

CROISSANCE INDUSTRIELLE ET DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE DANS LE BASSIN DE BERRE

par

Agnès PITROU

Il est courant d'entendre dire que la croissance industrielle d'un pays, d'une région ou d'une ville s'accompagne d'un développement du secteur tertiaire. Selon cette affirmation l'installation de quelques usines nouvelles dans une zone déprimée déclencherait, pour ainsi dire par elle-même, un processus de renouvellement de l'équipement local en commerces, en artisans et en services. Certes, cet enchaînement est souvent très souhaitable, mais son existence dépend de conditions qui réclament un examen attentif.

L'histoire du bassin de Berre, dans la zone Ouest des Bouches-du-Rhône, est précisément celle d'une région où l'enchaînement espéré ne s'est pas produit. Le C.R.E.D.O.C. a été amené à réfléchir à ce phénomène au cours d'études sur les équipements collectifs menées sous les auspices du Commissariat du plan et de la Préfecture des Bouches-du-Rhône. L'article que l'on va lire présente l'essentiel de ces réflexions. Son objectif n'est pas d'embrasser dans sa généralité le problème des relations entre la croissance du secteur industriel et celle du secteur tertiaire. Parmi toutes les formes d'activité tertiaire, l'auteur ne considère dans son analyse que celles qui relèvent du commerce. Mais surtout son point de vue est volontairement celui d'une monographie. Cela est dû bien sûr aux origines de l'étude mais aussi à l'idée que dans certains domaines de recherche comme celui-ci, l'analyse minutieuse de cas limités et bien choisis peut permettre de formuler des hypothèses de travail qui permettent ultérieurement d'élargir l'investigation. De ce point de vue on peut résumer ainsi les résultats obtenus :

— *Le développement des commerces sur une zone où la croissance industrielle est forte n'est pas automatique. Il est difficile à déclencher en l'absence de pôle urbain intérieur à la zone et lorsqu'au début de la croissance l'équipement commercial est situé au-dessous d'un certain seuil.*

— *Malgré le sous-équipement commercial persistant et l'absence de structure urbaine véritable, le caractère urbain des besoins ressentis par les consommateurs de la zone se renforce au long des années. Dans le cas du bassin de Berre ils sont satisfaits grâce à des villes extérieures à la zone et distantes de 20 à 40 km du domicile des ménages.*

L'étude de l'appareil commercial est une des préoccupations du C.R.E.D.O.C. Cette revue a déjà publié deux articles de C. Quin à ce propos. Prenant le problème de plus loin et avec un souci d'efficacité moins immédiate, les pages qui suivent suggéreront peut-être au lecteur comment l'histoire d'une ville ou d'une zone peut éclairer celui qui doit décider de l'implantation de centres commerciaux nouveaux ou même celui qui se préoccupe des incidences du réseau de distribution sur le comportement des consommateurs.

INTRODUCTION

Lorsqu'on envisage les possibilités d'expansion d'une agglomération ou d'une région, l'implantation d'industries nouvelles — surtout s'il s'agit d'unités de production suffisamment importantes — apparaît généralement comme un facteur propre à stimuler de nombreuses branches de l'activité économique. On estime en effet que ces entreprises nouvelles non seulement offriront directement des emplois à un certain nombre de travailleurs, mais en outre induiront un accroissement d'activité du secteur tertiaire pour assurer les services nécessaires au bon fonctionnement des entreprises et à la vie quotidienne de la population active attirée par les possibilités nouvelles de travail.

Il semblerait donc qu'un lien de dépendance relativement strict existe entre le développement du secteur secondaire et celui du secteur tertiaire, tendant à établir dans une zone donnée un point d'équilibre entre la fonction industrielle et la fonction résidentielle et commerciale.

Cependant, l'intensité de cette liaison varie beaucoup selon les cas ; l'on connaît même des villes qui restent très spécialisées dans une fonction déterminée, fonction de production ou fonction tertiaire. Il serait donc souhaitable de mettre en lumière les conditions de dépendance de ces fonctions par l'analyse des circonstances qui ont infléchi le développement de villes ou de zones typiques.

Le bassin de Berre, dans les Bouches-du-Rhône, paraît un lieu privilégié pour une étude de ce genre : l'industrialisation y est assez récente pour qu'on puisse en suivre toutes les étapes et elle a été assez massive et assez radicalement nouvelle pour modifier tout l'équilibre économique et sociologique d'une région restée jusqu'alors quasi rurale ; enfin, cette zone forme un ensemble géographique bien délimité, dont il est possible de saisir les interrelations avec les pôles urbains proches.

Une enquête a été menée en 1960 auprès de 320 établissements industriels et commerciaux de la région de Berre, dont l'objectif immédiat était de faciliter la préparation du plan d'équipement de la Zone Ouest des Bouches-du-Rhône (1).

Elle étudiait selon le même schéma la structure et le fonctionnement des entreprises industrielles et commerciales, si différente qu'ait été l'ampleur de leur évolution. Elle permet donc de comparer directement les caractéristiques de la fonction de production et de la fonction de distribution sur un même terrain. Nous appuyant sur les résultats de cette enquête, nous répondrons à deux questions : le développement de la fonction tertiaire et spécialement du commerce a-t-il suivi la croissance du complexe industriel ? Quelles sont les circonstances de l'évolution historique ou les aspects de la situation actuelle qui peuvent expliquer le retard du secteur tertiaire ?

Dans toute la suite de cet article nous désignerons sous le nom de région de Berre l'ensemble des 15 communes comprises dans le champ de l'enquête de 1960 (2).

(1) L'enquête a bénéficié du patronage des Chambres de Commerce de Marseille et d'Arles, de la Société pour la Défense et le Développement de l'Industrie et du Commerce des Bouches-du-Rhône, du Comité d'Expansion des Bouches-du-Rhône. L'enquête a été réalisée sur le terrain grâce aux conseils de la Direction régionale de Marseille de l'I.N.S.E.E., et à l'aide technique de la C.I.N.A.M. (Compagnie d'Études Industrielles d'Aménagement du Territoire).

Le compte rendu *in extenso* de cette enquête a paru dans un numéro spécial de la Revue de la Chambre de Commerce de Marseille (4^e trimestre 1962).

(2) Ces communes sont : Berre, Chateauneuf-les-Martigues (La Mède), Fos-sur-mer, Gignac-la-Nerthe, Istres, La Fare-les-Oliviers, Marignane, Martigues (Lavéra), Miramas, Port-de-Bouc, Port-Saint-Louis, Rognac, Saint-Chamas, Saint-Victoret, Vitrolles.

DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL ET DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

Avant que la première vague de l'industrialisation ne l'ait atteinte, voici environ cinquante ans, rien ne semblait prédisposer particulièrement la région du bassin de Berre à devenir le complexe industriel que l'on connaît aujourd'hui. Bordant un étang aux rivages souvent marécageux, ce sol ne portait alors que des propriétés rurales de faible rendement, sauf dans quelques secteurs bien irrigués. Les deux activités principales, en dehors de l'agriculture, étaient la pêche et l'exploitation des marais salants qui produisaient sel et soude.

En 1899, un chantier naval s'était implanté, dont l'activité s'intensifia en 1907. Une poudrerie nationale fort ancienne existait également, mais ne reçut un réel essor qu'au cours de la première guerre mondiale. Sauf autour de ces deux entreprises, la structure des villages ou bourgs restait celle d'un habitat de ruraux et de pêcheurs dispersés en agglomérations dont aucune, à part Martigues (5 000 habitants), n'avait une réelle suprématie : 9 bourgs regroupaient, en 1906, de 1 000 à 3 000 habitants sur un vaste terrain où les liaisons routières et ferroviaires restaient médiocres.

Un équipement de petits commerces et d'artisanats locaux, complété par des marchés, permettait aux 26 000 habitants du pourtour de l'Étang de subsister sans recours trop fréquent aux villes proches.

I. — La naissance du complexe industriel

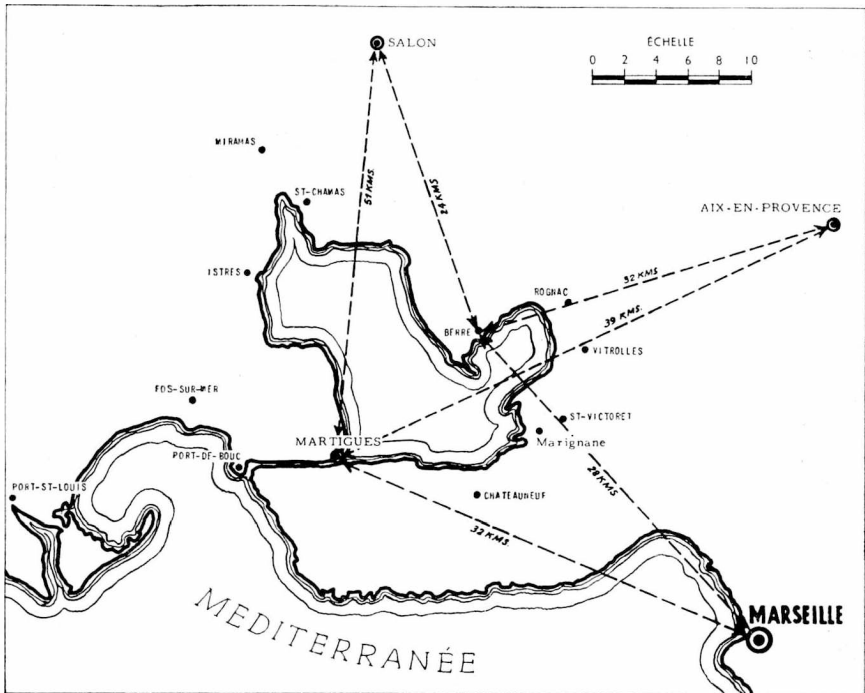
La proximité de Marseille, de la mer, les étendues de terrains disponibles et l'abondance de l'eau faisaient du bassin de Berre un pôle d'attraction pour beaucoup d'industries à la recherche d'une situation géographique favorable ; les circonstances historiques (guerres, accords internationaux sur le pétrole) et l'évolution technique, devaient précipiter la conversion de cette zone agricole en complexe industriel. Une fois l'impulsion donnée, la périphérie de l'étang accueille des usines et des entrepôts qui s'implantent selon les commodités d'installation, les disponibilités de terrains et leur prix, tandis que les aménagements portuaires se perfectionnent. De 1899 à l'époque actuelle, on peut suivre les grandes phases de cette transformation, qui se caractérisent par la fixation des raffineries de pétrole, des usines chimiques, de la construction aéronautique, des industries alimentaires ou de matériaux de construction ; parallèlement les installations portuaires, rattachées en 1919 à la zone de Marseille, l'aéroport de Marignane, le nœud ferroviaire de Miramas prennent une importance grandissante (1).

Outre la survivance et parfois le développement des anciennes activités d'extraction ou de construction navale, les étapes de la croissance du complexe de l'étang de Berre sont ainsi marquées par l'implantation de quelques grosses unités industrielles, d'obédience nationale ou internationale, appartenant à des branches très avancées du point de vue technique, dont les centres de décision se trouvent le plus généralement hors de la zone.

(1) Grandes phases de ces implantations — 1899 : atelier naval de Port-de-Bouc. 1915 : premier entrepôt de pétrole. 1914-1918 : premières usines chimiques. 1921 : premières industries alimentaires, première piste de l'aéroport de Marignane. 1922-1923 : accords internationaux sur le pétrole. 1929, 1933, 1934 : implantation des grandes raffineries. 1927 : premières installations portuaires importantes. 1930-1940 : essor des industries de matériaux de construction. 1946 : essor de la construction aéronautique. 1954-1957 : développement de la pétrochimie et des industries annexes.

Voir Guy MOREL, La région de l'étang de Berre : réussite sociale et économique?, *Revue de la Chambre de Commerce de Marseille*. Numéro spécial 1959.

RÉGION DE L'ÉTANG DE BERRE



Les distances indiquées sont les distances par route.

Les emplois qu'elles offrent sont stables : en cas de difficulté locale, les succursales d'autres régions peuvent recevoir la main-d'œuvre excédentaire ; ce sont des emplois très qualifiés, ce qui assure à l'ensemble de la main-d'œuvre industrielle de la zone de Berre une qualification assez supérieure à la moyenne française.

Au service de ces industries de base, un réseau d'activités se développe à son tour : elles assurent la construction des usines, leur entretien et leurs réparations. Dans une première phase, il s'agissait souvent de simples services annexés à l'entreprise principale ; ce furent de plus en plus des entreprises autonomes travaillant sous contrat. Depuis la dernière guerre mondiale, et plus particulièrement depuis 1950, ce réseau d'industries satellites connaît une grande expansion.

Ces entreprises sous-traitantes sont de deux types : ou bien des entreprises nationales qui créent des chantiers dans toute la France au gré des demandes d'installation ou de grands travaux, offrant des emplois épi-sodiques mais bien rémunérés ; ou bien des entreprises locales effectuant l'entretien périodique des grosses usines. Le personnel en est souvent d'origine étrangère et les tâches offertes sont essentiellement saisonnières (janvier et août), donc les revenus irréguliers et faibles.

TABLEAU I

**Répartition des établissements industriels du bassin de Berre
selon le lieu de leur siège social en 1960**

(Établissements de 10 salariés et plus)

| | PÉTROLE | | CHIMIE | | CONSTRUCTIONS NAVALES ET AÉRONAUTIQUES | | MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION | |
|--|--------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------------|--|-----------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| | Nombre d'établ. | % des effectifs employés | Nombre d'établ. | % des effectifs employés | Nombre d'établ. | % des effectifs employés | Nombre d'établ. | % des effectifs employés |
| Siège social sur place | 3 | 22 | 1 | 8 | 2 | 4 | 1 | 2 |
| Siège social hors du Bassin de Berre | 10 | 78 | 6 | 92 | 3 | 96 | 4 | 98 |

TABLEAU II

**Comparaison entre la répartition des qualifications
dans la zone de Berre en 1960 et en France en 1957 ⁽¹⁾**

(Salariés du secteur privé)

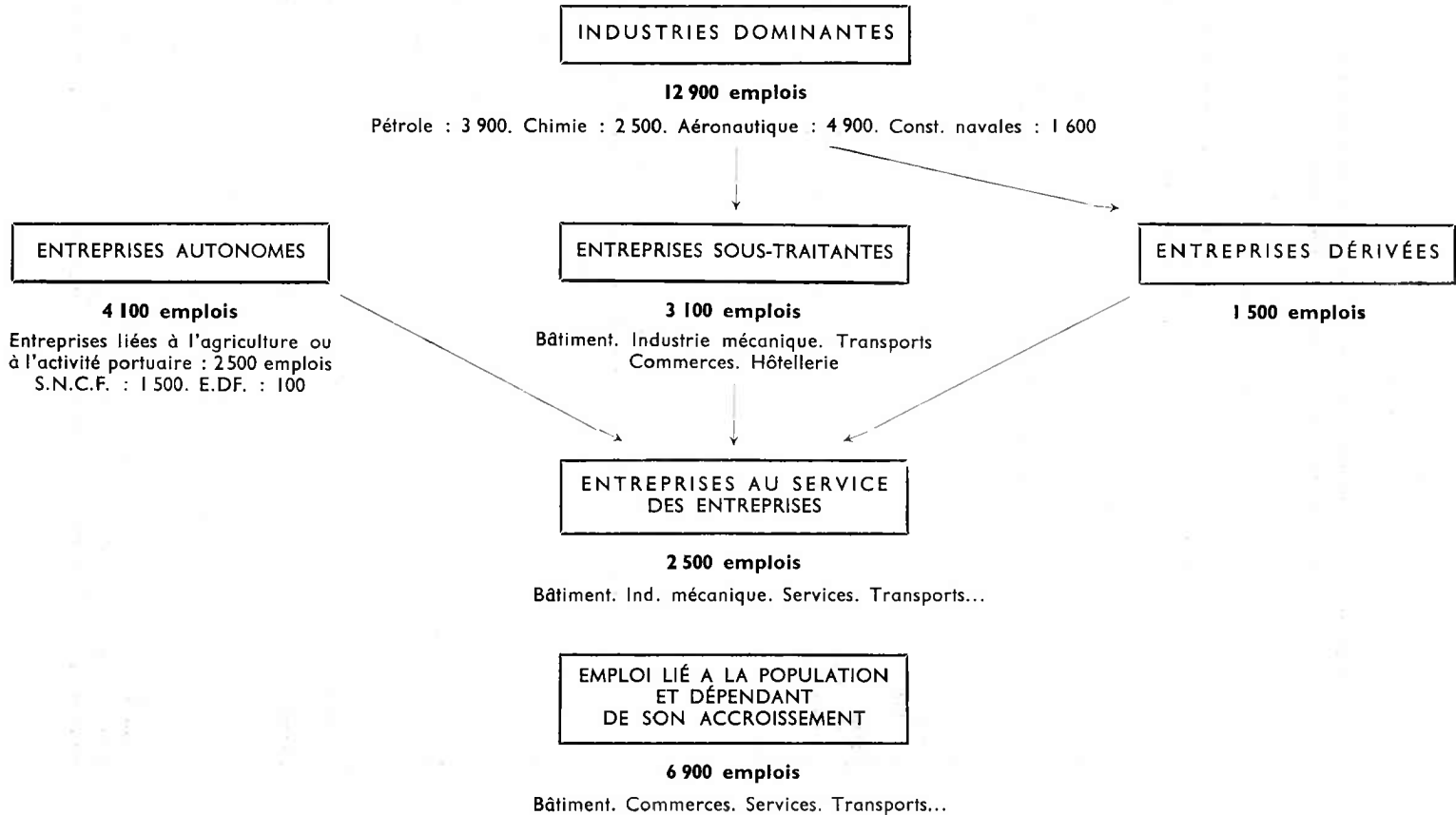
| | | Cadres | Employés | Ouvriers qualifiés (professionnels) | Ouvriers spécialisés (sur machines) | Manœuvres | TOTAL |
|---------------------|------|--------|----------|---|---|-----------|-------|
| Zone de Berre | 1960 | 14 | 17 | 38 | 16 | 15 | 100 |
| France | 1957 | 10 | 21 | 23 | 22 | 24 | 100 |

(1) Source pour la moyenne française : enquête effectuée par le Ministère du Travail.

En 1960, on se trouve donc en présence d'un réseau d'activités très hiérarchisées : au sommet, les industries généralement jeunes et dynamiques qui ont donné naissance au complexe (pétrole, pétrochimie,

TABLEAU III

Schéma de dépendance des établissements du bassin de Berre



chimie, constructions navales et aéronautiques) ; quelques entreprises nées de la proximité de Marseille ou de la mer (industries agricoles et alimentaires principalement) ou des besoins locaux (matériaux de construction) ; enfin, un ensemble d'industries annexes qui s'étendent selon la demande des entreprises-leaders, et qui constituent actuellement une source importante d'accroissement de la main-d'œuvre.

Ce réseau d'industries offre plus de 22 000 emplois dont la répartition indique clairement les dominantes économiques du complexe.

TABLEAU IV
Répartition des effectifs de main-d'œuvre selon les branches
Bassin de Berre 1960

| Branches d'activité | Effectifs | % de l'emploi industriel | % de l'emploi total |
|---|---------------|--------------------------|---------------------|
| Pétrole et carburants | 5 092 | 28 | 17 |
| Industries mécaniques (1) | 1 948 | 11 | 6 |
| Constructions navales et aéronautiques | 6 024 | 33 | 20 |
| Matériaux de construction | 884 | 4 | 3 |
| Industries chimiques | 2 132 | 12 | 7 |
| Industries agricoles et alimentaires | 1 172 | 6 | 4 |
| Industries diverses | 1 176 | 6 | 4 |
| Emploi toutes branches industrielles | 18 428 | 100 | 61 |
| Bâtiment et T.P. | 3 982 | — | 12 |
| Services et commerces (2) | 8 323 | — | 27 |
| EMPLOI TOTAL | 30 733 | — | 100 |

(1) Comprennent principalement des entreprises de constructions métalliques et de tuyauterie.
(2) Services privés seulement, ainsi que S.N.C.F. et E.D.F. et à l'exception des professions libérales.

Malgré un décalage de plusieurs dizaines d'années, l'industrialisation de la région de Berre rappelle donc par son ampleur celle des bassins miniers ou des complexes métallurgiques d'autres régions. Ni l'existence de matières premières, ni une tradition antérieure ne la laissaient prévoir : il s'agit pourtant bien aujourd'hui d'une zone industrielle dont le poids est loin d'être négligeable dans l'activité économique française.

2. — L'accroissement de la population

A mesure que le potentiel industriel s'accroissait, l'appel à une main-d'œuvre nombreuse s'intensifiait également. Car si les premiers dépôts de pétrole n'avaient amené ou recruté sur place qu'un petit personnel de surveillance, les grosses unités industrielles de la chimie, des constructions navales et aéronautiques et des raffineries nouvellement installées entraî-

nèrent d'importantes créations d'emplois, et donc l'arrivée de flots successifs d'immigrants qui s'ajoutèrent à la population autochtone, jusqu'à la tripler entre 1906 et 1960.

TABLEAU V
Évolution démographique des communes de l'étang de Berre
de 1906 à 1960

| | 1906 | 1926 | 1936 | 1946 | 1954 | 1960 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Population totale des 13 communes (1) | 25 805 | 35 809 | 48 110 | 53 306 | 70 772 | 80 400 |

(1) Communes de l'enquête sauf Port-Saint-Louis et Gignac.

La croissance de la population résidente reste toutefois disproportionnée à celle de la population active. Pour ne prendre que la période récente (1954-1960), pendant que l'emploi augmentait de plus de 21 %, la population résidente s'accroissait de 13 % seulement. Ainsi apparaît un caractère important de la zone de Berre : le volume des migrations alternantes très élevé, qui déverse sur les industries locales un fort courant de travailleurs qui habitent les villes voisines. Soit par suite des difficultés à se loger sur place, soit par suite de l'attrait des équipements urbains de Marseille, Aix ou Salon, une fraction de plus en plus importante des salariés habite hors de la zone industrielle : 13 %, soit 4 100 travailleurs.

TABLEAU VI
Migrations de travail des salariés de la zone de Berre : lieu de résidence
des salariés venant travailler dans les industries du complexe en 1960

| | Dans la commune même | Autres communes du complexe | Communes extérieures au complexe | Total |
|-----------------|----------------------|-----------------------------|----------------------------------|--------|
| Effectifs | 10 300 | 16 350 | 4 080 | 30 730 |
| % | 33,5 | 53,2 | 13,3 | 100,0 |

C'est donc une part non négligeable des salaires acquis à l'intérieur du complexe industriel qui repart vers les communes périphériques, urbaines en particulier, d'autant plus que ce mouvement migratoire quotidien affecte principalement les cadres des industries nationales ou internationales, c'est-à-dire le personnel le mieux rémunéré : 35 % des cadres habitent ainsi une des trois villes proches, et ce mouvement tend à croître.

Le mouvement migratoire inverse (habitants de la zone de Berre allant travailler en ville) semble atteindre surtout des femmes attirées par les

emplois urbains de bureau ou de commerce que n'offrent pas les industries locales (16 % seulement des femmes ont un emploi dans la zone même, alors qu'à Marseille ce taux est de 29 %). En tout état de cause, le solde migratoire est fortement positif à l'avantage du bassin de Berre.

Dans cette zone industrielle à expansion rapide, la fonction résidentielle tend donc partiellement à se dissocier de l'emploi, réduisant ainsi la concentration de la population et le volume des salaires dépensés sur place.

D'autre part, ce peuplement s'est fait sans ordre et sans concentration en zones urbaines véritables. Trois faits en sont la cause : les caractéristiques des terrains et des industries, qui ont incité les entreprises à s'éparpiller au gré des vastes surfaces qui leur étaient offertes, ce qui convenait particulièrement bien à des fabrications soit insalubres, soit bruyantes, soit dangereuses ; le manque de moyens financiers des collectivités locales, elles-mêmes divisées en nombreuses agglomérations de trop petite taille, pour faire face aux besoins massifs en logements et en équipements des populations immigrantes ; le rythme même de l'arrivée de ces immigrants en fortes vagues au fur et à mesure de la création de nouvelles unités industrielles, qui obligeait à des solutions d'urgence.

Ce sont les industries elles-mêmes, assez puissantes pour pouvoir financer la construction, qui ont pris l'initiative de ces solutions : cités ouvrières bâties généralement à proximité des usines (compte tenu des périmètres de sécurité), en dehors des agglomérations existantes, dont elles ont formé des faubourgs éloignés. Ainsi, loin de renforcer deux ou trois pôles d'habitation à structure urbaine, le peuplement nouveau a accru la dispersion d'îlots mal reliés entre eux.

3. — Stagnation des services et commerces

On peut comparer, pour les années récentes, le rythme d'accroissement des activités commerciales à celui des activités industrielles et à l'augmentation de la population résidente (1).

TABLEAU VII

**Accroissement de l'emploi entre 1954 et 1960 dans les industries et les services
Comparaison avec l'accroissement de la population**

| | 1954 | 1960 | % d'accroissement par rapport à 1954 |
|--|--------|--------|---|
| Emploi dans l'industrie (1) | 17 387 | 22 410 | 29 |
| Emploi dans les services et commerces (2) .. | 7 870 | 8 323 | 5,8 |
| Emploi total | 25 257 | 30 733 | 21,6 |
| Population résidente totale | 70 772 | 80 400 | 13,6 |

(1) Y compris le bâtiment.
(2) Services privés, S.N.C.F. et E.D.F., sauf professions libérales.

(1) Les renseignements pour 1954 sont extraits du recensement de la population.

Pour un accroissement de population de 13 %, la main-d'œuvre employée dans les services privés et le commerce n'augmente que de 5,8 %. En comparaison de l'expansion forte et continue de l'industrie, les commerces ne connaissent qu'un développement réduit et irrégulier. Si 38 % des commerces déclarent s'être créés depuis 1954, c'est, dans bien des cas, simplement parce qu'ils ont remplacé d'autres magasins qui avaient dû arrêter leur activité; durant ces dernières années, les points de vente se sont déplacés plutôt qu'ils ne se sont multipliés. L'histoire du développement commercial de la zone de Berre connaît des fluctuations que l'industrie (bâtiment excepté) n'éprouve pas.

Le commerce de Berre semble donc se caractériser en premier lieu par un sous-équipement, en regard du rapide développement industriel. Il apparaît mieux si l'on compare les effectifs de main-d'œuvre affectés aux tâches de distribution dans cette zone de 80 000 habitants, à ceux de villes françaises groupant sensiblement la même population.

TABLEAU VIII

Population active employée dans le commerce de détail (1)
Comparaison entre différentes villes de 70 000 à 90 000 habitants
en 1954 et la zone de Berre en 1960

| | Commerce détail alimentaire | Autres commerces de détail | Hôtels, cafés, restaurants | Tous commerces de détail |
|----------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| Nîmes | 1 220 | 2 320 | 920 | 4 460 |
| Metz | 2 360 | 3 500 | 1 620 | 7 480 |
| Versailles | 1 720 | 1 620 | 1 400 | 4 740 |
| Tours | 2 180 | 3 740 | 1 520 | 7 440 |
| Saint-Denis | 1 900 | — | — | 6 440 (2) |
| Orléans | — | 3 460 | 1 260 | 8 460 (2) |
| Caen | 1 480 | 2 680 | 1 100 | 5 260 |
| Zone de Berre | 840 | 1 613 | 1 377 | 3 830 |

Source : sondage au 1/20, recensement 1954. Fascicule « population active ».

(1) Population active au lieu de travail.
(2) Y compris banques et assurances.

La faiblesse du commerce de détail s'ajoute à l'absence à peu près totale d'un commerce de gros et de services auxiliaires des entreprises, qui s'associent pourtant normalement à la grosse industrie.

Cette infériorité quantitative est liée à une structure qualitative typiquement rurale, qui ne semble guère s'être modifiée depuis les débuts de l'ère industrielle. Alors qu'on aurait pu s'attendre à une transformation du petit commerce familial de campagne, sous l'influence de l'accroissement démographique et de l'élévation des revenus — transformation se traduisant par l'apparition de grands magasins ou de magasins populaires, de commerces de luxe ou très spécialisés — le commerce berrois a gardé les caractéristiques du commerce rural : forte densité des points de vente, donc petite clientèle, faible concentration des établissements.

Forte densité des points de vente

Pour un point de vente, le nombre d'habitants desservis est nettement inférieur à la moyenne française : 1 établissement commercial pour 47 habitants dans la zone de Berre, 1 pour 68 en France. Cet écart varie selon les branches.

TABLEAU IX

Nombre moyen d'habitants pour un établissement commercial de diverses branches dans la zone de Berre et en France

| | ZONE DE BERRE 1960 | FRANCE ENTIÈRE 1958 ⁽¹⁾ |
|--|--------------------|------------------------------------|
| Commerces alimentaires | 1 pour 106 | 1 pour 116 |
| Commerces non alimentaires ... | 1 pour 112 | 1 pour 129 |
| Hôtels, cafés, restaurants | 1 pour 174 | 1 pour 256 |
| Services artisanaux (hygiène, soins, spectacles) | 1 pour 524 | 1 pour 548 |

(1) Voir *Consommation*, n° 1, 1960. C. QUIN, L'appareil commercial français.

Cette dispersion s'explique par la prédominance de magasins sans employé ou n'employant qu'un aide, ainsi que par l'étendue des communes étirées en faubourgs qui nécessitent chacun un équipement en commerces quotidiens. La répartition de ces très nombreux points de vente n'est du reste pas homogène, ce qui entraîne soit des lacunes que les consommateurs doivent compenser par des déplacements, soit une concurrence préjudiciable à la rentabilité des affaires.

Faible concentration

Alors que les établissements industriels de la région de Berre se caractérisent par une structure plus concentrée que la moyenne française pour les mêmes branches, la situation s'inverse pour les établissements commerciaux.

TABLEAU X

Pourcentage du personnel appartenant à des établissements de 10 salariés et plus
Zone de Berre 1960. France 1954

| | ZONE DE BERRE (%) | FRANCE ENTIÈRE (%) |
|---|-------------------|--------------------|
| Industrie (sauf bâtiment) | 99 | 91 ⁽¹⁾ |
| Commerce et services privés (sauf transports) | 13 | 58 |

(1) Mêmes branches d'industries que celles représentées dans la zone de Berre.
Source pour la France : « Les établissements industriels et commerciaux en 1954 », I.N.S.E.E.

Les « patrons à leur compte ou indépendants » forment 35 % des emplois du commerce, et seulement 2 % des emplois industriels. Les établissements commerciaux de la zone de Berre sont donc de petits magasins de type familial ou artisanal.

Cette caractéristique s'observe dans les commerces d'alimentation et de textiles où ailleurs en France, on voit s'installer de grands magasins à succursales multiples.

TABEAU XI
Pourcentage des établissements de 0 salarié selon la branche ;
Zone de Berre et France

(sur 100 établissements de la branche)

| | ZONE DE BERRE 1960 | FRANCE ENTIÈRE 1958 (1) |
|----------------------------------|--------------------|----------------------------|
| Boulangeries | 24 | 28,7 |
| Commerces alimentaires | 71 | 54,5 |
| Commerces de textiles | 78 | 52,8 |
| Commerces de quincaillerie | 52 | 39,4 |
| Commerces divers | 72 | 56,1 |
| Commerces non-sédentaires | 86 | 86,5 |

(1) Voir **Consommation**, n° 1, 1960, C. QUIN, L'appareil commercial français.

Ainsi, la création du complexe industriel semble n'avoir provoqué qu'une très faible évolution du secteur tertiaire. Elle s'est traduite essentiellement par une multiplication des magasins de détail destinés à desservir les îlots de population qui se groupaient autour des usines, mais elle n'a entraîné ni une véritable mutation des commerces et services privés, ni l'apparition — sauf dans la branche des transports — d'un réseau d'intermédiaires de type tertiaire desservant les entreprises. Alors que la fonction industrielle du bassin se développait en accroissant et perfectionnant sans cesse son équipement, les fonctions tertiaires évoluaient de façon relativement indépendante et parfois divergente en gardant les caractéristiques qu'elles présentent dans une zone rurale : dispersion, faible dynamisme, manque de moyens. Il ne s'est pas créé dans la zone de centres commerciaux proportionnés à la puissance des centres industriels.

Cette divergence d'évolution doit être analysée de plus près : quelles circonstances ont freiné l'expansion commerciale, alors que se poursuivait le développement des industries et qu'affluait une main-d'œuvre nombreuse, clientèle potentielle de consommateurs bien pourvus en revenus ?

POURQUOI LE COMMERCE A-T-IL SI PEU ÉVOLUÉ ?

Le maintien d'un réseau de distribution de type rural dans la région de Berre en rapide développement industriel peut s'expliquer par deux raisons principales : l'une se rattache à la faible densité du peuplement qui s'est effectué en ordre dispersé au gré de l'industrialisation ; l'autre

tient à l'existence d'un réseau urbain proche susceptible de jouer un rôle de suppléance ou de concurrence pour l'équipement local.

L'influence de ces circonstances a joué d'autant plus fortement que s'implantait dans ces agglomérations à structure encore rurale une population ouvrière venue des villes, au comportement et aux attitudes par conséquent mal accordés à l'équipement offert, et particulièrement encline à subir l'attraction des centres concurrents ; ce qui ne laisse plus alors au commerce local qu'une fonction réduite.

Il est donc indispensable de considérer d'abord plus longuement les caractéristiques des consommateurs.

1. — Caractère urbain des consommateurs berrois

La main-d'œuvre attirée par flots successifs dans la région industrielle en rapide développement présente des caractéristiques sociologiques liées à son origine ou à son mode de travail, qui sont davantage celles d'une clientèle urbaine que celles de la clientèle de bourgs ou de villages que pourrait satisfaire un petit commerce local complété par des marchés ou foires.

Il s'agit en effet d'une population venue en grande partie de la ville, composée de salariés dont l'âge moyen est plus bas que celui de la population active française, et dont l'habitat en cités industrielles a accéléré l'évolution des besoins et du mode de vie.

— Si le recrutement de la main-d'œuvre lors des premières vagues d'industrialisation s'est effectué principalement dans la campagne avoisinante, on constate maintenant de plus en plus que les immigrants sont d'**origine urbaine**. La nécessité de recruter un personnel très qualifié formé dans les universités ou les écoles professionnelles pour des tâches dont le niveau technique s'est fortement accru, le tarissement progressif des réserves de population agricole dans une région à faible natalité comme le Midi méditerranéen, et le jeu des transferts d'une succursale à l'autre dans la même firme, expliquent que les nouveaux venus soient généralement des citadins.

Une enquête sur le logement effectuée en 1960 auprès des habitants de la région de Berre montre que plus de 70 % des ménages immigrés depuis 1954 viennent de centres urbains, ainsi que plus de 80 % des femmes venues s'y fixer par mariage. Lorsqu'on a interrogé les chefs d'entreprises sur les sources de recrutement de leur personnel, ils ont indiqué que tous les cadres sont de provenance urbaine, ainsi que la grande majorité des techniciens et ouvriers qualifiés.

Il va sans dire que, venus de la ville, ces immigrants gardent leur comportement urbain, en particulier pour leurs consommations. Accoutumés à trouver un choix étendu d'articles, à comparer les prix d'un magasin à un autre, à rechercher des produits rares ou de luxe, ou bien à bénéficier des ventes-réclames accompagnées de publicité, à flâner librement devant les vitrines ou à l'intérieur des grands magasins, ces consommateurs ne peuvent plus se passer de centres commerciaux bien équipés.

— On sait que le comportement « urbain » est particulièrement accentué lorsqu'il s'agit d'une population jeune. Or, du fait des migrations souvent récentes et de la nature des industries, la moyenne d'âge des chefs de ménage et donc de l'ensemble de la population berroise est basse : 56 % des habitants avaient moins de 35 ans au recensement de 1954 (à Marseille 48 %).

On connaît moins l'influence du mode de rémunération sur les conduites d'achat ; mais il semble cependant que le fait d'appartenir à la population industrielle salariée induit un comportement très éloigné de celui de la population agricole ou artisanale, plus lente à l'achat et plus portée à la thésaurisation.

Or, la proportion de **salariés** de l'industrie privée ou nationalisée est écrasante dans l'ensemble de la population active de la région berroise.

TABLEAU XII

**Pourcentage des salariés dans l'ensemble de la population active
Zone de Berre et France entière (1954) (1)**

| | SALARIÉS | NON-SALARIÉS |
|--------------------------|----------|--------------|
| Zone de Berre 1954 | 91,8 | 8,2 |
| France 1954 | 76,7 | 23,3 |

(1) Toutes catégories de population active sauf agriculteurs, marins, mineurs, artistes, clergé, armée.

Il serait faux toutefois de ne pas relever les différences sensibles existant entre les diverses « classes » de ces salariés. Selon qu'ils appartiennent soit aux grandes industries-leaders, réputées pour payer bien et régulièrement, soit aux chantiers temporaires qui licencient périodiquement une partie de leur main-d'œuvre, soit aux petites entreprises locales souvent en difficultés financières, le niveau des rémunérations, mais aussi le sentiment de sécurité pour l'avenir varient considérablement, et entraînent des comportements bien différenciés, spécialement vis-à-vis du commerce local. Mais la périodicité généralement régulière des paiements, la disposition d'une masse d'argent liquide renouvelée, distinguent l'ensemble de la population salariée berroise, quel que soit son employeur, de la population rurale ou artisanale que desservait jadis le réseau commercial.

— Il faut noter enfin le comportement particulier qu'engendre **l'habitat en cités industrielles** où toutes les classes sociales cohabitent à proximité les unes des autres, ou même le simple regroupement des pavillons ou villas individuelles à l'écart du noyau ancien des communes. Ce voisinage continu complété par la fréquentation des mêmes magasins ou de la même coopérative donne une grande importance aux phénomènes d'imitation, en particulier en matière d'achats et de comportement économique. Achats de prestige, ou désir de posséder ce que l'on a aperçu chez le voisin font évoluer les habitudes de consommation. Ainsi, les ressources offertes par le commerce local risquent d'apparaître encore plus insuffisantes aux ouvriers et aux ruraux si les cadres effectuent leurs achats en ville. Or, les cadres sont les premiers à souhaiter échapper à la contrainte d'un cadre social limité où l'on retrouve ses voisins achetant les mêmes produits dans les mêmes magasins, ne s'agirait-il que de produits alimentaires, et ils subissent donc tout particulièrement l'attrait de centres commerciaux bien équipés.

Pour ceux qui ne l'avaient pas encore totalement accompli, (agriculteurs, ouvriers d'origine rurale ou étrangère), le processus d'évolution

vers un comportement économique urbain se trouve donc précipité par la contamination du voisinage. Il engendre ou renforce l'insatisfaction devant l'équipement commercial local et le désir d'aller « en ville » pour effectuer ses achats. Le phénomène concurrentiel prend alors toute son importance.

2. — La zone de Berre n'est pas un complexe urbain

Le bassin de Berre regroupe, nous l'avons vu, environ 80 000 habitants, soit la population de certains chefs-lieux français où l'on trouve (comme à Caen ou Tours par exemple) des magasins populaires à rayons multiples, deux ou trois grands magasins qui sont souvent des succursales de grandes firmes parisiennes et une floraison de commerces spécialisés répondant à tous les besoins de la clientèle de la ville et même du département. Rien de tel ne s'est produit pour les 80 000 habitants de la région berroise. Les caractéristiques de l'écologie propre au bassin de Berre ont fait obstacle à une véritable concentration urbaine. En effet, le peuplement qui s'est effectué par vagues successives s'est réparti par petits noyaux isolés sur la presque totalité des 15 communes en périphérie de l'étang, au gré des implantations industrielles.

En l'absence de tout plan d'urbanisme cohérent, les usines se sont implantées, nous l'avons vu, au mieux de leurs besoins, entraînant dans leur sillage l'édification des cités industrielles. Ces cités, dont les entreprises ont arrêté maintenant l'extension pour des raisons économiques et sociales, se raccordent mal aux communes dont elles dépendent, par une succession de pavillons individuels coupée de terrains encore libres, voire ruraux, ou par des entrepôts. La vaste nappe d'eau de l'étang qui commande une disposition des agglomérations en « couronne » contribue encore à accroître les distances entre elles.

L'ensemble des 80 000 habitants est donc loin de former un complexe urbain cohérent. Il n'y a pas constitution d'une clientèle analogue à celle d'une ville de même population, où les relations entre quartiers seraient facilitées par la proximité ou par un réseau de transports urbains. Il est bien évident qu'aucun échange commercial réel ne peut exister d'une commune à une autre : ni magasin plus important, ni (sauf exception) magasin spécialisé (1) n'incite la clientèle à se transporter sur l'autre rive de l'étang ou à recourir aux services d'une autre commune. Quand les consommateurs de la région de Berre effectuent un déplacement, ils ont tout avantage à aller directement à Marseille, à Aix ou à Salon, suivant le point géographique où ils résident et la nature du service recherché.

Chaque commune a donc développé seulement son équipement d'« urgence » en boutiques d'achats quotidiens, dont nous avons vu la multiplication rapide. Encore quasi rurale par la dispersion de son habitat, la population berroise n'a pu faire naître l'équipement de type urbain que son niveau de vie, son origine et ses goûts réclamaient pourtant.

3. — L'existence d'un réseau commercial concurrent

Il se trouve précisément qu'un circuit de distribution beaucoup mieux équipé et sans cesse amélioré s'offre à la portée des consommateurs insatisfaits de la zone de Berre. Le client est sollicité par de nombreuses formes de commerce qui font tout pour l'attirer.

(1) Ni même, par suite du sous-développement des services publics, le recours à des équipements administratifs.

— Le bassin de Berre est entouré par trois villes d'inégale importance (Aix, Marseille, Salon), dont l'une se trouve être précisément une « capitale » du commerce de détail. Ce sont des pôles d'attraction puissants. De plus en plus, le ravitaillement en épicerie pour la semaine ou le mois se fait au « supermarché », les achats d'habillement dans les grands magasins, ceux d'équipement ménager dans les magasins spécialisés. Si, pour certains articles, l'avantage apparent des commerces urbains est un leurre, l'attrait de la ville (même d'une ville réduite comme Salon) et l'impression de liberté de choix qu'elle procure suffisent à rallier la clientèle, féminine en particulier. En outre, par le jeu des réclames ou de la publicité, l'acheteuse partie en ville pour une acquisition bien précise, revient souvent en ayant effectué bien d'autres emplettes et parfois tout le marché de la semaine.

Les grands magasins désireux d'attirer cette importante clientèle un peu éloignée, ont accru leur rayon d'action par la mise au point d'un système de livraisons, par l'envoi de démarcheurs ou de prospectus qui viennent solliciter sur place le consommateur berrois.

Autres prolongements du commerce urbain, les marchands forains (1) viennent déballer leurs marchandises à jours fixes sur les marchés locaux, voire à proximité immédiate des habitations dans certains quartiers isolés. Pour une gamme étendue de biens et de produits (textile et quincaillerie en particulier), ils offrent des prix avantageux que les magasins locaux pourraient difficilement consentir étant donné leur faible débit.

Les commerçants ambulants vont concurrencer à domicile les commerçants de la commune pour les produits alimentaires. S'ils appartiennent parfois au circuit commercial de la zone, ils proviennent plus souvent des villes voisines (grandes firmes du commerce alimentaire intégré).

Enfin, les coopératives d'entreprises jouent un rôle très important dans la distribution locale. Elles ont été particulièrement renforcées dans la région berroise, d'une part à cause de la puissance des industries qui les organisaient, mais surtout à cause des carences de la distribution locale lors de l'installation des entreprises. On voit là dans quel cercle vicieux s'est enfermé le commerce.

Lorsque la population a commencé à affluer, les coopératives ont été créées pour remplacer temporairement les magasins encore inexistantes puisque la clientèle regroupée jusqu'alors était trop dense. Elles ont tout naturellement détourné une grande partie des achats quotidiens et même des achats exceptionnels (appareils électro-ménagers par exemple), achats qui auraient normalement pu alimenter le commerce local naissant et favoriser sa mutation : leur tâche de suppléance est devenue un frein à l'évolution commerciale. Grâce aux moyens importants dont elles disposent, et parce qu'elles sont considérées en partie par les entreprises comme un « avantage social » offert au personnel, les coopératives proposent des prix presque inégalables. Il semblerait en outre que leur clientèle dépasse assez largement celle des salariés et de leur famille directe; c'est du moins l'image que s'en font les commerçants locaux qui se sentent frustrés d'une de leurs chances d'avenir.

Ainsi sollicité par toute une gamme d'équipements commerciaux mieux équipés que les magasins locaux, le consommateur berrois peut en profiter, même lorsqu'ils sont éloignés, grâce à sa grande mobilité. Population jeune, souvent douée d'un niveau de vie élevé, elle est particulièrement bien munie en moyens de transports individuels (2) qui

(1) Ils sont pour la plupart originaires de Marseille.

(2) Moyenne des voitures possédées par habitant en 1957 : 21,7 % contre 14,7 % à Marseille ; motos et scooters : 16,5 % contre 12,4 % à Marseille.

lui permettent de se rendre facilement en ville. D'autre part, pour compléter le réseau des transports en commun publics vers la ville, certaines entreprises organisent une ou deux fois par semaine des transports collectifs spéciaux afin de faciliter aux ménagères leurs achats dans les centres commerciaux urbains. Possibilité dont profitent les femmes de la zone de Berre d'autant plus aisément qu'elles sont rarement astreintes à un travail professionnel, étant donné le faible taux de l'activité féminine. Elles peuvent donc consacrer du temps à leurs courses en ville qui constituent une distraction appréciée.

Quant aux femmes qui ont une profession, elles l'exercent souvent en ville, nous l'avons vu. Ce mouvement migratoire les incite comme partout à effectuer leurs achats sur le lieu de leur travail puisqu'il s'y trouve des commerces mieux équipés que ceux de leur lieu de domicile. Ce sont donc encore des clientes en moins pour le commerce local.

Gardant ses caractères spécifiques de commerce rural en face d'une clientèle de plus en plus urbanisée, en concurrence avec des circuits commerciaux sans cesse mieux équipés et plus entreprenants dans les villes proches, le commerce local particulièrement vulnérable, paraît donc destiné à ne jouer qu'un rôle secondaire auprès de la population qu'il dessert.

4. — Le commerce local n'assure plus que des fonctions limitées

Face à la concurrence envahissante, conscient (parfois jusqu'au découragement) de ses possibilités limitées, le commerçant local semble avoir limité ses ambitions à la clientèle qui lui reste fidèle temporairement ou régulièrement.

Une clientèle aux revenus réduits

Si une multiplication des points de vente s'est produite malgré tout dans la zone de Berre, c'est qu'une clientèle potentielle se manifeste pour certains achats et à certains moments : les infidélités des consommateurs ne sont sans doute ni générales, ni constantes, mais elles évoluent en fonction de certains facteurs que les commerçants berrois connaissent bien.

Outre la proximité du magasin pour les achats quotidiens, ce que recherche particulièrement le consommateur lorsqu'il recourt à un commerçant proche de lui, qu'il connaît et dont il est connu, c'est l'assurance que son cas personnel sera pris en considération, et que le commerçant sera pour lui un conseiller et un appui. Il ressent d'autant plus ce besoin qu'il se trouve plus démuné, ou plus embarrassé. Certains achats ou certains aléas de revenus l'incitent donc à être fidèle au circuit de distribution locale.

Pour les achats alimentaires, il est bien commode de pouvoir recourir en cas d'urgence ou d'oubli au commerçant connu qui dépanne même en dehors des heures d'ouverture du magasin : c'est ce qui explique — en plus de son caractère « quotidien » — que le commerce alimentaire se soit normalement développé dans la zone, au moins sous son aspect de petit magasin familial (1). Cette forme artisanale lui permet en outre de jouer le rôle social bien connu de la boutique où l'on échange les nouvelles :

(1) Le commerce alimentaire à lui seul occupe 42 % de la population active du commerce, alors qu'en France, il ne regroupe que 33 % des effectifs. On peut y ajouter les 29 % occupés dans les cafés et restaurants sur le pourtour de l'étang (France : 19 %).

cette fonction apparaît à certains cadres comme une contrainte à laquelle ils échappent au contraire volontiers en effectuant même leurs achats alimentaires en ville. Pour certains autres achats plus importants, qui demandent un conseil « d'ami » ou un service après-vente à proximité, le commerce local retrouve parfois ses clients, surtout parmi ceux qui sont les moins accoutumés à faire de gros achats ou à se repérer dans les formalités de la vente à tempérament. Enfin, le secteur des cafés, restaurants et bureaux de tabacs profite, quant à lui, de l'afflux d'une clientèle masculine constituée par les immigrants quotidiens des industries, qui cherchent à occuper leur temps de pause hors du cadre de l'usine : l'expansion de ces commerces dépasse donc celle qu'ils connaissent dans l'ensemble de la France.

Tous les commerçants berrois sont en mesure en outre d'apprécier les fluctuations des revenus locaux (chômage, diminution des heures de travail, fins de mois ou de quinzaine, prime de fin d'année) non seulement par les variations du volume de leurs ventes, mais aussi par la fidélité de leurs clients. Pour se faire ouvrir un crédit chez l'épicier en cas de difficulté financière, ou pour faire la « soudure » avec la paie suivante, il ne faut pas être un inconnu. D'où l'utilité, en période de prospérité, de ne pas délaïsser totalement le commerçant local.

Par contre, les exigences envers les possibilités de choix et envers la qualité des produits augmentent à mesure que s'élève le niveau de vie et que s'accroît dans le budget la part accordée aux achats non alimentaires. Ce sont souvent aussi les catégories sociales les mieux pourvues qui sont le plus enclines à comparer les prix, à rechercher l'économie, parce qu'elles sont plus aptes à élaborer un budget ou à effectuer le calcul des avantages offerts par le commerce urbain, et qu'elles peuvent consacrer plus de temps aux achats : l'attirance des villes joue particulièrement pour elles.

Les salariés des entreprises importantes, ainsi que les cadres et les techniciens, qui ont leurs coopératives ou qui se transportent facilement à la ville, font donc peu bénéficier le commerce local de leurs salaires relativement élevé.

Ainsi, la meilleure clientèle du commerce local se recrute-t-elle finalement dans une population qui a gardé un peu les caractéristiques de la population rurale pour lequel il s'était constitué : faibles revenus, irrégularité des rentrées d'argent, inaptitude à affronter le commerce anonyme de la grande ville, c'est-à-dire la population des travailleurs temporairement employés sur les chantiers de la zone industrielle, ou celle des ouvriers appartenant aux entreprises sous-traitantes ou locales. Ceux qui disposent des revenus les plus élevés (cadres, techniciens) ou les plus réguliers (industries d'obédience nationale ou internationale) émigrent vers les villes pour leurs achats, et spécialement en période de prospérité économique. L'accroissement progressif du chiffre de population, l'élévation du niveau de vie, ont en définitive alimenté surtout le courant financier dépensé à l'extérieur de la zone.

Les signes de déclin

Si l'on se souvient que le nombre moyen d'habitants théoriquement desservi par chaque point de vente est plus faible que le nombre moyen français, qu'il est encore réduit par l'émigration partielle des consommateurs vers la ville, et que ces clients ont généralement des revenus peu élevés, on ne peut s'étonner que beaucoup de ces commerces végètent ⁽¹⁾

(1) Les nombreuses créations de points de vente depuis 1954 ne font que compenser, rappelons-le, des fermetures ou liquidations très nombreuses également.

et donnent les signes d'un déclin plutôt que d'une expansion qui tendrait à compenser le sous-équipement. Ces signes sont particulièrement nets dans le commerce non-alimentaire, plus directement touché par la concurrence et plus atteint par la dissémination des clients qui ne lui assure pas une rentabilité viable.

On peut retenir trois indices significatifs de l'essoufflement du petit commerce traditionnel : l'âge moyen des patrons ou chefs d'entreprises commerciales, le caractère de travail d'appoint que constitue souvent la gestion des commerces, le découragement et le pessimisme des chefs d'entreprises.

— Plus de la moitié des patrons ou chefs d'entreprises a plus de 45 ans, et un quart a plus de 55 ans. Ceux qui envisagent de se retirer bientôt considèrent fréquemment qu'il est inutile de chercher un successeur, et qu'il vaut mieux liquider un commerce peu florissant. Il s'ensuit de toutes façons qu'un magasin géré dans ces conditions (une personne âgée seule) ne peut évoluer beaucoup ni connaître une expansion.

— La gestion d'un commerce est, de plus, souvent considérée comme un travail d'appoint. Dans la perspective d'une diminution progressive des affaires, ou de leur stagnation, beaucoup de commerces sont gérés par des femmes, dont le mari et souvent les enfants occupent un emploi salarié qui assure une rentrée régulière de revenus. Le bénéfice commercial n'est alors qu'un appoint, et les moyens sont limités pour agrandir le commerce ou le rendre compétitif avec les concurrents.

— Enfin, les patrons se sentent dépendants des entreprises industrielles qui leur fournissent la clientèle de leurs salariés, et vis-à-vis desquelles ils sont totalement impuissants. Leur avenir est lié aux localisations résidentielles, encore très incertaines. Souvent âgés, ils se sentent menacés par un contre-coup économique, par le déplacement des centres d'activité, par l'arrivée de concurrents mieux équipés qu'eux. Ils se considèrent très souvent comme incapables de se transformer par leurs propres moyens et se plaignent de ne pas être aidés par la collectivité : leur profession est condamnée et il est inutile de lutter contre une évolution qui les écrasera fatalement. Cet état d'esprit assez caractéristique de la crise actuelle du commerce de détail est aggravé dans la zone de Berre par la situation locale.

Seuls sont optimistes — et ce peut être une indication pour des pronostics d'avenir — les gérants des succursales de maisons commerciales d'origine urbaine. Pour elles, la transformation d'apparence et de gestion qui les rend semblables aux magasins urbains s'est déjà généralement accomplie. Dans bien des cas, elle n'a même pas eu à se produire : implantés récemment dans les quartiers neufs, ces magasins ont adopté du premier coup les caractères du commerce qui plaît à la clientèle citadine. Ils disposaient pour cela des moyens que peuvent offrir les capitaux d'une grande firme.

Cet exemple d'une implantation réussie peut mettre en lumière, par contraste, les raisons pour lesquelles le petit commerce traditionnel n'a pas pu se transformer. Trop faible, dès les débuts de l'industrialisation, il s'est trop longtemps reposé sur l'espoir que représentait une clientèle artificielle — exceptionnelle pour tout le commerce de détail, mais plus encore dans une région où le rationnement était particulièrement sévère — née de la guerre de 1940-1945. Faute de capitaux, et faute peut-être d'avoir aperçu à temps les dangers d'une stagnation en face d'une évolution rapide des besoins des consommateurs, le processus de transformation n'a pas pu se déclencher.

CONCLUSION

Alors que l'industrie prenait son essor, augmentait régulièrement son potentiel technique et humain créé de toutes pièces, le commerce n'a pas suivi la demande et est resté impuissant devant la concurrence des villes extérieures au Bassin. La masse d'argent frais nécessaire au renouvellement du commerce est déviée vers les centres urbains dont la concurrence semble inéluctable. Les chances d'une mutation du réseau commercial de Berre (et du réseau des services publics ou privés) qui tendrait à mieux harmoniser la fonction industrielle et la fonction résidentielle, actuellement déséquilibrées, sont précaires si on en juge d'après l'histoire récente du Bassin. Toutefois la transformation nécessaire pourrait être suscitée en grande partie par des mesures urbanistiques d'ensemble visant par exemple à un regroupement raisonné des nouvelles constructions de logements. Ces noyaux pourraient alors justifier l'installation de centres commerciaux mieux étoffés, parce qu'assurés d'une certaine rentabilité. Pour le commerce alimentaire, ce mouvement semble amorcé par l'implantation des succursales de grandes firmes, qui a contraint les commerces artisanaux proches à renouveler leur apparence pour soutenir la concurrence.

Mais en tout état de cause les créations de nouveaux magasins ne viendront que rarement et difficilement d'initiatives locales. Or, les grands magasins marseillais par exemple, trouveront-ils leur compte à s'installer sur place au profit d'une clientèle qui de toutes façons vient à eux?

Quelle serait du reste l'attitude des consommateurs au cas où un renforcement de l'équipement commercial — par exemple sous la forme d'un magasin populaire à rayons multiples — s'effectuait sur l'un des points du bassin de Berre? Modifieraient-ils leurs circuits habituels pour s'y approvisionner? Peut-être le choc créé par l'apparition d'un grand magasin freinerait-il partiellement la fuite vers la ville. Mais l'existence d'une métropole commerciale aussi puissante et aussi diversifiée que Marseille exerce une telle force d'attraction qu'elle limite obligatoirement l'expansion des centres de distribution plus modestes qui pourraient se créer dans son orbite.

Pour le moment, la zone de Berre se présente un peu comme une banlieue industrielle complétée par des communes-dortoirs sous-équipées. Arrivera-t-elle à développer les fonctions tertiaires qui lui permettraient d'acquérir partiellement son autonomie?

Ce problème rejoint celui de nombreuses zones industrielles en France, où toute l'activité a été commandée par la vie des entreprises, où les fonctions de services et de commerce sont largement détenues par des centres urbains extérieurs, et où par conséquent une distorsion s'est introduite entre le développement du secteur secondaire et celui du secteur tertiaire. Il semble que l'analyse du cas de la zone de Berre ait permis de saisir quelques-unes des circonstances qui peuvent empêcher une expansion parallèle de ces deux secteurs. En effet, alors que dans les villes qui bénéficiaient d'une clientèle bien payée et qui possédaient une ancienne tradition commerçante, l'évolution vers des formes de vente mieux adaptées aux goûts des consommateurs se renforce au rythme de la croissance de la population, il en va tout autrement, nous l'avons vu, lorsqu'il s'agit de quartiers neufs ou d'agglomérations en mutation rapide. Il semble alors qu'existe un « seuil de lancement » : une fois ce seuil franchi, le mouvement s'entretient grâce à l'interaction entre l'accroissement des ventes et les investissements réalisés pour rendre les magasins plus attractifs. Au con-

traire, l'absence de transformation suffisante du commerce local entraîne l'émigration des clients insatisfaits, et il s'ensuit une perte de substance qui le rend plus inapte à évoluer faute de moyens de financement et faute de conviction. Lorsque le développement industriel s'effectue dans une zone couverte par un réseau de distribution de type rural, composé de petites affaires traditionnelles, et lorsqu'une véritable concentration urbaine de l'habitat ne se produit pas, le déclenchement d'un processus de transformation et de renforcement du secteur tertiaire est particulièrement difficile.