

# Les beaux esprits contre

PAR FABRICE RAFFIN \*

« **V**ous la trouvez belle la France périphérique autour des zones commerciales ? » Sur France Inter, le 12 septembre 2023, Léa Salamé s'agace quand le patron de Super U l'invite à la mesure. « Des millions de gens vont chaque fin de semaine (...) profiter de produits à prix accessibles, et on leur dit "vous évoluez dans une France moche". Je trouve que c'est se moquer d'eux. » En 2011, déjà, Éric Chauvier s'interrogeait : « Qui sont-ils, ces journalistes centralisés pour décréter la laideur de notre périurbanité ? » L'écrivain signait alors *Contre Télérama* (Allia), juste avant que le think tank néolibéral Terra Nova ne publie sa fameuse note sur l'incorrigible lepénisme des classes populaires(1); juste après, surtout, que l'hebdomadaire culturel avait, lui, tenté de saisir « Comment la France est devenue moche » : la floraison de lotissements après l'essor des autoroutes, la multiplication des hypermarchés puis des moyennes surfaces spécialisées (2).

Le plus grand Auchan du monde (jusqu'en 2014), Promod ou France Pare-brise, Nocibé ou Cuisines Schmidt : toutes ces enseignes logent dans le Aushopping de Noyelles-Godault. Sur l'A1 en direction de Lille, passez Hénin-Beaumont, prenez la sortie 17. Nous y sommes : à quelques kilomètres de l'ancienne usine Metaleurop, dont la fermeture en 2003 a laissé 830 salariés sur le carreau et des terres parmi les plus polluées de France; sur le territoire d'une commune où le Rassemblement national (RN) a obtenu 61% des voix aux dernières élections européennes; et donc dans la deuxième zone commerciale la plus fréquentée de France près de 30 millions de visiteurs par an(3). Loin des « métastases périurbaines » qui épouvantent *Télérama*, l'endroit plaît aux familles qui le fréquentent, aux jeunes aussi, à tous ceux dont le centre commercial forme le support du quotidien, le lieu des loisirs ou de pratiques culturelles en tous genres, l'amplificateur des bons moments, notamment des fêtes.

\* Sociologue, maître de conférences à l'université de Picardie Jules-Verne-laboratoire labiter le monde.

En pratique et dans l'imaginaire, les zones commerciales comme Aushopping sont un repère identitaire, un espace commun. Elles supplantent bon nombre de centres-villes agonisants aux boutiques abandonnées. Autour des espaces de la grande distribution, l'attractivité joue des représentations d'une modernité consumériste séduisante. Les enseignes agroalimentaires revendiquent la « tradition », l'« authenticité », le « naturel » dans une sorte de pied de nez aux centres anciens plus ou moins patrimonialisés. Car de cette ville historique, de son pub irlandais devenu kebab, du marché qui survit, les habitants se détournent. Dans les vitrines des agences immobilières, les surfaces commerciales délaissées côtoient les appartements vides d'immeubles grisâtres.

Cette vacance inquiète les pouvoirs publics, quand bien même ils ont longtemps favorisé le développement des grandes surfaces et les lotissements pavillonnaires(4). Après le programme « Action cœur de ville » – pour les revitaliser –, le gouvernement a récemment lancé un plan de transformation des zones commerciales. Leur fréquentation tend en effet à baisser avec la concurrence des achats en ligne et l'essor des usines à colis(5). Plus d'espaces verts, moins de tôles et de bitume, des bureaux, voire des logements : la ministre de la consommation Olivia Grégoire explique dans *Le Parisien* (11 septembre 2023) vouloir en finir avec les zones commerciales existantes, « souvent disgracieuses, très énergivores et peu soucieuses de l'environnement ».

Sans aucun doute le sont-elles; mais les grandes surfaces commercialisent encore 65% des produits alimentaires(6). Et, comme le note Annie Ernaux dans les allées de son centre commercial : « Les super et hypermarchés ne sont pas réductibles à leur usage d'économie domestique, à la "corvée des courses". Ils suscitent des pensées, fixent en souvenirs des sensations et des émotions(7). » Aux Trois Fontaines de Cergy, chez Ernaux, aux Sentiers à Claye-Souilly, à Terre Ciel à Chelles, à Créteil Soleil et Mérignac Soleil, au Méridien à Ibos, aux Flâneries à La Roche-sur-Yon, ou à Aushopping à Noyelles-Godault, on flâne entre copines, on boit des pintes en terrasse, et le dimanche en famille on déguste un cornet « pistache-noisette topping chocolat ». Il y a là un mode de vie, aujourd'hui majoritaire, quand bien même une minorité urbaine voudrait le discréditer et raille son décor de « boîtes à chausures », ou la place qu'il accorde à la voiture.

Comme les autres, plus encore que les autres, la zone de Noyelles (cent hectares) s'étale. Bien davantage qu'elle ne se dresse en tout cas : la hauteur de ses bâtiments dépasse à peine celle d'un immeuble de trois étages. Ici comme ailleurs, l'emprise de la marchandise – et de la surconsommation – grignote les terres agricoles. Sur ce point, la critique écologique a précédé le jugement esthète. Récemment encore, des mobilisations ont tenu en échec EuropaCity, un projet de mégazone commerciale dans le Val-d'Oise. Mais le commerce accessible à vélo reste une lointaine chimère pour nombre de Français, surtout hors des métropoles(8). De même le divertissement de proximité : tiers-lieux, cantines bio, librairies de quartier. À Aushopping, autour des colosses de la consommation comme Decathlon s'alignent des dizaines d'enseignes plus petites – mais tout aussi tape-à-l'œil –, Burger King, Crêp'eat, Chez Marcel, un multiplexe, une salle de trampoline, des terrains de pétanque, un bowling.

Loisir et habitat, travail et approvisionnement : au XIX<sup>e</sup> siècle, la cité industrielle concentrait toutes ces fonctions en un même espace. La ville du XX<sup>e</sup> siècle les sépare à des distances que l'on ne peut plus parcourir à pied. La voiture individuelle fait le lien. Aux alentours d'Hénin-Beaumont, dans l'ancien bassin minier, on la prend pour faire ses courses ou un futsal entre amis, pour amener ses enfants à la danse ou

(1) Olivier Ferrand, Bruno Jeanbart et Romain Prudent, « Gauche : quelle majorité électorale pour 2012? », Terra Nova, 10 mai 2011, <https://tnova.fr>

(2) Xavier de Jarcy et Vincent Remy, « Comment la France est devenue moche », *Télérama*, Paris, 12 février 2010.

(3) Daniel Bicard, « Découvrez les 15 zones commerciales les plus attractives de France », LSA, 21 septembre 2022, [www.lsa-conso.fr](http://www.lsa-conso.fr)

(4) Lire Christian Jacquiau, « Racket dans la grande distribution "à la française" », *Le Monde diplomatique*, décembre 2002.

(5) Lire Cécile Marin et Pierre Rimbart, « L'ère des plates-formes logistiques », *Manière de voir*, n° 187, « Les campagnes », février-mars 2023.

(6) Jacqueline Perrin-Haynes, « Les hypermarchés n° 1 des ventes de produits alimentaires », *Insee Focus*, n° 187, Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), 7 avril 2020, [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

(7) Annie Ernaux, *Regarde les lumières mon amour*, Seuil, Paris, 2014.

(8) Lire Philippe Descamps, « Ravages de l'automobilisme », *Le Monde diplomatique*, juin 2021.



# la France moche

son chien en promenade au terril aménagé à cet effet. L'habitacle isole des éléments climatiques. De l'air conditionné de la voiture à celui de la galerie marchande, l'exposition à l'environnement reste fugace.

Et si les loisirs demeurent payants et formatés, au fond peu importe à nos interlocuteurs de la zone commerciale. La plupart disent leur bonheur, du désir. On repense à Annie Ernaux : « *C'est peut-être ainsi que je peux approcher le plus le plaisir des autres en ce lieu, des jeunes qui y flânent sans autre but qu'un paquet de chips, des mères venues en bus passer l'après-midi avant la sortie de l'école, de tous ceux qui y viennent – comme autrefois, en ville – faire un tour.* » À Noyelles-Godault, les extérieurs ou les parkings ne sont pas toujours bien entretenus, mais lorsqu'on entre, tout change. On aime venir au centre commer-

cial, pour accéder à la modernité scintillante et aseptisée de la galerie marchande. Une anthropisation radicale, un décor entièrement factice. Sur fond de tôle ondulée, des millions de leds resplendent.

La zone commerciale fonctionne comme un décor de cinéma : elle met en valeur ceux qui la fréquentent. S'y rendre revient à vivre une fiction, ou au moins dans la fiction devenue réalité urbaine. On festoie dans un wagon de train suspendu ou dans un dîner années 1950. On s'amuse dans un espace géant de paintball ou sur des pistes de karting couvertes éclairées dans la nuit d'Aushopping. Tout est vitesse et démesure, comme autant d'échos à l'imaginaire des blockbusters américains ou des séries. Et puis – alors qu'au centre-ville comme chacun sait, « c'est mort » – il se passe toujours quelque chose ici, sur les parkings ou dans les galeries : Halloween puis la Saint-Valentin, le carnaval, Pâques, sans oublier le Black Friday. À chaque événement ses animations.

Parents et enfants aiment cette fête. Les plus petits s'amuse entre eux. Il y a un manège. Ils courent, ils crient. C'est propre. C'est sûr, et surveillé : il y a aussi des vigiles et une vidéosurveillance. Dans un monde social si souvent perçu à travers le prisme médiatique de l'insécurité, le centre commercial figure l'espace pacifié des rapports sociaux, dans un cadre structuré par la consommation de masse et le grand récit de l'abondance.

Une incontestable réalité de vie se dégage des centres commerciaux comme celui de Noyelles-Godault. Elle s'inscrit dans un long processus : une histoire urbaine, celle de l'aménagement du territoire au milieu du xx<sup>e</sup> siècle, mêlée à l'histoire politique et économique, capitaliste. Mais pas seulement. D'un point de vue anthropologique, il est saisissant de voir combien les êtres périurbains se sont emparés de la situation pour l'habiter. L'habiter dans le sens d'une appropriation et de la réalisation de leurs propres mondes, fait de pratiques singulières, de valeurs et d'un imaginaire. Tout ce qu'ignorent la condescendance des détracteurs de la France moche, leurs règles du vivre-ensemble, leurs leçons bienveillantes.

FABRICE RAFFIN.



© COURTESY AARON JOHNSON AND ALMINE RECH, WWW.AARONJOHNSONART.COM

AARON JOHNSON. – « Guardians of the 3 Earths » (Les Gardiens des 3 Terres),

