disposition par le partenaire qui vous aideront dans la compréhension de ses enjeux :

- **ARTE Regards - Sauver le commerce local**

<https://www.arte.tv/fr/videos/086138-047-A/arte-regards-sauver-le-commerce-local/>

Confrontés à la concurrence des sites Web marchands et des centres commerciaux, beaucoup de commerçants des centres-villes ont fermé. Dans toute l'Europe, pourtant, des citoyens se réapproprient leur ville avec le soutien de maires engagés, d'urbanistes visionnaires et de citoyens inventifs. Et ils prouvent qu'une offre de commerces attrayante draine à nouveau la clientèle vers les centres-villes. Vidéo de 30 minutes. À regarder.

- Livre de Jane Jacobs : Eyes on the street
(<https://www.citiestobe.com/jane-jacobs-eyes-on-the-street/>) :
 - Appendices de The Economy of Cities (1961, p386-400) : diagrammes représentant les externalités positives du développement du commerce local sur la croissance économique des villes.
- [Article « de la coveillance à la ville sure » Gerda Wekerlé](#)
- [Programme Action Coeur de Ville](#)
- **Cmarue** : [CMARUE](#) associe les habitants au diagnostic des besoins en commerce de leurs quartiers, de manière à identifier des futurs commerces attendus

Données

- [Les commerces de la SEMAEST à Paris](#)

Vos contacts et mentors pour le challenge

Sabrina LE BOURGEOIS, Directrice communication, animation & partenariats de la SEMAEST :

s.lebourgeois@semaest.fr

Emmanuelle HOSS, Directrice Générale de la SEMAEST :

e.hoss@semaest.fr