

CENTRE DE DOCUMENTATION
DES ARCHIVES DES ALPES-MARITIMES

TRIMESTRIEL

RECHERCHES RÉGIONALES

(Côte d'Azur et Contrées Limitrophes)

ARCHIVES DÉPARTEMENTALES
5, AVENUE EDITH-CAVELL — NICE

LES RECHERCHES REGIONALES

BULLETIN TRIMESTRIEL

édité par le

CENTRE DE DOCUMENTATION DES ARCHIVES DES ALPES-MARITIMES

Directeur : **M. DALMASSO,**

Agrégé de l'Université, Institut d'Etudes Littéraires de Nice.

Secrétaire de Rédaction : **Mme DEVUN,**

Documentaliste - Archiviste des Alpes-Maritimes.

Ce bulletin, conçu dans le cadre régional, se propose de présenter les travaux (mémoires, diplômes ou thèses) rédigés pour l'obtention d'un titre universitaire.

Nous demandons aux auteurs de résumer leur étude, d'en dégager les conclusions et d'indiquer sommairement leur bibliographie. Ainsi, espérons-nous, en faisant mieux connaître des résultats qui risquent quelquefois de demeurer un peu ignorés, faciliter les recherches futures. Dans le même but nous publierons également des documents destinés à préparer le terrain pour de nouvelles études de détail et de synthèse.

En assurant la publication de ce périodique, les Archives des Alpes-Maritimes sont fidèles à leur mission qui est essentiellement de fournir aux chercheurs les instruments de documentation indispensables à la réalisation de leur œuvre.

CENTRE DE DOCUMENTATION
des
ARCHIVES DES V ALPES - MARITIMES
=====

TRIMESTRIEL

1974 - N° 1

14^e Année

• RECHERCHES REGIONALES -

Côte d'Azur et contrées limitrophes

Archives Départementales
5, ter, avenue Edith-Cavell.

NICE.

**RECHERCHES
REGIONALES**

Alpes-Maritimes

et

Contrées limitrophes

SOMMAIRE

Les forêts domaniales de Collobrières et du Dom de Bormes. Par J.P. PAULET	P 2
Nice. Les grands magasins.(Prof. J.MIEGE). Par F. ELLACOTT.	P 20
La gare de Nice Saint-Roch. (Prof. J.MIEGE) Par N. BARDECHE	P 46

14^e année

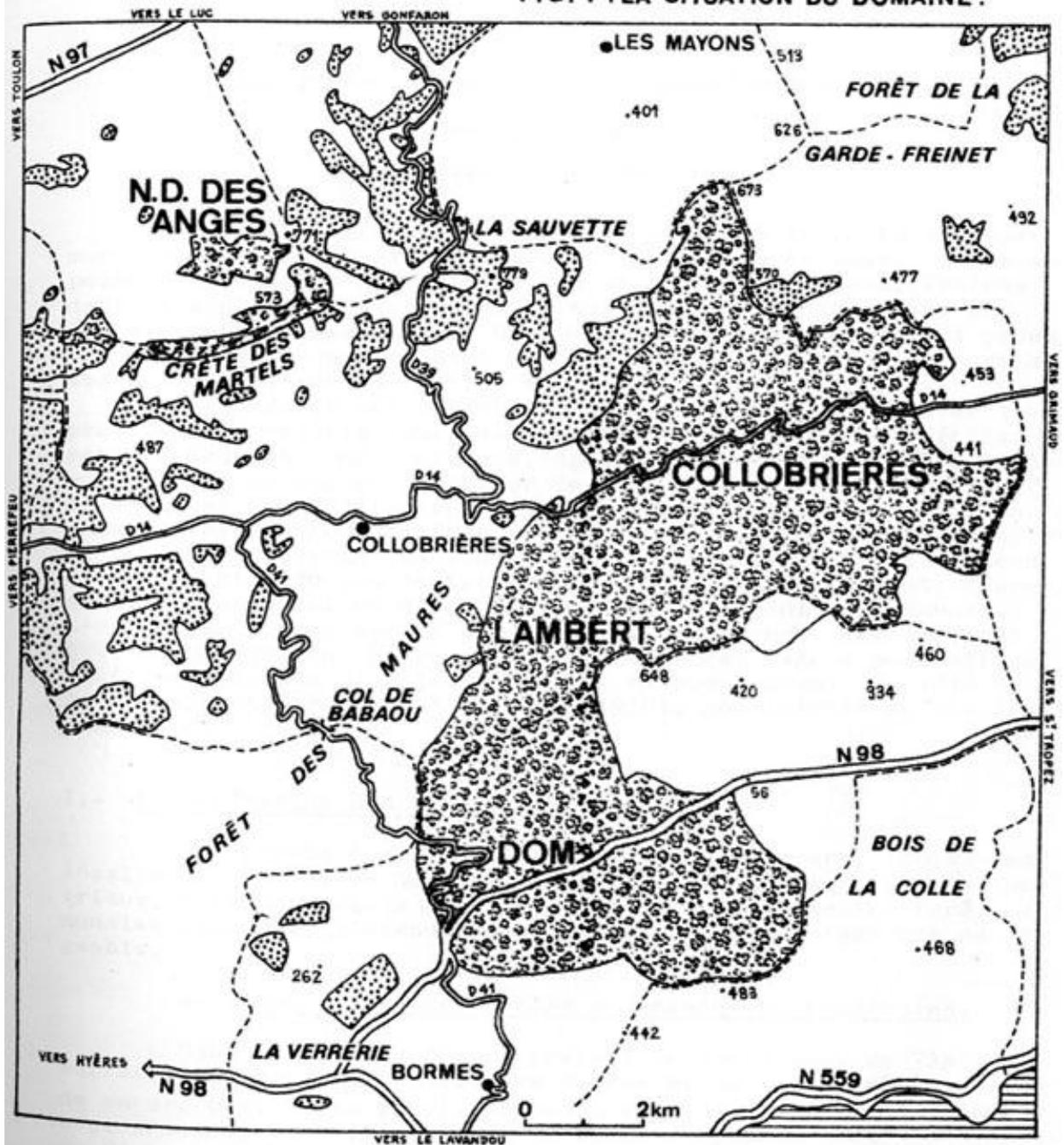
**1974 – N° 1
janvier-mars**

49

**LES FORETS
DOMANIALES DE
COLLOBRIÈRES ET DU
DOM DE BORMES**

Par J.P. PAULET

FIG. 1 : LA SITUATION DU DOMAINE.



- | | | |
|---------------------------------------|-----|---|
| NOM DES PRINCIPALES FORÊTS DOMANIALES | ——— | DOM |
| FORÊTS DOMANIALES | ——— |  |
| — II — COMMUNALES | ——— |  |
| ROUTE NATIONALE | ——— |  |
| — II — DÉPARTEMENTALE | ——— |  |
| LIMITES COMMUNALES | ——— |  |

La forêt recouvre les trois-quarts des terroirs des communes des Maures. Dans cet ensemble se détache la niasse boisée imposante du domaine de Collobrières et du Dom de Dermes. Isolées dans la zone la plus escarpée du massif, les forêts gérées par l'O.N.F. apparaissent comme des milieux à part, relativement préservés de certains dangers de l'urbanisation et des flots de touristes qui envahissent le littoral.

L'étude de cet ensemble privilégié permet d'éclairer les problèmes caractéristiques de la forêt méditerranéenne. Réalisé par des acquisitions continues, depuis la Révolution de 1739, le domaine forme un espace forestier de 6181 hectares géré par l'Office National des Forêts créé en décembre 1964 et remplaçant l'ancienne administration des Eaux et Forêts. Le domaine subit les effets de la crise générale qui touche toute la forêt provençale: incendies, maladies du pin maritime et du châtaignier, diminution progressive de la valeur marchande des essences méditerranéennes. L'O.N.F. se trouve devant la nécessité de reconstituer la forêt tout en recherchant la vocation future de cet espace post-côtier; l'office constate d'ailleurs qu'il y a "peu" d'avenir du côté de la production forestière" (E.Vigne, 1970). Son intérêt se situe ailleurs.

1.- LA DOMINATION DES PAYSAGES FORESTIERS

Les forêts domaniales constituent des foyers étroitement localisés, en arrière du littoral, depuis Mazaugues, Morières-Montrieux, Pignans jusqu'à l'Estérel. Si l'on y ajoute les forêts communales soumises, l'étendue des forêts publiques n'est pas négligeable.

A/ L'importance des forêts domaniales et communales

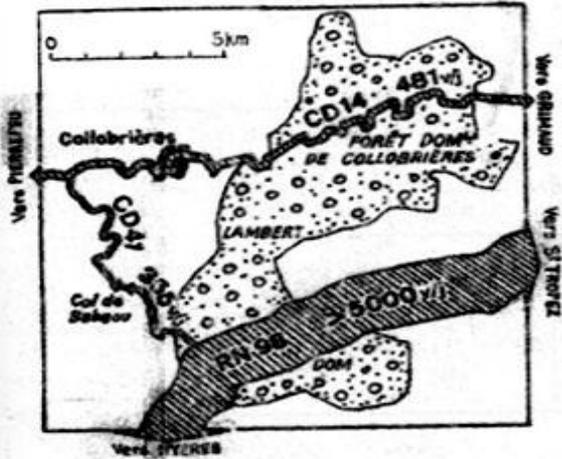
Dans le Var les forêts privées occupent plus de 75% des surfaces boisées; l'ensemble des Maures et de l'Estérel en possède encore 68%. Cette emprise diminue sensiblement. dans les Maures occidentales: de belles forêts communales apparaissent comme celles de Pierrefeu (2886 hectares), de la Garde-Freinet (1450 hectares), de la Mole (2.000 ha). Quant aux forêts domaniales elles totalisent près de 7800 hectares (sur les communes de Bormes, Collobrières, La Garde-Freinet, Pignans). Les forêts domaniales de Collobrières et du Dom de Bormes forment à elles seules un bloc d'un seul tenant dont l'intérêt réside dans leur situation au cœur même de la zone la plus sauvage des Maures occidentales (fig.1). Dans cette zone intra montagnaise les communes sont à la fois plus vastes et plus boisées; elles s'opposent aux communes marginales de la dépression périphérique des Maures plus humanisées, plus cultivées, le littoral forme un troisième domaine, de la Croix-Valmer au Lavandou, jalonné de communes exiguës, peuplées et relativement moins boisées (fig.4).

	Communes montagneuses	Dépression périphérique	Littoral
Classe modale	2751/3000 ha	251/500 ha	0-250 ha
Valeur centrale	3000	375.5	125

Si l'on examine sommairement les surfaces occupées par les forêts publiques (communales et domaniales) dans les trois zones considérées, de forts contrastes apparaissent dans la répartition de la propriété forestière:

L'espace montagneux est le "refuge" de la forêt publique; sur 31 communes des Maures et de ses marges le calcul de la classe modale permet de constater les résultats suivants: la classe

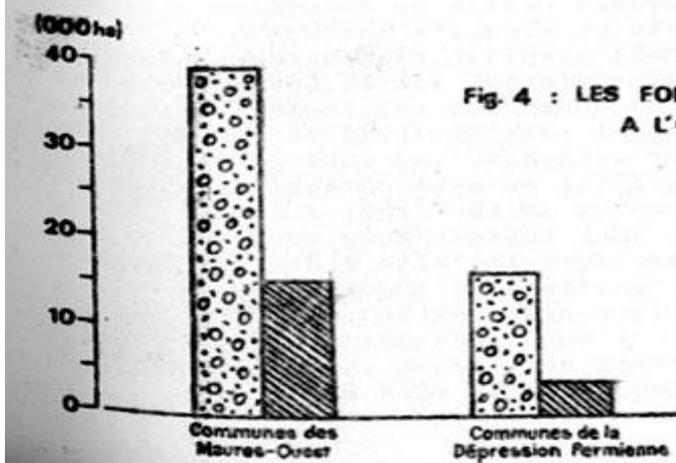
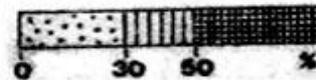
dominante est 0-250 et la valeur centrale 125. Ainsi se confirme la faible



**Fig. 2 : COMPTAGES AUTOMOBILES
DANS LA TRAVERSÉE DE LA
FORÊT DOMANIALE.
(en véhicules par jour, en Août)**



Fig. 3: LES FORÊTS PUBLIQUES



**Fig. 4 : LES FORÊTS DOMANIALES ET COMMUNALES
A L'OUEST DES MAURES.**

Surface totale des forêts --- 
Forêts publiques (d'état et comm^{ales}) 

représentation des forêts publiques; 77% des communes ont en effet moins de 750 ha de forêts domaniales et communales (fig.3).

La forêt privée affirme sa supériorité dans deux domaines: dans la dépression permienne (80% des forêts) et sur le littoral (98%) où se marque d'une manière écrasante la forêt particulière. (Croix-Valmer 99%, Rayol-Canadel 100%, Cavalaire 100%, Le Lavandou

91%). On comprend les raisons de cette domination: attraits touristiques de la côte, forte densité de population, cherté des sols et urbanisation rapide.

Il en est de même, à un moindre degré peut-être, dans la dépression permienne au nord-ouest; de Puget-ville au Muy la qualité des sols fait apparaître un paysage de vignoble. Cette voie de passage très fréquentée est composée de communes "à cheval" sur la plaine et la montagne; leurs terroirs se divisent en un "ager" et un "saltus" boisé comme à Pignans ou Puget-ville, ainsi que sur le littoral, l'appropriation privée fut plus puissante que dans la zone intra-montagneuse. (Le Cannet des Maures 96% des forêts privées, Flassans 81%, Besse 84%).

On voit que les forêts publiques sont éparpillées, dispersées au milieu des espaces dominés par la propriété privée. L'originalité de la nasse forestière du Dom de Dormes et de Collobrières se marque d'autant mieux comme le soulignent les statistiques suivantes (voir figure suiv.)

Au sein de la montagne, les forêts, domaniales et communales recouvrent plus de la moitié des terroirs communaux (sauf à Bormes), et forment une large bande boisée qui s'allonge d'ouest en est, de Pierrefeu à La Garde-Freinet. Les forêts publiques totalisent ainsi 26.682 ha uniquement pour les communes citées. Ces vastes "réserves" n'ont pu se maintenir qu'à la faveur des reliefs vigoureux restés en marge des grands courants de circulation. L'emprise des particuliers a donc toujours été moins forte: c'est ainsi qu'a pu se constituer, s'agrandir un ensemble domanial qui par sa massivité, par sa position "au cœur" de la montagne forme un milieu à part.

	Surface de la forêt (en ha)	% par rapport à la commune	forêts doman. (en ha)	% de forêts doman.	forêts commun.	% de forêts commun.
Pierrefeu	3809	66%	--	--	2886	76 %
Collobrières	9400	94	3880	41 %	1400	15
Bormes	7801	82	2270	29	200	3
Garde-Freinet	5672	78	1400	25	1450	26

Il faut pourtant distinguer nettement les forêts communales et domaniales; elles s'opposent globalement aux domaines privés mais ne peuvent pas prétendre à la même évolution. Dans ces conditions la forêt domaniale du Dom et de Collobrières se singularise à la fois par l'importance du fait forestier et par l'orientation donnée par l'office national des forêts. Face à une marqueterie de forêts privées, plus ou moins bien soignées, la forêt domaniale est un exemple d'aménagement à long terme. Elle s'appuie sur les reliefs les plus vigoureux de la partie occidentale des Maures.

B/ Une forêt méditerranéenne de basse-montagne

Le domaine se divise en trois grandes masses; pour la commune de Bormes, au sud, la forêt du Dom occupe 2294 ha à laquelle il faut ajouter la forêt de Collobrières (3146 ha) et de Lambert (741 ha) (fig.n°1). Cet espace forestier s'étend de part et d'autre de la chaîne de la Verne, avec une limite septentrionale. La Sauvette, et une limite méridionale constituée par la chaîne des Pradels. La forêt s'étage de 400 à 600 mètres et s'étire du nord au sud sur 12 km. Elle occupe 41% du terroir de Collobrières et 29% de la commune de Bormes. Le domaine à lui seul constitue 272 du total des forêts domaniales varoises. La végétation du domaine est plus dense, plus exubérante qu'ailleurs; l'observateur est frappé par la beauté des arbres, la densité du

couvert. Le relief vigoureux, de bons sols forestiers, un isolement relatif, des précipitations plus abondantes constituent un milieu favorable à l'état boisé.

Le domaine s'appuie en effet, du nord au sud, sur trois dorsales montagneuses dirigées NE-SW : la Sauvette au nord (668m), la Verne (648m) et les Pradels au sud-est (fig.5). Deux profondes entailles isolent les crêtes de la Verne: il s'agit du ruisseau du même nom qui se prolonge vers le bassin de Grimaud et le cours d'eau de la Mole au sud. Ces profondes vallées atteignent plusieurs centaines de mètres au-dessous des lignes de crêtes avec des versants abrupts de 15 à 200. Tout un réseau de fractures est-ouest guide ces vallées qui s'encaissent dans un soubassement essentiellement opposé de roches cristallophyliennes; les gneiss de l'anticlinal de normes constituent l'essentiel du matériel dans la forêt du Dom et dans toute la partie occidentale du domaine. Les micaschistes dominent dans la dépression de la Mole de part et d'autre de la 98 et vers le nord-est dans les chaînes de la Verne et Capelude.

Les sols sont donc imperméables et retiennent bien une humidité assez abondante (cette partie des Maures est entièrement comprise dans l'isohyète de plus de 1000 m). Les pluies ruissellent vers les ravins sculptés dans les micaschistes qui forment de frais vallons favorables à la chênaie d'yeuses (ruisseau de la Verne à l'est de la Chartreuse, fosse de la Mole). L'exposition, compte tenu de la raideur des pentes, joue un rôle fondamental, opposant ces dépressions humides où les futaies s'élancent plus haut, où le chêne-vert, en bouquets serrés, tapisse les premières pentes et les versants les plus secs et les plus ensoleillés où domine le chêne-liège. Une très fine sélection s'opère ainsi, séparant les châtaigniers sur les sols frais d'altitude et la chênaie d'yeuses sur les ubacs. Les forestiers, dans la reconstitution de la forêt, tentent de favoriser le chêne-liège et le chêne vert, compte tenu des facteurs écologiques (fig.5). Les sols siliceux donnent à l'ensemble une vocation forestière marquée; ils sont profonds et permettent la pénétration des racines. Le pin maritime s'y adapte bien alors, que ses racines s'accrochent mal dans les sols permieux ou le pin d'Alep est plus à l'aise. En simplifiant, on peut opposer quatre types de sols: les services de l'O.N.F. distinguent tout d'abord les sols superficiels qui dominent sur l'adret de la chaîne de la Sauvette et du Laïré, dans la partie méridionale au sud de la ferme de Lambert et dans la forêt du Dom. On distingue ensuite les sols "moyens" qui occupent la partie centrale et la dépression de la Mole et les profonds plus rares, dispersés en taches sur le domaine. Les sols "bruns méditerranéens" enfin s'étirent en une longue bande depuis la Chartreuse de la Verne au nord, Ragusse, le vallon de Prabousquet jusqu'à la forêt du Dom.

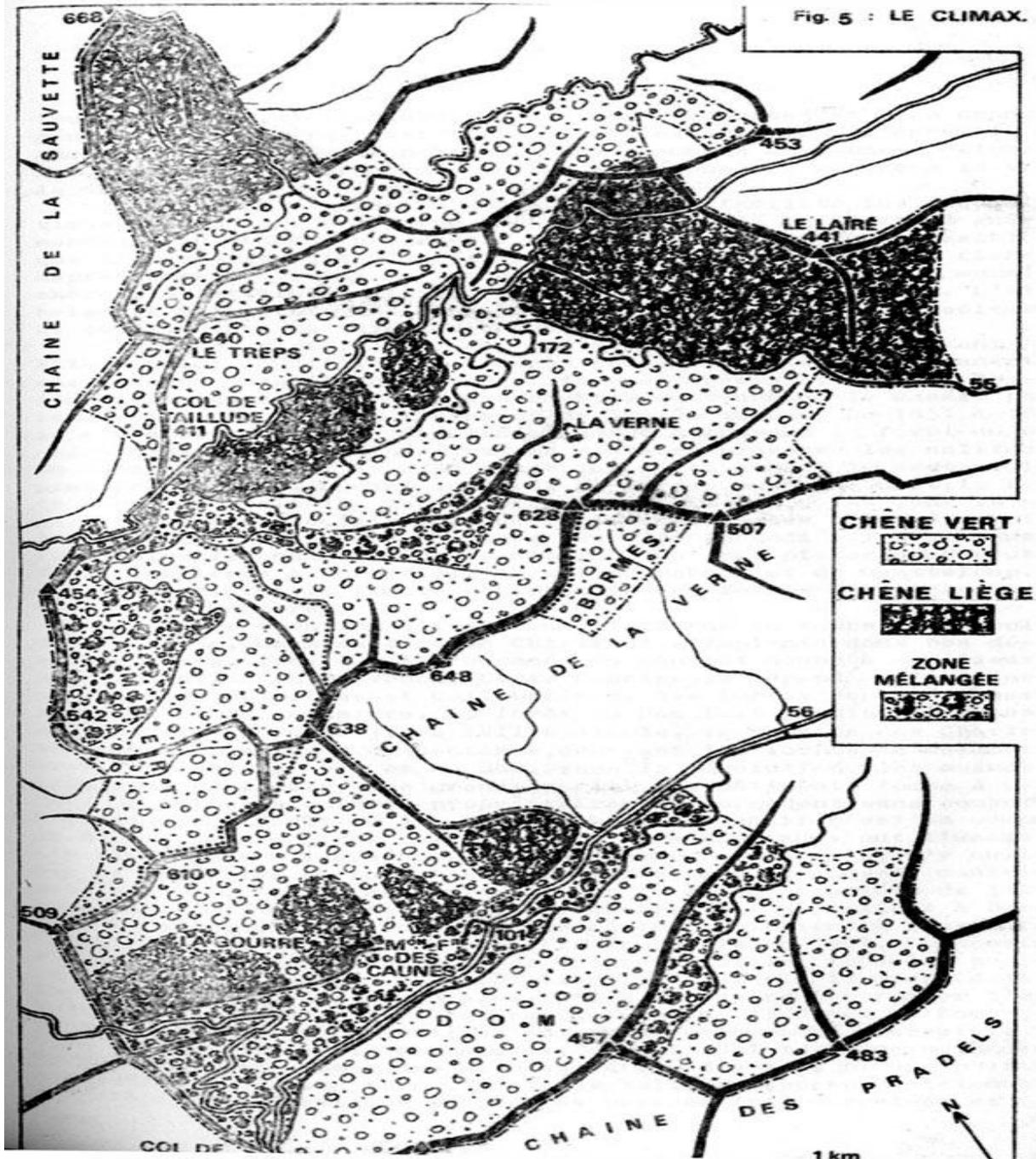
Ces impératifs physiques ne suffisent pas à rendre compte aujourd'hui des essences forestières et des paysages végétaux. Outre une certaine souplesse des arbres à s'adapter, le paysage actuel est le résultat d'une longue évolution polygénique. Il faut citer à cet égard la remarquable réflexion d' E.Bénévent opposant deux paysages en Basse-Provence: "L'un où l'homme se montre partout, l'autre où les méfaits de son action séculaire sont partout présents sans qu'il apparaisse aujourd'hui nulle part". il n'est que de citer le châtaignier qui affectionne les sols gneissiques, les micaschistes: la localisation actuelle est due dans une large mesure à l'action de l'homme. On connaît ses interventions, son mépris des arbres "inutiles"; au cours des siècles ces montagnes répulsives sont plus ou moins délaissées par les populations.

La faible densité du peuplement et la vigueur des reliefs eurent des conséquences: l'isolement relatif a favorisé la constitution du domaine.

C/ L'isolement et la formation du domaine

Les solitudes du domaine contrastent, au cours des siècles, avec les fortes accumulations humaines des plaines cultivées environnantes; Collobrières n'a encore aujourd'hui qu'une densité de 9,8 habitants au km². La population éparsée, qui n'est que de 216 personnes, a une densité de 1,8 hab./km². L'indice e/gr est de 0,22 (c'est-à-dire inférieur à

l'indice de dispersion de la campagne hyéroise en 18200. L'essentiel de la population se masse dans l'agglomération (81%) et au long de la vallée du Réal Collobrier. Le dépeuplement sévit depuis fort longtemps: la commune qui possède plus de 1500 habitants en 1936, n'en conserve plus que 100 en 1946, 1055 en 1954 et 1176 en 1968. L'accroissement est toutefois de 0,1% l'an depuis 1962. Le phénomène est bien connu et général à l'arrière-pays: vers 1910 la densité pour l'ensemble des Maures n'est que de 21 hab./km². Les communes de Bormes, Collobrières, La



Garde-Freinet et des Mayons se dépeuplent encore à la veille de la guerre de 1914.

La faible pression démographique a facilité les acquisitions du domaine. Cet exode a entraîné jusqu'à la deuxième guerre mondiale un abandon progressif des hautes terres peu accessibles que l'on s'efforçait d'utiliser au cours des siècles. Les riches dépressions couvertes de vignes, les plaines fruitières et maraîchères, le littoral, allaient attirer davantage les hommes. L'état boisé se maintient donc dans la montagne profitant de l'isolement et de l'absence de voies de communications.

Il n'existe, en effet, pas de route carrossable avant le XIXe siècle; la difficulté d'accès constitue un trait permanent de ces régions jusqu'à une date relativement récente. Sous la Restauration les seules voies convenables contournent le massif par le nord: route d'Aix à Fréjus et celle de Toulon au Luc. De 1851 à 1870 la route de La Londe à Cogolin est enfin aménagée à travers la forêt du Dom. Aujourd'hui encore la pénétration routière préserve les solitudes du domaine. Au sud, la N.98 constitue certainement le secteur le plus fréquenté; longeant la forêt de Bormes, au nord-ouest, la route départementale 14, de Collobrières à Grimaud, passe dans la partie septentrionale, laissant une vaste zone isolée (fig.2): seuls les sentiers forestiers, aménagés pour les incendies, les promenades ou l'entretien quadrillent le domaine. La très pittoresque route de Collobrières à Bormes, par le col de Babaou et de Gratteloup, constitue plutôt la limite occidentale des forêts domaniales sans vraiment y pénétrer.

Cette vocation d'isolement s'affirme au cours des siècles; dès le XIIIe, un monastère de Chartreux s'implante dans ces déserts boisés. Très tôt la renommée du couvent donne à ces lieux une réputation en Provence. Cette Chartreuse dépend à l'origine du seigneur de Bornes et Collobrières; des terres considérables environnent le monastère. La forêt du Dom fait partie des biens de l'abbaye (2000 ha.); au XVIIIe siècle, le domaine des Chartreux s'évalue à plus de 3000 hectares, couvrant les forêts de Collobrières, Bornes, la môle et du Dom. Pendant la Révolution, les moines se réfugient en Italie; une grande partie des bâtiments tombe à peu près en ruines et divers propriétaires se succèdent sans combattre l'abandon. La forêt du Dom devient bien national; c'est la commune de Bornes qui se porte acquéreur car "les habitants ont l'usage d'y faire paître leurs bestiaux, d'y couper du bois et d'y cultiver et semer les terres et essarts".(Remarque du Conseil municipal en 1791). La forêt deviendra par la suite propriété de l'Etat (fig.n°6), à l'exception d'une enclave qui appartient à Bormes. Le territoire, de La Verne par contre appartient à Plusieurs familles avant de devenir propriété domaniale en 1961. Le domaine s'agrandit surtout depuis la 2e Guerre mondiale; tous les ans ou presque, un morceau de forêt vient s'ajouter à la masse déjà imposante des forêts domaniales. L'O.N.F. espère incorporer l'espace forestier qui sépare encore la Verne de la forêt du Dom. Cette politique d'acquisitions est systématiquement poursuivie dans toutes les forêts domaniales, dans la Sainte-Baume notamment. Ce regroupement permet une mise en défens des bois et une politique cohérente à long terme. Cette évolution s'oppose globalement à l'abandon de certaines propriétés privées trop morcelées et faites bien souvent de menus bois dispersés.

Le paysage végétal actuel reflète ainsi une longue histoire faite d'une alternance d'évolution progressive ou régressive, de détérioration et de reboisement. Rien n'est plus ambigu en Provence que la notion de "forêt", et malgré la densité des boisements le recouvrement par les arbres ne dépasse guère 30%. Les déboires de la forêt ont favorisé la formation d'un maquis dense et élevé.

II.- UN MAQUIS PARSEME DE CHENES LIEGES

Une grande partie des sols "à vocation forestière" est occupée par une strate herbacée ou arbustive renfermant soit des chênes-verts soit des chênes-lièges. Le maquis forme donc le paysage dominant.

A./ Le dynamisme du maquis de chênes-lièges.

Si le chêne-liège est l'arbre caractéristique, que l'on remarque immédiatement, la dégradation a fait aboutir la chenaie à un maquis tacheté de futaies; la composition floristique comprend des genets, des bruyères, des arbousiers, des cystes, mais les chênes-lièges "autrefois présents sous les pins mais dominés retrouvent maintenant qu'ils se trouvent dégagés, de la vigueur, à la pinède succède une suveraine claire"(E.Vignes, 1970). Celle-ci constitue "l'avenir

de la nouvelle forêt". Le chêne-liège exige des précipitations relativement importantes (plus de 600 m.) des adrets lumineux, mais craint le froid et la sécheresse. Son domaine de prédilection est le versant exposé au sud jusqu'à 700 m. d'altitude environ. On le trouve aussi dans les vallons plus humides, mélangé au chêne-vert (fig.n°7).

Le maquis proprement dit est plus ou moins dégradé, depuis le maquis élevé jusqu'au maquis à Erica Scoparia, après les ravages du feu. Toutes les transitions existent. On trouve le maquis au nord du domaine dans la forêt de Collobrières (nord du vallon de Prabousquet) et à l'ouest de la Chartreuse de La Verne. Le maquis domine aussi sur les adrets du Lairé et de la Sauvette, au col de Taillude, de part et d'autre de la D.14, Vers le sud, il s'étend largement de chaque côté de la R.N.98 dans la forêt du Dom, depuis la ferme de Gratteloup jusqu'à Labade et la "femme morte", Il est frappant de voir que le maquis domine aux environs immédiats des principales voies de communications et des zones humanisées. Surplombant ces strates herbacées, les futaies de chênes-lièges s'éparpillent en taches exiguës, de quelques kilomètres de long: encor s'agit-il de boisements clairs, caractéristiques des suveraias. Celles-ci se remarquent au col de la citadelle dans le sud, sur les adrets dominant la RN. 98 en longues échines, de la ferme de Gratteloup à l'auberge du Dom. Au centre du domaine, une diagonale de chênes-lièges prend en écharpe les crêtes du vallon de Prabousquet jusqu'à la Verne, formant un ensemble plus massif. Vers le nord enfin, la futaie n'est plus représentée que par des taches isolées à Porsangla, Capelude et sur les adrets ceinturant le cours d'eau de la Verne.

Dans l'état actuel, l'exploitation du liège n'existe que dans la forêt du Dom (sur environ 2184 ha). et la production moyenne se situe autour de 1 quintal par hectare et par an (à 20 francs le quintal). Une extension prévue de la suveraias augmenterait la rentabilité de l'exploitation.

Très différent est le chêne-vert dont le rôle économique actuel est inexistant. Il n'en reste pas moins que la yeuseraias et son maquis occupent également une place non négligeable.

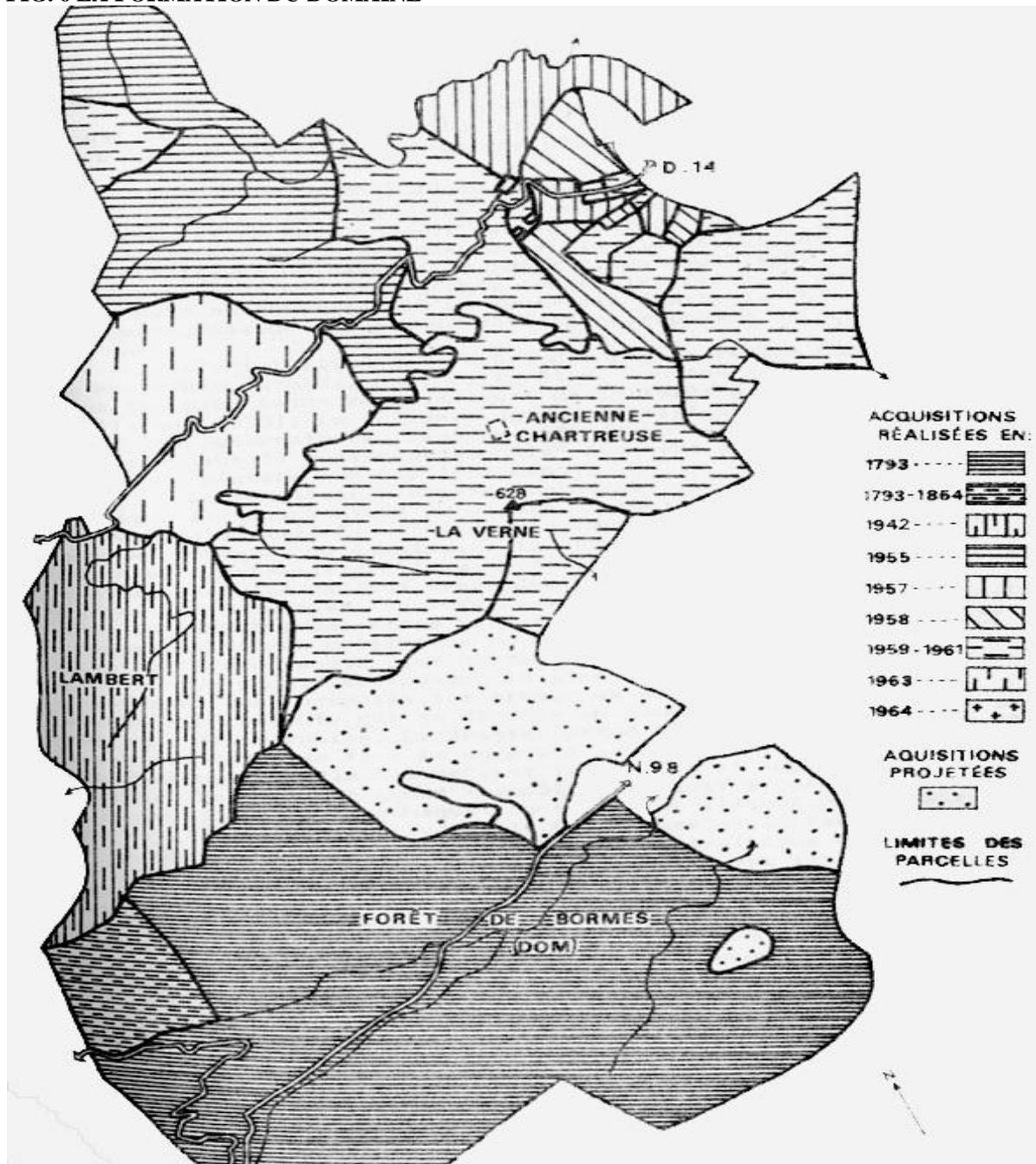
B/ L'importance de la yeuseraias.

Cette place du chêne-vert ne se mesure pas uniquement à son étendue; sa valeur n'est pas économique mais se situe dans un autre domaine. Les idées, désormais classiques, faisant de la yeuseraias "l'élément de base de la forêt climatique", sont bien connues. L'arbre possède une très grande longévité, forme un couvert très dense mais ne favorise pas les sous-bois épais; le chêne-vert croît lentement, possède une grande résistance, repousse de souche jusqu'à 150 ans.

L'originalité des forêts domaniales réside dans la beauté de certaines futaies. Dans la forêt de Lambert, du Don, se "trouvent les plus beaux représentants de la forêt de chênes-verts" (R.R. Molinier, 1970). La présence de ces futaies frappe depuis longtemps les observateurs. Déjà en 1956 les participants au "voyage d'études dans la région provençale" évoquent ces "bois sacrés où le feu ne pénètre que difficilement".

La yeuseraias n'existe, cependant, que par taches cédant la place le plus souvent au maquis. Parfois les chênes-verts ne forment qu'un liséré en bordure du chemin. Les futaies se maintiennent au nord-est du domaine, à la ferme de Pertuade, au nord de Ragusse, c'est-à-dire à l'ouest de la Verne; vers le sud, la yeuseraias tapisse les vallons descendant de la forêt de Lambert, sur les pentes de l'amandier, du révérencier notamment. Dans le Dom, la futaie se réduit à des îlots vers Barraï et le cal du Landon. Elle occupe les étages collinéens en minces franges masquant la végétation souffreteuse des plus hautes pentes.

FIG. 6 LA FORMATION DU DOMAINE



Un maquis accompagne le plus souvent ces futaies de chênes-verts. Les incendies, les troupeaux ont fait disparaître la strate arborescente qui se dégrade en landes à cistes dans les cas les plus défavorables. Le premier grand ensemble de maquis de chênes-verts se situe vers le nord, sur le plateau du Treps, au nord de Porsangla, à "la Cabane", sur les adrets et dans les petits vallons. Le deuxième grand ensemble de maquis se développe plus au sud, du vallon de Prabousquet au vallon de l'étang, de la Sivadière, de l'ermitage (au sud de la Chartreuse de la Verne) jusqu'à la ferme de Pertuade sur près de 4 km. Un troisième domaine se remarque plus au sud dans la forêt de Lambert, sur les rebords des plateaux et sur les adrets, au nord-ouest du plateau de Boudoumas, sur les versants du vallon de l'amandier. Il s'agit de "taches" de Maquis car à cet endroit la futaie est mieux représentée. Le maquis reprend une plus large part vers le

sud-est du vallon de "la Femme morte" au col du Landon et Barral puisque cette végétation s'étend sur plus de 3 km en un seul tenant.

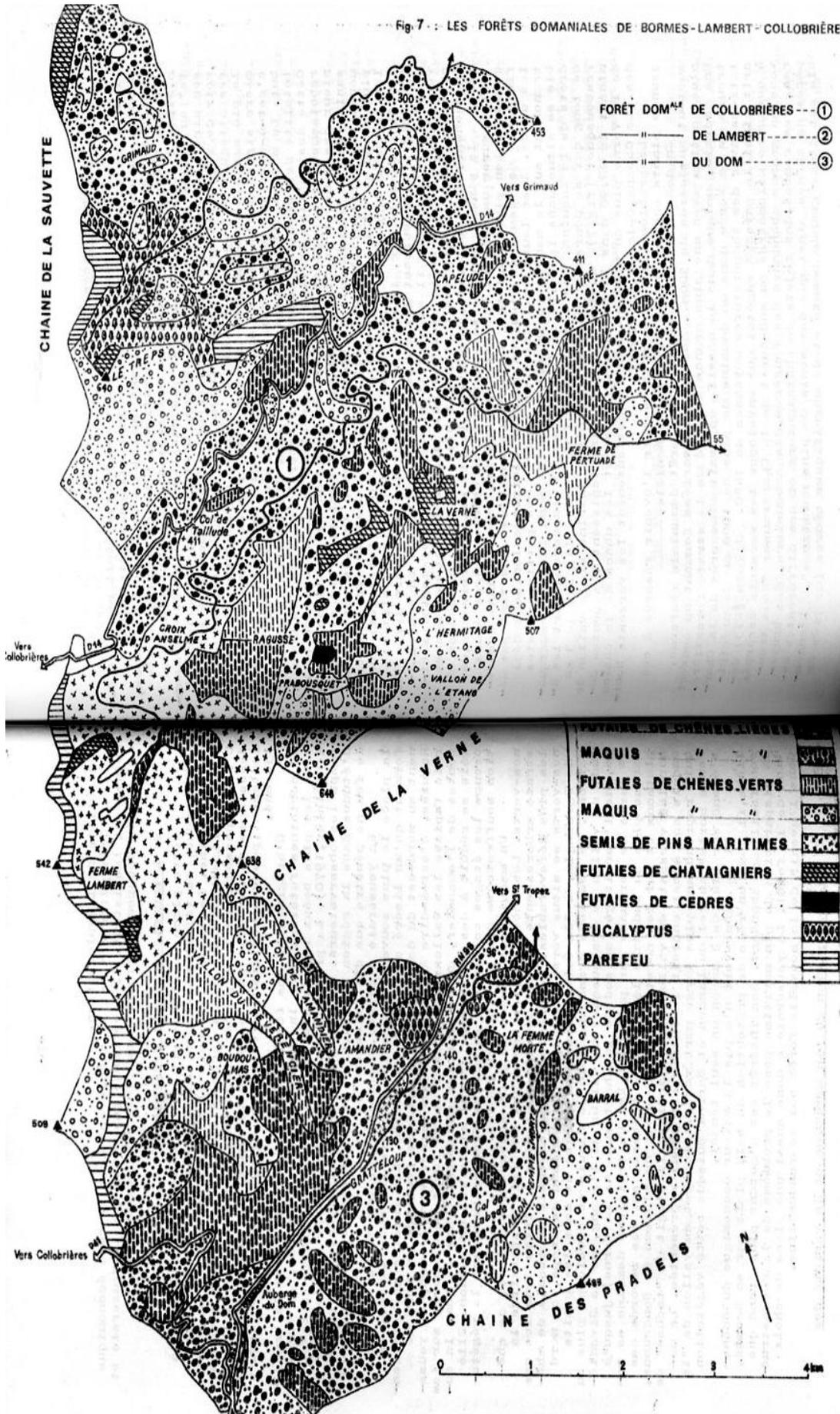
Si le chêne-vert n'a pas la valeur économique du chêne-liège, il joue un rôle de protection du sol, plaît par sa beauté, son feuillage abondant. Son intérêt est d'autant plus grand que la disparition du pin maritime pose le problème de la reconstruction de la forêt. La yeuseraie a donc aussi une place de choix dans l'avenir de la nouvelle forêt qui se reconstitue.

C/ La disparition du pin maritime et la variété des autres essences.

En 1956 le paysage forestier des Maures était bien différent de celui d'aujourd'hui. Toute la partie septentrionale du domaine, au nord d'une ligne allant du col de Taillude à Capelude était recouverte par les pins maritimes. Ceux-ci peuvent se mêler aux chênes-lièges, s'adapter aux sols siliceux jusqu'à 800m.

M. Nicod (1952) remarque que "le pin maritime est l'espèce dominante" au XVIII^e siècle dans les Maures. Arbre utile, très apprécié son aire s'est étendue grâce aux efforts des hommes et à son pouvoir de régénération après les incendies. En 1958, lors des premières attaques par la cochenille (le célèbre *Matsucoccus Feytaudi*) le pin maritime occupe donc une place de premier plan. Les premiers signes de la maladie apparaissent vers Bormes et Ramatuelle, c'est-à-dire aux portes des forêts domaniales frappées dès le début. Le mal se diffuse rapidement et fait disparaître la quasi totalité des pins des Maures et de l'Estérel (près de 120.000ha). Cette destruction brutale pose le problème de la rénovation et du reboisement des espaces détruits. En 1956 encore, M. Etienne, ingénieur des Eaux et Forêts à Fréjus, pouvait déclarer: "La situation sanitaire des peuplements de pins maritimes n'appelle pas de commentaires particuliers, elle est bonne". Le désastre fut d'autant plus grand qu'il fallait reconstituer un couvert forestier: quelles essences choisir? Le pin avait d'incontestables qualités: spontané dans le Var, il reprenait bien vite du terrain après les incendies, recolonisant les zones brûlées. Exigeant en eau, craignant la sécheresse, il supportait bien le froid de certains hivers rudes (1956). Enfin, sur les sols des gneiss et des micaschistes le pin maritime s'implantait bien: en bref, au moment où la cochenille s'abat sur les Maures, le pin est un arbre conquérant. A la pinède succède le maquis et les chênes-lièges épars vont assurer un couvert forestier provisoire en attendant une reconstitution plus complète. La disparition n'est pourtant pas définitive: des semis de pins, aux teintes claires colonisent déjà les ubacs. avec leurs couleurs vert tendre ces petits arbustes tranchent sur le maquis et la suveraine. La zone la plus remarquable se situe dans la forêt de Lambert et le pin reconquiert les Adrets de la Laquina. Les semis forment une masse de plus de 3 km de long qui se poursuit jusqu'à la Croix d'Anselme et le vallon de Prabousquet (fig.7). Quelques jeunes pins tapissent les pentes dominant la R.N.98 dans la traversée du Dom et les ubacs de la chaîne de la Verne plus au nord, épousant minutieusement les versants humides (La Cabane, Grimaud, Capelude).

Fig. 7 : LES FORÊTS DOMANIALES DE BORMES-LAMBERT-COLLOBRIÈRES



- FORÊT DOM^{AL} DE COLLOBRIÈRES --- ①
- " --- DE LAMBERT --- ②
- " --- DU DOM --- ③

MAQUIS	" "	
FUTAIES DE CHÊNES VERTS	" "	
MAQUIS	" "	
SEMIS DE PINS MARITIMES	" "	
FUTAIES DE CHATAIGNIERS	" "	
FUTAIES DE CÈDRES	" "	
EUCALYPTUS	" "	
PAREFEU	" "	

Le problème est surtout de savoir l'avenir réservé à ces jeunes plants encore guettés par la cochenille.

En dehors du pin maritime, la forêt domaniale renferme, surtout au-dessus de 500 m. , des espèces variées formant un couvert plus continu avec une plus grande densité de la strate forestière. Une cédraie, unique dans le massif, apparaît même près de la Chartreuse de La Verne dans un domaine de plus de 1000 mm de précipitations avec des températures moyennes de 14°C. J.Toth (1973) décrit ainsi le paysage végétal qui enveloppe les versants escarpés à quelques kilomètres au sud-ouest de la Chartreuse: ". Nous trouvons en grande abondance des fougères, des arbusiers, des bruyères, des ronces, des rejets de châtaigniers et des différentes espèces de chênes ainsi que des semis de pins maritimes". L'ensemble est d'une grande beauté et de magnifiques cèdres (de près de 30m), de la première génération, se détachent dans une végétation ligneuse où se mêlent chênes-verts, chênes-lièges et châtaigniers. Ces derniers jouent également un rôle essentiel. Les arbres sont majestueux malgré l'étroitesse des surfaces occupées. A l'ouest de l'Abbaye, les troncs ont parfois plus de 3 mètres de circonférence. D'autres châtaigneraies s'étendent au nord-est de la Bastide de Valoscure, protégeant du feu les semis de pins maritimes, et sur le plateau du Treps. C'est donc en altitude que le châtaignier se développe le mieux, surtout vers N.D. des Anges ou la Sauvette. Implanté depuis très longtemps dans les Maures (peut-être est-il même spontané) il fut encouragé par les Sarrasins et les Chartreux de la Verne dès le Moyen-Age. Quoiqu'il en soit, l'arbre prospère au cours des siècles et DARLUC peut constater au XVIIIe siècle que "les châtaigniers y viennent à merveille". Depuis lors, son rôle s'est amoindri non seulement parce que les fruits se vendent mal mais surtout sous l'effet d'une attaque par un champignon. On l'utilise dans les forêts domaniales comme pare-feu car il permet le ralentissement des incendies.

En dehors de ces arbres caractéristiques, les services forestiers tentent diverses plantations: outre les cèdres de l'atlas qui occupent 2 hectares à La Verne et qui pourraient combler éventuellement les vides créés par le feu (cf. J.Toth), il faut signaler les eucalyptus qui ont l'avantage de faire disparaître le sous-bois.

On voit que l'actuelle répartition de la végétation résulte d'une histoire longue et complexe et reflète des siècles de destructions ou d'abandon. D'un faible rapport économique, d'une pauvreté relative en essences "rentables" la forêt des Maures est dans "une phase d'attente"; la difficulté d'une reconstruction provient surtout du feu qui est depuis longtemps le seul "organisateur de la forêt". Les services forestiers tentent donc un véritable aménagement mais cette recherche est difficile car "les équilibres sont toujours fragiles". (P.George, 1973). Ebranlée par une série de crises, la forêt actuelle cherche sa voie.

III.- A LA RECHERCHE D'UN NOUVEL EQUILIBRE

La forêt domaniale de bormes et de Collobrières est désormais protégée, soignée et mieux entretenue que les forêts privées. Mais la tâche qui attend l'O.N.F. est considérable après les divers fléaux qui ont menacé la forêt depuis la disparition du pin jusqu'à la maladie des châtaigniers s'ajoutant à des déprédations plus anciennes encore.

A/ Une succession de crises.

La densité du couvert végétal donne l'impression d'un milieu "naturel"; le touriste qui s'aventure l'été dans ces "solitudes" est persuadé qu'il retrouve la beauté des forêts primitives! En fait, "l'homme ne rencontre plus que lui-même" (Werner Heisenbegr, 1965) car le paysage actuel est le reflet de séculaires transformations.

L'ancienneté des dégradations témoigne de cette lente culture d'équilibre. La partie occidentale des Maures constitue au des siècles une réserve, plus ou moins marginale dans

laquelle les habitants des vallées et des plaines puisent le bois chauffage, les "fascines" pour les boulangeries; ils envoient leurs troupeaux à la recherche de nourriture et trouvent dans ces forêts un complément intégré au système de culture. Cette coexistence avec la forêt constitue "un élément essentiel de la vie rurale" d'autrefois (G.Roupnel). Dès le Moyen-Age, par exemple, les Chartreux de la Verne possèdent un cheptel important; au XIV^e siècle ils envoient paître 20 trenteniers de chèvres, autant de brebis, 200 pourceaux, 40 juments et 50 vaches dans les pâtures du Conté. Les animaux saccagent les espaces boisés et les moines se heurtent aux habitants de Bormes et de Collobrières. En 1765, des procès ont encore lieu, opposant les Chartreux et les propriétaires voisins. Les autres exploitants trouvent eux-mêmes dans les bois des ressources indispensables: dès le XIII^e siècle la coutume veut que les habitants de Bormes puissent faire paître, "cultiver, labourer, couper de bois, chasser, se servir et jouir et avoir usage, tant pour eux que pour les leurs dans toute l'étendue du Dom"(1225). Les Chartreux de la Verne possèdent un vaste domaine de plus de 3000 ha sur lequel ils récoltent les fruits, les châtaignes, accumulent les réserves dans leurs granges, défrichent déjà les versants. Des renseignements sont fournis par le biais d'une catastrophe qui s'abat sur le monastère en 1271: le feu se déclare dans les bâtiments (allumé par imprudence), et détruit les greniers, les cellules et les entrepôts.

Un deuxième facteur s'ajoute à la dégradation causée par une exploitation de la forêt: il s'agit du feu qui semble ravager depuis très longtemps les collines d'altitude des Maures. La liste des incendies dans cet espace est fort longue et dépasse largement le cadre du sujet évoqué: citons par exemple 1845, 1864, 1919, etc. En somme: l'ensemble du domaine a été parcouru plusieurs fois par les flammes depuis le siècle dernier. En juillet 1934 notamment, un violent incendie ravage l'ensemble de la forêt du Dom en vingt heures. En 1950, un feu très violent parcourt la forêt de Collobrières à Cogolin, par la Croix Anselme. On observe une relative immunité de certaines essences; comme R. et R. Molinier l'ont souligné les châtaigneraies étaient toujours épargnées, "toujours vertes", contrastant avec la "grisaille généralisée". Le feu constitue donc le principal élément de rupture: toute politique d'aménagement passe obligatoirement par une lutte préventive contre les incendies.

On peut lier le problème des incendies à la catastrophe du pin maritime. Celui-ci a été largement favorisé par les hommes et son caractère conquérant est bien connu. Sa disparition a laissé un grand vide dans lequel un maquis haut s'est très vite développé. Celui-ci est très vulnérable, propage très vite le feu qui appauvrit encore le tapis végétal. Dans l'ancien équilibre, des futaies très denses de pins formaient un couvert continu, éliminant ce sous-bois dangereux. Paradoxalement la forêt de pins était Moins menacée par le feu qui ne s'attaquait guère aux étages élevés. La disparition du pin constitue une étape capitale dans la destruction du paysage. Ainsi depuis le XIX^e siècle l'équilibre très relatif de la forêt a été remis en cause; la qualité des bois eux-mêmes ne rencontre plus le même attrait. Le chêne-vert, très prisé autrefois (tannant, charbon de bois, etc.) n'est guère rentable aujourd'hui; le liège, on le sait, se vend plus ou moins bien et la forêt est d'un "revenu très faible" (E.Vignes).

Dans ce contexte très général s'oppose la nécessité de créer "une véritable forêt à la fois pour protéger le sol, compléter la vocation touristique du littoral et éventuellement Produire du bois.

Fig. 8 - LES CONCESSIONS ACCORDEES PAR LE DOMAINE.

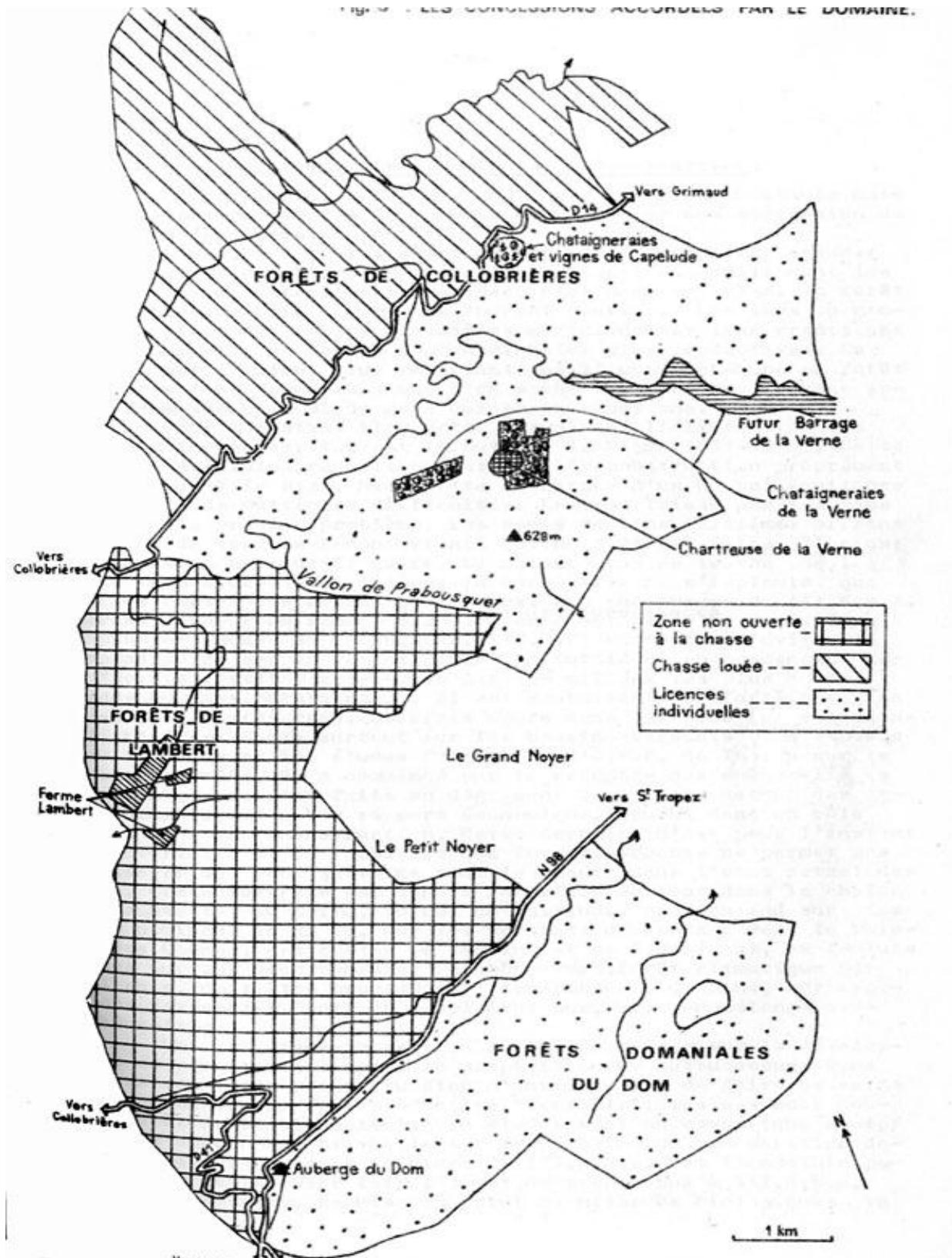


fig. 8 LES CONCESSIONS ACCORDEES PAR LE DOMAINE

B/ Le difficile problème de la reconstruction.

L'O.N.F. doit à la fois améliorer la forêt existante mais aussi "reconstruire" des boisements dégradés par une succession de ruptures d'équilibre.

L'O.N.F. a tout d'abord un impératif financier: assurer la rentabilité des forêts à l'échelon national en équilibrant les dépenses, les recettes, les investissements; dans ce bilan, la forêt méditerranéenne fait figure de "parent pauvre". Dès lors On comprend la place des forêts domaniales méridionales: leur crédit est limité au profit de forêts septentrionales plus productives. Ce Problème est d'autant plus important que l'investissement en forêt est à très long terme sans que l'on sache toujours bien ce que sera le contexte économique dans quinze ou vingt ans.

Pour l'instant l'objectif actuel est l'élimination des risques d'incendies: tel est le but du VIe Plan (1971-1975). Cette nécessité préliminaire doit permettre la reconstruction proprement dite lors du VIIe plan. Mais cette recherche d'un nouvel équilibre se heurte à de multiples difficultés. Le vide laissé par les pins constitue le premier problème. Les semis de pins maritimes offrent une image de verdure réconfortante qui ne doit pas faire illusion: la plantation ne réussit guère. Le matsucoccus ne touche pas les jeunes troncs droits et lisses; la cochenille ne s'implante que dans les fentes des arbres plus vieux. Les chercheurs de l'E.N.R.A. espèrent trouver un remède mais le terme de leurs études est éloigné. Dans une première phase de reconquête, l'O.N.F. va tenter d'éviter la dégradation du sol en reconstituant la futaie et en commençant par des "joints forts" c'est-à-dire pour les milieux les plus doués: vallons humides, adrets, etc. Il est souhaitable de fortifier les chênes-lièges dispersés, autrefois épars dans les pins (et subordonnés). L'effort porte surtout sur les bassins-versants bien exposés comme le prouvent les études faites par l'O.N.F. de Toulon sur le climat (fig. n°5). On a commencé par le recépage des chênes-lièges et divers essais sont faits en dégaugeant le taillis autour des arbres. Ceux-ci, d'un bon rapport économique, jouent donc un rôle capital dans la reconstruction. Cette dernière n'est pour l'instant que sectorielle et la faiblesse des investissements ne permet pas d'envisager une reconquête de tout le maquis dans l'état actuel des choses. Cette sauverie est donc à fortifier surtout dans la chaîne de la Sauvette, au Lairé, au col de Taillude, plus au sud sur les Adrets dominant la RN 98, sur les versants descendant vers le ruisseau des Caunes, des crêtes de Laquina et de Boussicaut, en longues collines sur les escarpements. Le chêne-vert, forêt climatique par excellence, doit être propagé sur l'ensemble du domaine, aux expositions favorables, soit en peuplement pur, soit en mélange avec le chêne-liège,

Une troisième phase plus lointaine repose sur le développement au pin maritime après la disparition du matsucoccus. Dans tous les cas cette reconstruction n'envisage pas de faire de cette masse domaniale une zone productive "rentable"; les essences énumérées sont de faibles valeurs. Des études sont en cours (une équipe de chercheurs travaille sur le problème du pin maritime de depuis 1964 à Avignon dans le cadre de l'I.N.R.A.) et l'endothia parasitica. Le châtaignier fait l'objet de recherches à l'I.N.R.A. de Clermont Ferrand. La mise au point de méthodes Biologiques va permettre de sauver les pinèdes et les châtaigneraies des Maures.

L'O.N.F. adopte donc une politique d'attente, la forêt constituant un embellissement de l'environnement humain: c'est dans ce cadre que s'insère la politique d'achats de terres (sur 1 base de 3500 fr./ha) afin de constituer des réserves foncières. Ces espaces épargnés se superposent et coexistent avec les franges urbanisées du littoral. Les forêts domaniales apparaissent comme des "surface zéro" c'est-à-dire un milieu où la rentabilité est nulle. L'intérêt du sauvetage de la forêt se situe sur un autre plan, à l'abri des tensions qui menacent les forêts privées. C'est par rapport aux espaces côtiers saturés que se place l'avenir d'un ensemble de plusieurs milliers d'hectares.

C/ Une réserve foncière

Les incertitudes de l'avenir ne doivent pas masquer quelques orientations indiscutables. Il est certain en effet, qu'une, masse forestière si bien placée constitue ce que les services de l'équipement appellent une "réserve foncière". Ce sont ces massifs "restés à l'état de nature qui seront demain le vrai support touristique de la frange forestière, sans même parler de leur rôle de réserve pour l'avenir" (ministère de l'Équipement, 1970). La soif de terre qui se fait sentir sur le littoral nécessite une politique d'utilisation des sols; si la construction utilisait uniquement les zones agricoles, celles-ci disparaîtraient d'ici à 1985. Les services de l'équipement pensent que "l'expansion touristique vers les forêts serait donc un moindre mal, à condition que cette, expansion touristique soit limitée quantitativement". On estime cette limite à 5% de la forêt privée côtière et post-côtière. Les forêts domaniales sont des "noyaux durs" face à l'urbanisation abrités des dangers qui menacent le littoral: il n'est pas question de puiser dans ces réserves pour trouver du terrain à bâtir. Dans ces conditions, les forêts domaniales se présentent comme une réserve récréative, une zone de chasse, un lieu de promenade et d'excursions, en attendant que les futaies soient revivifiées.

La fonction cynégétique n'est pas négligeable; elle est une source de profits relativement importants (fig.8) (environ 4 francs par hectare et par an). Tout le domaine n'est pas ouvert à la chasse, en particulier la partie centrale de la ferme de Lambert. Un lot est loué à une société de chasse sur 1146 ha (nombre des chasseurs inconnu) et le reste du domaine compte environ 350 licences individuelles.

Mais c'est surtout le tourisme qui valorise cet ensemble forestier. Le littoral surchargé durant l'été envoie un certain nombre de visiteurs vers ces solitudes relatives. La pénétration à pied est autorisée sur les chemins et pistes en respectant les règles générales contre le feu et les déprédations. Toute une infrastructure de loisirs existe sur la RN.98 au long de la route; en fait, les promeneurs s'éloignent peu des restaurants et des "guinguettes" qui s'égrènent près de la voie routière. Par les difficultés d'accès concentrent les visiteurs près de la D.14 ou de la D.41: le nombre des promeneurs qui pénètre à pied dans le domaine est restreint. Cette mise à la disposition de la forêt pose des problèmes: "ouvre-t-on totalement la forêt? Son entretien devient coûteux: signalisation, parkings de voitures construction de pistes, de sentiers, aires de pique-niques, nettoyages périodique

R. Viney, 1972). Un courant se dessine avec la montée des promenades à la Chartreuse de la Verne qui reçoit déjà 20.000 visiteurs par an (particulièrement en saison); le chemin est pourtant mal commode et il faut des heures à pied pour y accéder. Depuis 1968 des particuliers tentent de restaurer les ruines; les moines voisins de Montrieux donnent des conseils pour la reconstitution des cellules. Une. visite à la Chartreuse est une excellente occasion de se promener en forêt en traversant les futaies de châtaigniers, de chênes-verts et de cèdres.

Il n'en reste pas moins que les touristes restent massés sur le littoral et ne s'écartent guère de leurs voitures. Les comptages automobiles au mois d'août font apparaître une moyenne journalière de 5365 véhicules dans la traversée de la forêt domaniale du Dom (fig.n°2). Par contre, les deux autres routes desservant le domaine sont délaissées: sur le CD 14, entre Collobrières et Grimaud, on dénombre 481 véhicules par jour en août 1973; pour le CD 41 entre Collobrières et le col du Babaou la moyenne journalière mensuelle n'est plus que de 365 véhicules. Ainsi la forêt du Dom traversée par la route qui se poursuit vers St-Tropez n'est qu'une voie de passage rapide, bien peu d'automobilistes s'arrêtent. Cette intense circulation estivale explique peut-être les dangers d'incendies, jets de cigarettes, négligences, etc. Six employés à plein temps seulement (deux chefs de district et quatre agents techniques) s'occupent de ce vaste territoire. L'ouverture de la forêt d'une manière plus large, par la construction de routes, poserait le problème de la préservation du milieu; l'inconscience des touristes, des habitants du pays aussi, risque de rompre le fragile équilibre que tentent de

rétablir les forestiers. On peut citer à cet égard deux exemples précis provenant de la presse régionale: durant l'été 1973 tout d'abord: "un incendie s'est déclaré peu après 21 heures sur le territoire de la commune de Bormes... dans la forêt du Dom, sur le bord de la RN. 98; c'est sans doute un mégot ou une allumette qui a été à la base de ce foyer". Par ailleurs, dans, la nuit du 14 décembre par un fort mistral, deux incendies se propagent aux "Tables" et au "pare-feu" à proximité de la R.N. 98 et de la CD. 41, détruisant plusieurs hectares. La presse parle de "main malveillante". Dans ce cas le touriste n'est pas en cause: l'insouciance est générale. Ainsi l'étude des forêts du domaine conduit à un certain nombre de réflexions qui dépassent le cadre étroit d'une enquête succincte. Tout d'abord l'unité récente de cet ensemble forestier doit permettre d'envisager une recherche cohérente et une politique globale de reconstruction. Ne se différenciant en rien du reste des Maures au cours des siècles, le statut domanial actuel lui confère un rôle pilote. A l'époque du "tourisme de masse", "consommateur d'espace", la forêt préservée devient une sorte de régulateur face au littoral livré à l'économie des loisirs. Mais on ne peut pourtant pas fermer la forêt devant la pression démographique; il est peu raisonnable d'isoler un domaine qui doit justement constituer une réserve de nature pour les citoyens. Bien des incertitudes subsistent cependant: la forêt n'a plus guère de rôle économique à jouer, ce qui rend difficile la tâche de l'O.N.F. qui est un organisme à caractère industriel et commercial. Les investissements à long terme sont pourtant indispensables pour préserver l'avenir. Des études nombreuses sont encore à faire pour redonner à la végétation son état boisé et concilier des impératifs écologiques, économiques, et les besoins de la récréation des citoyens. Les forêts du domaine s'intègrent à cet égard dans le contexte plus général d'un affrontement entre l'arrière-pays et le milieu côtier saturé et façonné par l'urbanisation. Dans cet antagonisme, la forêt cherche encore sa place.

Jean. B. PAULET
Laboratoire de Géographie R. Blanchard. Nice

NICE
LES GRANDS MAGASINS
(Prof. J. MIEGE)

Par F. ELLACOTT



Fig.1.- Les grands magasins dans la Ville de Nice.

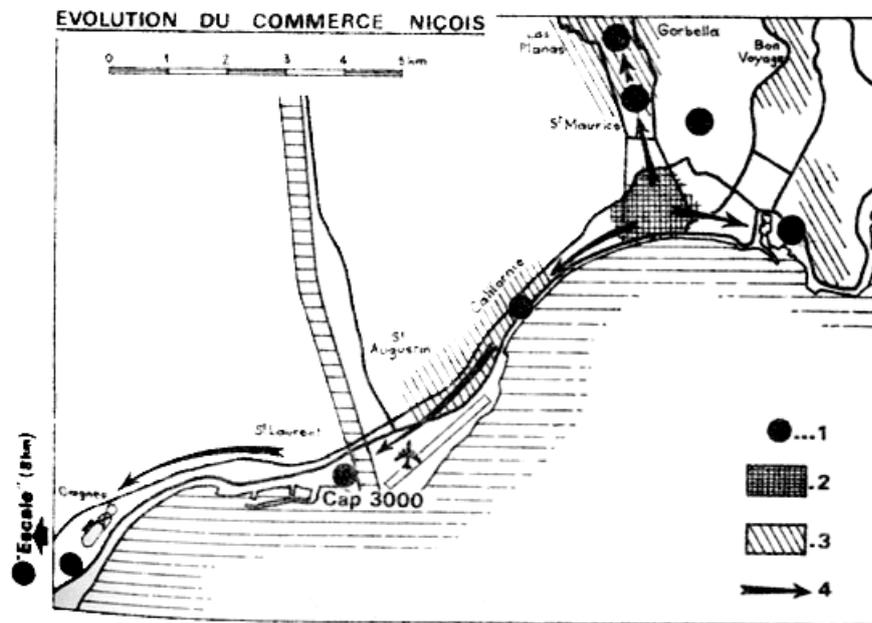


Fig.2.- Evolution du commerce niçois. L'exurbanisation des grandes surfaces.

L'origine des grands magasins et supermarchés de la ville de Nice doit être rappelée: ce sont des créations du commerce parisien dans une ville fréquentée par une clientèle, riche autrefois, aisée aujourd'hui, en tout, cas largement renouvelée au rythme des saisons ou des

années. La capitale affirme ainsi son rôle directeur. En 1852, Aristide Boucicaut ouvre à Paris une boutique "Le Bon Marché" gérée suivant des principes commerciaux révolutionnaires: prix fixe indiqué par des étiquettes, entrée libre et multiplication des rayons spécialisés comme autant de boutiques, pratique du "rendu" et marge ramenée à 20%. Le succès de la formule suscite de nouvelles initiatives, Le Louvre en 185, La Samaritaine en 1870 et les Galeries Lafayette en 1895. Au début du XIXe siècle, ce système commercial est complété par l'ouverture de succursales en province. Ainsi apparaissent à Nice les Galeries Lafayette en 1902, La Riviera en 1913; En 1933, les Uniprix et Prisunic sont des magasins populaires qui posent en termes nouveaux le problème de la distribution; les Casino voient le jour à Nice en 1961, 1963, 1968, et proposent eux aussi des formules de vente différentes de celles des "Grands magasins": ils commercialisent surtout des denrées alimentaires et, comme les supermarchés et grandes surfaces sont, à l'imitation des implantés à proximité des quartiers populaires ou encore à la périphérie de la ville (voir fig. 1 et 2). Notre étude analyse les buts, la politique commerciale, la vie et la place de ces organismes commerciaux dans la vie de Nice.

LE RAVITAILLEMENT

Les origines.- Les Origines des magasins à succursales sont variées; elles doivent leur naissance tantôt aux circonstances, tantôt à l'initiative d'un homme ou de plusieurs associés; parfois un noyau commercial prépare la création, mais il y a surtout des implantations surgies du néant. Ces formules rendent compte des créations niçoises.

Un petit commerce, transformé par une initiative privée, telle est l'origine des Galeries Lafayette. En 1902, c'est un magasin de 180 m², baptisé "Au Grand Paris"; en 1912, le propriétaire achète les immeubles adjacents pour construire un immense hall qui englobe ainsi plusieurs magasins, Contesso, Le Glacier Mussino, le Morris'Bar et le restaurant des Gourmets. Créateur à Paris des Galeries Lafayette en 1895, M. Bader remarque la bonne situation du magasin, l'achète en 1916 et annexe de nouveaux locaux. En 1919 l'enseigne "Galeries Lafayette" confère au magasin une personnalité Parisienne confirmée en 1923 par le rachat des petites boutiques des arcades. Le magasin occupe aujourd'hui tout le pâté de maison de la Place Masséna et de l'avenue Jean Médecin: quatre adresses cinq étages sont consacrés à la vente et l'ensemble du rez-de-chaussée est accessible par dix portes.

La création ex-nihilo par une société ainsi l'immeuble de la Riviera est construit en 1913 par la Société Paris France, dont le siège parisien est situé boulevard Voltaire sur l'avenue de la Gare, emplacement privilégié sur le principal axe de circulation de la ville. Toutefois, les possibilités offertes ne sont pas pleinement exploitées malgré six étages; la Riviera améliore son organisation pour rester en bonne place dans le grand commerce niçois.

Une initiative privée utilise des possibilités antérieures, tel le cas de la transformation d'un garage boulevard Gambetta, sur l'initiative d'un représentant multicartes, en supermarché moderne doté d'un parking. Il crée alors un supermarché indépendant sous la raison sociale UNA, (Union des Négociants de l'alimentation) par regroupement de détaillants. Exemple d'un magasin repris par une autre société, l'ancienne maison de commerce "Les Dames de France", maillon de la chaîne des magasins "A la Riviera" est repris en 1933 par Uniprix.

MAGASINS	Date de création	Surface totale en m2	Surface en alimentation en m2
Galerias Lafayette	1902	19.600	1.000
La Riviéra	1913	5.835	...
Uniprix	1933	1.197	363
Prisunic Victoire	1933	2.080	910
"" Gorbella	1962	2.317	730
"" Cimiez	1965	1.350	750
Casino Victoire	1961	900(1)	900
"" Ferber	1963	1.200(1)	1.200
"" Falicon	1968	690(1)	690
Gambetta Unico	1968	1.300	700
Nice Gambetta		730	250
Nicesco		1.100	350
Grosso (fermé en 1970)	1967	730(1)	750
Superdis		450(1)	450
Spar Stalingrad	1969		
Spar Augerey	1969		

(1) Surface de vente

Galerias Lafayette: S.P.A.M. (Société Parisienne d'Achat et de Maintenance) Paris, capital de 1.000.000 F.

Riviera: Paris France- Parunis, capital de 6.000.000 F. Paris.

Prisunic: S.A.P.A.C. - Gorbella: géré par la Société des Magasins Société FISUMA (Anonyme) à capital de 72.275.500 f. Paris
Cimiez: affaire locale
Victoire: Société Niçoise de Magasins (SARL)

Uniprix: S.C.A. (Société centrale d'achat): Société française des magasins Uniprix, Paris, géré par une société à responsabilité limitée à capital de 5.000.000 f.

Prilux: Parunis.

Fig.3.- Les Grands Magasins de Nice, centrales d'achats et sociétés créatrices.

Les centrales d'achat.- Points de vente au détail, les grands magasins et les supermarchés sont aussi le terminus d'un ou de plusieurs circuits de distribution ou de groupement des marchandises négociées; la formule de ravitaillement varie avec la politique et l'objectif de l'établissement. Les Centrales d'achat peuvent être organisées par un seul grand magasin pour ses succursales ou être communes des raisons sociales diverses. Tous les magasins affiliés à Prisunic dépendent de la S.A.P.A.C. (Société anonyme Parisienne d'achat en Commun). Un bureau d'achat établit et présente la collection, étudie le marché les transports et emballages et s'intéresse aux importations de fournitures. Trois principes président à l'établissement d'une collection: l'article fait l'objet d'une sélection à cause de ses caractéristiques, de sa qualité et de son prix, mais aussi en fonction de la demande et ces niveaux moyens de vente sur le marché national. D'autre part, les meilleures conditions d'achat et de fabrication sont réalisées pour obtenir des prix avantageux; pour trouver des fournisseurs capables de fabriquer en grande série, le bureau d'achat fait souvent appel à de grandes marques. Une dernière étude facilite le libre service ou la livraison à domicile en soignant le style et la présentation de l'article.

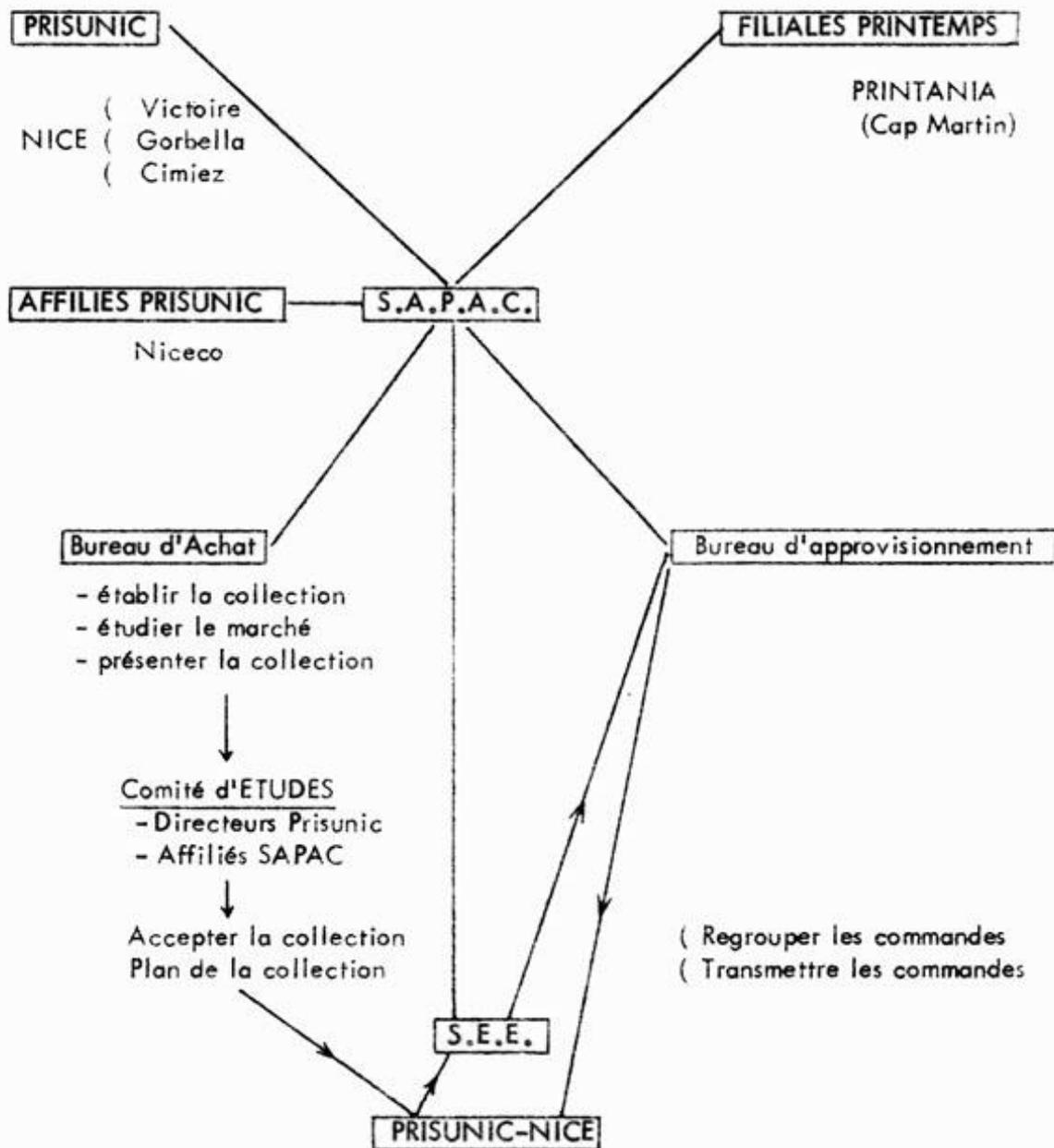


Fig. 4 .- Magasins affiliés à la S.A.P.A.C. et ravitaillement d'un MAGASIN POPULAIRE.

Le travail est préparé par une prospection du marché du côté du producteur comme du consommateur, tâche facilitée par un Service des Statistiques et des révisions. Chaque article possède Sa fiche d'achat déterminant les conditions de l'achat comme un prix de vente en fonction du niveau accepté par la clientèle. La collection est présentée pour acceptation ou modification un Comité d'études composé des directeurs de la Centrale Prisunic et de représentants des affiliés; les magasins modifient es méthodes et prix de vente suivant les conditions régionales, selon (aussi la position de la collection sur le marché en fonction de la

concurrence. Le bureau d'achat regroupe donc toutes les informations avant d'envoyer un plan de la collection aux divers magasins (voir fig.4).

Un deuxième organisme prend alors le relève, le Bureau d'Approvisionnement, chargé de rythmer les commandes selon la rotation des stocks et selon les fabrications; le bureau essaie de supprimer les mortes-saisons et de grouper les achats pour réduire leur valeur que si-elles correspondent aux besoins réels des magasins, selon le système connu de l'offre et de la demande. Ainsi, à Prisunic, des ensembles électroniques établissent, en fonction des besoins évalués par des statistiques, des prévisions de vente et déterminent eux-mêmes les commandes dont le rythme varie avec les articles, les uns permanents, les autres saisonniers.

Les articles mis en vente toute l'année sont renouvelés à un rythme régulier toutes les quatre semaines; pour l'alimentation, l'approvisionnement hebdomadaire ou quotidien. Ce calendrier général a l'avantage de diviser l'année en treize périodes invariables et évite de recourir au système des commandes au fur et à mesure des besoins; ceux-ci sont déterminés à l'avance en fonction de la date et en tenant compte des prévisions. Le chiffre de la commande est égal au besoin normal, c'est-à-dire au besoin réel entre deux délais de commande, diminué du montant du stock en magasin et du total des livraisons qui restent à effectuer: "Commandes = besoins normaux moins stocks et restes à livrer". Toutes les commandes sont regroupées sur carte mécanographique au Service des Ensembles Electroniques (S.E.E.).

L'approvisionnement des articles saisonniers repose sur des prévisions de vente établies pour la saison entière et les commandes sont faites globalement avant le début de saisons d'été et d'hiver pour faciliter l'établissement par les fournisseurs d'un planning de fabrication, La Centrale d'Achat joue donc un rôle essentiel aussi bien pour les fournisseurs que pour les affiliés.

Tous les grands commerces de détail ont leur Centrale: 1 Service général des achats qui approvisionne la Riviera fait, partie de la Société Paris-France; Uniprix dépend d'une Société Générale d'Achat, (S.C.A.) parisienne au capital de 15.000.00 rattachée à la Société de manutention de Bercy (S.M.B.) pour la répartition des marchandises, toutes deux intégrées dans une association de fournisseurs la Samade. Les Galeries Lafayette sont en 1895 une boutique de "frivolités" dotée, rue Lafayette, de ses propres ateliers de confection; elles s'approvisionnent aujourd'hui à la Société Parisienne d'achat et de Manutention (S.P.A.M.). Les fournisseurs des Centrales sont des firmes des grandes marques de vêtements, de produits d'alimentation, d'articles ménagers mais aussi des usines et ateliers anonymes qui fabriquent des produits sous la marque propre du grand magasin; ainsi des robes portent la marque "A la Riviera" ou "Galeries Lafayette". Les articles sont fabriqués en France ou encore importés d'Italie, d'Allemagne ou du Japon; les jouets surtout, les vêtements et les chaussures. La marque est alors libellée "Galeries Lafayette" (Importé d'Italie) ou encore "Fabriqué en Italie pour les Galeries Lafayette" lorsque les usines de l'étranger ont passé un accord de vente pour un article en quantité déterminée. Mais pour les vêtements, la griffe est le plus souvent celle d'une maison particulière nationale ou régionale. Certains articles viennent de Paris directement c'est le cas des robes Zibaud, des pull-over Rodier ou des sous-vêtements Lou. D'autres sont fabriqués dans la région, parfois à Nice même, comme Mercier Jacqueline Dert, Burnichon, Mariotti ou Pascal. Paris est alors averti de ces achats faits sur place.

Les marques sont parfois communes à la Riviera et aux Galeries Lafayette pour un même article.

Le principe du ravitaillement des magasins Prisunic et Uniprix est différent; car la collection est moins variée et doit satisfaire des besoins courants de la clientèle. Le magasin ne fait plus appel aux firmes de grandes marques; mais à des producteurs anonymes; le produit fabriqué est, en effet, vendu sous la marque spéciale du magasin, Les principales marques distribuées par Prisunic sont Forza pour l'alimentation, Florine, Prisu, et Kilt pour les autres départements; Uniprix porte les marques (surtout les vêtements), Sanpeur et

Beaumont (pour l'alimentation) Miss Den (pour les produits de toilette). Il est difficile de connaître le fabricant-producteur caché derrière les marques Prisu, Florine, etc. , tout se passe pour le consommateur comme si les magasins faisaient travailler leurs propres usines et pour le fournisseur, comme s'il travaillait à façon pour les Magasins. Souvent la marque du magasin dissimule une sous-marque de grande maison; ainsi les produits Miss Helen, par exemple. Cas particulier imité de Paris . La Riviera et les Galeries Lafayette, louent des stands à des maisons de produits de beauté, lesquelles paient les démonstratrices et se chargent de leur approvisionnement; ainsi, plusieurs "petites boutiques" travaillent dans les grands magasins

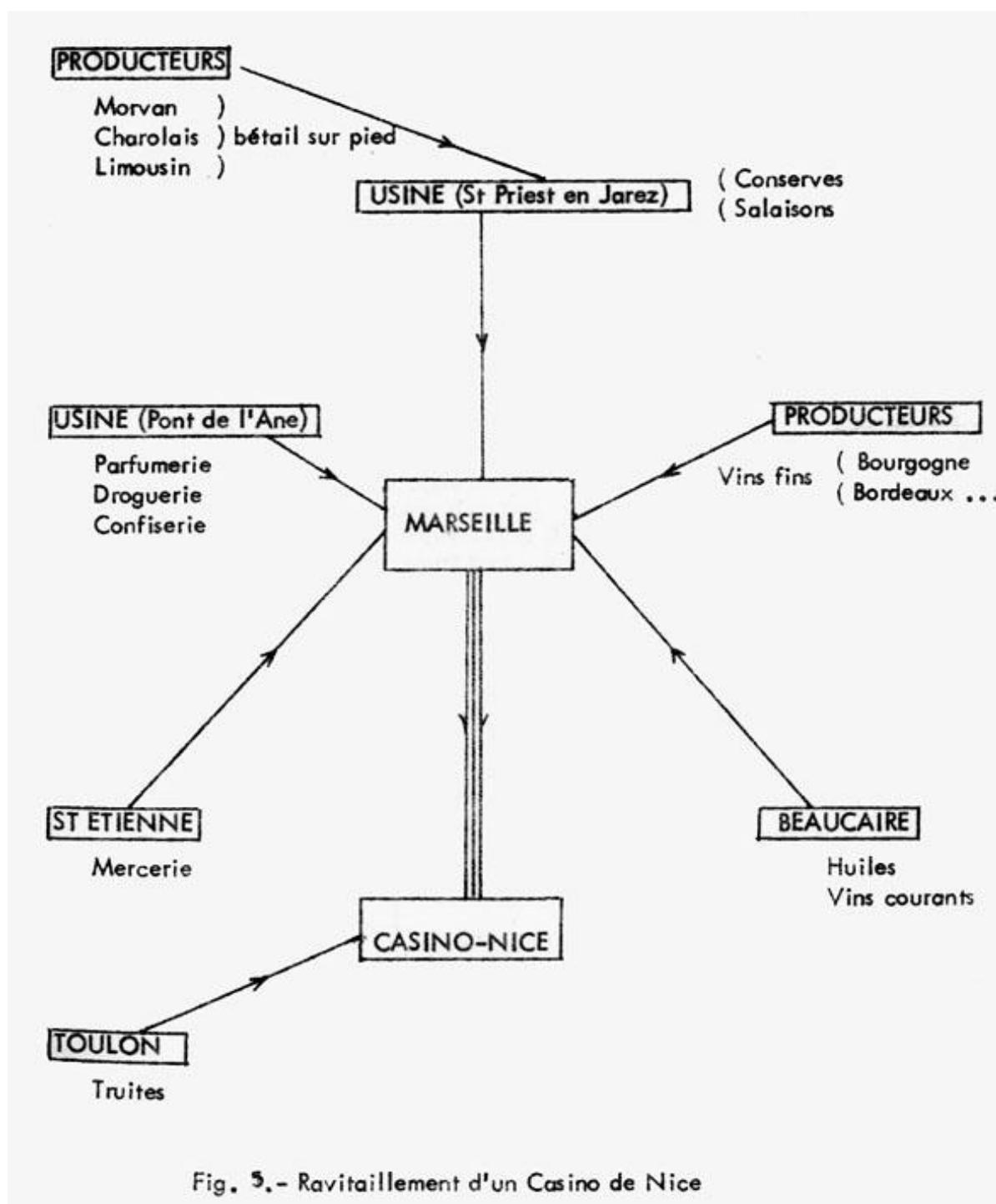
Les rayons d'alimentation sont ravitaillés par l'intermédiaire de la Centrale d'achat auprès des usines des marques connues ou directement par les usines de la Société; ainsi procèdent les supermarchés "Casino", tel le Casino Ferber. Casino fabrique lui-même certains produits dans deux usines: l'une au Pont-de-l'Ane (Loire) fournit des confiseries, confitures et chocolats, de la moutarde et aussi des produits de parfumerie et droguerie; l'autre à Saint-Priest-en Jarez prépare les viandes, les salaisons et conserves. Un laboratoire de recherche et de contrôle regroupe sous l'autorité d'un Directeur les services de fabrication, de stockage, et d'expédition. Les produits ne sont pas envoyés directement à Ferber ou à la Victoire, mais concentrés dans un entrepôt régional de regroupage. Le directeur d'un "Casino" de la région Nice-Côte d'Azur, s'adresse à l'entrepôt de Marseille, chargé de grouper les produits venus des Usines Casino et les produits achetés, par des agents commerciaux directement sur les lieux de production. Ainsi les vins de marque sont sélectionnés et achetés sur place aux producteurs bordelais ou bourguignons (voir fig.5).

L'arrivage de marchandises se fait deux fois par semaine; le stock des produits alimentaires "tourne" en deux jours, celui des autres produits, en quatre jours. Acheté sur pied, le bétail est tué et dépecé à l'entrepôt de St-Etienne; les quartiers sont envoyés deux fois par semaine au Casino de Nice qui prépare les rôtis et beefsteaks et calcule le prix de chaque morceau mis sous cellophane. Le rayon "traiteur" prépare charcuterie et plats cuisinés etc... le Casino Ferber devient alors sa propre usine de fabrication, de même, la pâtisserie est l'objet d'un travail quotidien. Fruits et légumes sont expédiés sous emballage par Marseille, sauf les salades achetées dans la région niçoise. Quelle que soit l'origine, tous les prix sont marqués à l'arrivée au Casino. L'entrepôt de Beaucaire sous contrôle d'un bureau d'achat, assure l'approvisionnement en vins courants et en huile de l'ensemble des entrepôts, car il dispose d'une Centrale d'embouteillage. Enfin, l'entrepôt de St-Etienne livre à toutes les succursales les articles rayon "Mercerie".

Les entrepôts sont donc à la fois fournisseurs et producteurs, rôle assuré par le magasin lui-même pour certains articles, telle la "Pâtisserie". Les caractéristiques du système sont une rotation rapide des stocks d'alimentation, un rôle de redistribution essentiel de l'entrepôt régional et une politique d'achats réalisés directement chez le producteur et sur les lieux de production.

Pour diminuer le prix de revient, la transformation des produits est assurée en grande partie par les entrepôts; ainsi celui de Marseille affine les camemberts reçus de Normandie. Enfin, comme tous les grands magasins, le Casino fait appel à un seul organisme d'achats, l'entrepôt tenant lieu de Centrale.

Les transports.- Depuis la Centrale d'achat, les colis sont expédiés par la SNCF ou par des transporteurs routiers; l'avion, utilisé parfois pour des expéditions lointaines, n'assure en aucun cas le ravitaillement régulier. Les Sociétés de transport sont tantôt indépendantes, ainsi: les Sociétés Danzao, Lesage, Trans Sud, qui approvisionnent Prisunic ou encore Martini-Calberson-Garonte, tantôt lorsqu'elles sont organisées pour distribuer des produits alimentaires, affiliées à des sociétés, à la Sapac par exemple, telles la Flèche Cavaillonnaise et la S.V.A. pour la boucherie. Les Casino sont ravitaillés par des transporteurs routiers, affiliés



u Casino, mais maîtres de leur organisation pourvu que leurs canions arrivent à cinq heures du matin. Les marchandises sont expédiées directement au magasin ou stockées à la réserve" locale. Les Galeries Lafayette font décharger les canions à leur grande réserve de St-Roch, mais un exemplaire de chaque article est déposé au magasin; suivant la marche de la vente, le rayon demande un réassortiment partiel ou complet. Un rôle complémentaire est assuré par la réserve du cinquième étage du magasin pour abriter des pièces délicates, comme les robes. Les marchandises venues de St-Roch sont déchargées dans les sous-sols.

La réception passe par des circuits divers. Expédiés chaque vendredi par une maison de groupage, les colis de la Riviera arrivent par rail, car Paris France bénéficie d'une convention spéciale avec la SNCF. Une fois enregistrés, ils sont stockés à l'entrepôt de Saint-Maurice; le magasin reçoit seulement les petits colis, peu encombrants. Lorsque la marchandise est déposée

au service de réception du magasin, par exemple Uniprix, le réceptionnaire n'ouvre pas les colis; seules les denrées périssables sont immédiatement enfermées dans les chambres froides au sous-sol. Les réserves du Prisunic de Gorbella, alimentation, bazar, nouveautés, sont installées au sous-sol et en partie dans le magasin lui-même; elles mobilisent près de la moitié des surfaces totales. Au Prisunic de la Victoire, les surfaces des réserves intérieures se répartissent ainsi: 1.300 m² au sous-sol pour l'alimentation, 800 au premier étage pour l'habillement et 600 au sous-sol et au premier pour le bazar. A ces 2.700 m² s'ajoutent 2.000 m² à l'extérieur, tout cela pour 2.080 m² de surfaces de vente au Prisunic de Cimiez, la surface des réserves est de 1.126 m² en sous-sol pour une surface de magasin de 1.350 m².

La constitution et le logement des stocks tiennent donc une grande place dans la vie du magasin; c'est un fonctionnement parfait de cette organisation qui assure la bonne marche, de l'ensemble, considération décisive pour le choix d'emplacements commerciaux valables. Organisation à la fois simple et complexe, simple parce que de grands organismes s'occupent du regroupement des marchandises et complexe parce qu'un énorme travail de recherches porte sur la qualité des produits demandés par, les clientèles. A Nice, l'approvisionnement des grands magasins ou des supermarchés met ainsi à contribution une partie de la production française, variée dans ses produits et dans ses régions de production, tellement assuré par l'ensemble du pays et pas seulement par la région niçoise ou la région Provence-Côte d'Azur. Les Centrales permettent des achats massifs, une diminution des frais généraux de production et de transporteur, une simplification du travail administratif; en outre, toute l'organisation actuelle des magasins s'oriente vers la mise en place d'un système de vente efficace, rapide, pour faciliter la tâche des vendeurs comme des acheteurs.

L'ORGANISATION DES POINTS DE VENTE

Les magasins à grandes surfaces cherchent à plaire à la clientèle par divers moyens pour l'inciter à acheter et à revenir; à cet effet collaborent les aménagements intérieurs et les méthodes de vente adaptées à une clientèle de niasse à revenus variables.

Les rayons.- La cellule économique, base de l'aménagement intérieur, est le rayon, unité de vente dont le nombre varie avec le magasin; les rayons sont spécialisés et leurs articles individualisés. Avant toute implantation, un plan d'agencement général est étudié, tenant compte de la fréquence des achats de tel ou tel article. Ainsi, en hiver, un des rayons les plus fréquentés du Prisunic Victoire est celui des bas nylon et des chaussettes; pour en faciliter l'accès il est installé en face de l'entrée principale; les clientes entrent, achètent une paire de bas et ressortent sans trop perturber la circulation à l'intérieur du magasin. Dans un supermarché d'alimentation comme le Casino Victoire, le problème se pose à peu près dans les mêmes termes; le rayon des produits liquides, eaux minérales, vins, a sa place rationnelle près de l'entrée du magasin, car il délivre des marchandises lourdes; placées en dernier dans un panier ou un chariot, elles écraseraient les produits fragiles (Voir fig. 6 et 7).

	Rayons	Alimentation
Galeries Lafayette	130	
Riviéra	64	
Prisunic: Cimiez		
Victoire	29	12
Gorbella		
Uniprix	24	15
Casino: Victoire	1	4
Ferber	4	3 départ.
Supermarché Gambetta	5	16

Fig.6.- Les rayons.

Le chef de rayon fait fonction de gérant d'un petit magasin spécialisé ; il passe à la Direction les commandes de réapprovisionnement selon la vitesse de rotation des stocks et des ventes: doit s'assurer que les "bergères", les "gondoles" sont suffisamment garnies. Le rayon de parfumerie du Prisunic de Gorbella dispose de trois séries soumises à des rotations différentes: tous les quinze jours, les articles "Punch" sont renouvelés; les articles "Discount" sont commandés directement aux fournisseurs, enfin des articles sont achetés sur la place. L'intérieur même d'un rayon, parfumerie par exemple, des sous-divisions enregistrées la diversité des produits vendus sous les rubriques hygiène, eaux de Cologne et produits de beauté. L'organisme de base, le rayon, est coiffé d'une direction supérieure avec un chef de groupe; dans les supermarchés, ce regroupement des rayons prend le nom de département, ainsi le Casino Ferber organise quatre départements alimentaires, épicerie, fruits et légumes, boucherie et crèmerie; un autre département regroupe les rayons nouveautés, bazar, bricolage, produits de beauté.

Tout se passe donc dans un grand magasin comme s'il existait de multiples boutiques indépendantes les unes des autres, mais regroupées au sein d'un même local. Ces rayons sont parfois disposés sur une seule surface de vente, en général au niveau de la chaussée, cas des Prisunic, du supermarché Gambetta et surtout des supermarchés Casino. Mais il n'est guère possible d'accumuler indéfiniment des rayons sur une seule surface, puisqu'il faut prévoir d'allées intérieures de circulation pour la clientèle; les rayons sont alors distribués par étage, tel le groupe des tissus au deuxième étage des Galeries Lafayette. Le nombre des étages n'est pas forcément en rapport direct avec la surface de vente ou le chiffre d'affaires; il résume souvent une formule de vente ou rappelle une date de construction. Les Galeries Lafayette disposent de cinq étages, d'un sous-sol et d'un rez-de-chaussée; la Riviera a la même distribution avec un étage supplémentaire. L'Uniprix et Nicéco sont aménagés sur deux niveaux; un rez-de-chaussée suffit aux activités du Prisunic Victoire, du Casino, du Central et des supermarchés Gambetta, Prilux et Superdis. Les magasins d'alimentation n'ont jusqu'à présent nul besoin d'étages ni de forte surface de vente; d'autre part, le département "alimentation" est dans les autres magasins nettement isolé. Sur le plan matériel comme sur le plan psychologique. Ainsi est-il relégué au sous-sol aux Galeries Lafayette au premier étage à Uniprix et Nicéco, au fond du magasin à Prisunic Victoire. Le rayon d'alimentation fait figure de greffe accidentelle ou postérieure à l'ouverture du magasin.(voir fig.8).

La cliente circule parmi les rayons par des "couloirs" perpendiculaires, mais elle emprunte très rarement un axe en ligne droite; sa préférence va au parcours en zig-zag à travers le magasin, revenant sur ses pas, adoptant le système "lèche-vitrine" d'un rayon à l'autre. Cette méthode de déambulation a pour effet d'encombrer les couloirs et de rendre difficile une circulation au coude à coude; mais elle contribue à meubler le décor et à créer l'animation caractéristique des grandes surfaces de vente. Ces surfaces sont utilisées au maximum des possibilités, mais dans des limites actuellement révisées. Pour éviter les bousculades et faciliter les déplacements, pour varier par les formes internes l'atmosphère du magasin, le rayon "linéaire" est en partie abandonné, remplacé par des "gondoles" rondes, carrées, multicolores, hautes ou basses, dans lesquelles la marchandise est déployée avec harmonie. Par ce procédé les Galeries Lafayette mettent en valeur leurs articles de confection; le magasin devient un lieu de promenade et découverte, c'est la fin des défilés du style revue militaire. Le bon agencement des rayons et la présentation des articles sont en train de jouer un rôle attractif de plus en plus grand.

Pour attirer une nombreuse clientèle, jeune, le magasin crée une ambiance qui se veut harmonieuse et douce, mais aussi efficace pour inciter à l'achat; un fond musical, un éclairage adouci par des plaques ajourées, des moquettes, contribuent fortement à donner à la clientèle l'impression d'être "chez elle", dans un climat de confiance. Malheureusement, cette harmonie

PLAN DU CASINO VICTOIRE

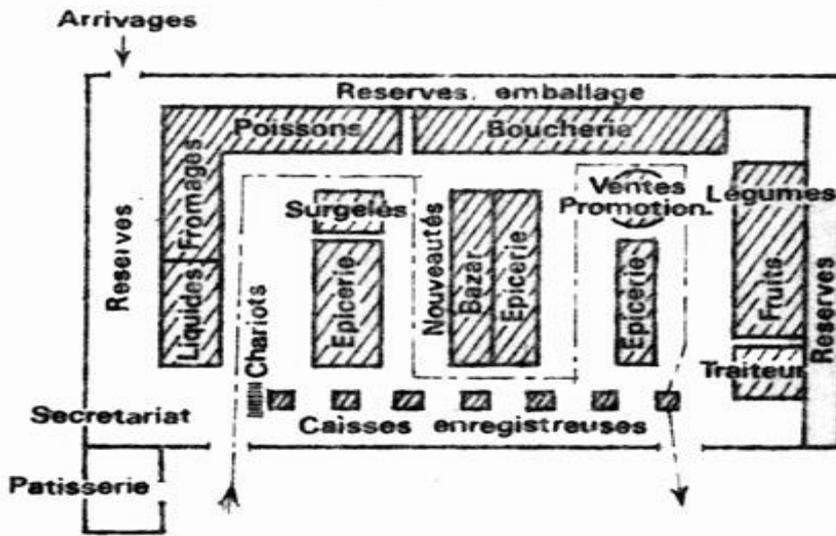


Fig. 7. - Plan du Casino-Victoire.

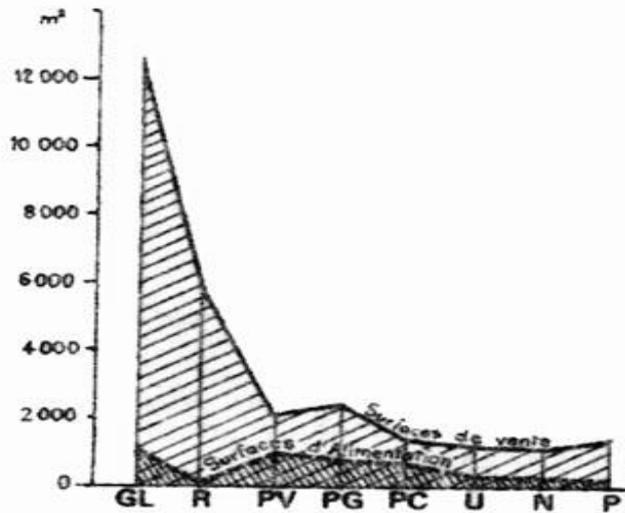


Fig. 8. - Surfaces de vente et surfaces d'alimentation.

GL: Galeries Lafayette
 R : Riviera
 PV : Prisunic Victoire ;
 PG : Prisunic Gorbella
 PC : Prisunic Cimiez
 U : Uniprix
 N : Niceco
 P : Prilux

recherchée est souvent détruite par le surpeuplement des allées, par le va-et-vient incessant de la foule; aussi des havres calmes sont-ils aménagés au salon de thé ou au drugstore, dans un décor de lattes et de volets vernis, de comptoirs de couleur vive parmi les chaises couleur paille.

Pour capter l'attention de la clientèle, les magasins ont recours à la publicité ou procèdent à des ventes promotionnelles. Chaque magasin a un service spécialisé dans la publicité, appelé Bureau d'Etude ou Service de Publicité, avec pour objectif "faire acheter davantage". Des affiches, des photographies et des banderoles, des slogans diffusés par bande enregistrée ou encore clos annonces faites par le personnel attirent l'attention du public sur le produit du jour. Les supermarchés disposent des mêmes moyens de publicité, mais cherchent à atteindre chaque client par un système d'envois publicitaires. L'objectif est alors d'inciter le client éventuel à sortir de chez lui et de sa zone d'achat habituelle. Ainsi le supermarché "Central Grosso" avait distribué ses prospectus d'ouest en est entre la Californie et Masséna et vers le nord des boulevards Gambetta et Gorbella pour élargir l'aire géographique de sa clientèle. La publicité des grands magasins diffère par son contenu et ses objectifs de celle des supermarchés; celle des uns porte essentiellement sur l'originalité ou la qualité de la marchandise proposée, tandis que celle des autres met les prix en évidence. Autre procédé utilisé par les magasins, le "sacrifice" d'un article, vendu avec une marge bénéficiaire diminuée. Des ventes promotionnelles ou des offres Spéciales "lancent" un produit sur le marché; s'il est placé facilement, le prix est alors rectifié et augmenté. Par le biais de l'offre spéciale ou des soldes, le magasin peut aussi vendre des fins de série, phénomène saisonnier particulier en début d'automne (soldes des articles d'été) et de printemps (soldes des articles d'hiver). D'autre part, chaque année, aux Galeries et à la Riviera, des "manifestations" allemandes, Anglaises ou japonaises s'accompagnent de la vente à des prix assez bas d'articles nationaux, spécifiques ou peu connus en France, importés spécialement pour la circonstance; ces "semaines" ou "quinzaines" sont aussi accompagnées d'expositions d'art ou d'objets exotiques susceptibles d'attirer une foule de curieux. Les anniversaires donnent aussi l'occasion de mettre en valeur l'Etablissement par un rajeunissement des décors, par la publicité et par les ventes exceptionnelles; ainsi l'année 1969/1970 a vu se multiplier les ventes spéciales organisées par les Galeries Lafayette à l'occasion de prétexte pour justifier le slogan du grand magasin "il se passe toujours quelque chose aux Galeries". A l'occasion des 3 J, divers rayons pris d'assaut ont vendu trois fois plus de marchandises que les années précédentes à la même époque. La bataille des prix a été livrée à grande échelle: trois robes sont offertes pour le prix d'une seule, des complets masculins sont cédés pour le prix d'un pantalon sur mesure, des lots alimentaires sont accompagnés de cadeaux substantiels. -"En jours, 200.000 paires de bas, 3.000 transistors, 5.000 complets, 1.000 réfrigérateurs, 1.500 machines à laver, 2.000 téléviseurs et 80.000 robes ont été enlevés par des amateurs déchaînés, encouragés par les animateurs de "Radio-Monte-Carlo" et guidés de rayon en rayon par des hôtesse. Dans cette atmosphère de kermesse, le client perd quelque peu la notion de la réelle utilité d'un achat et se laisse "tenter" par la perspective de "faire une affaire".

LE LIBRE-SERVICE.

Parmi les nombreuses techniques, les plus usuelles sont la vente traditionnelle, la vente en libre-choix, sans ou avec centre d'encaissement, enfin le libre-service. Dans les magasins populaires, Prisunic, Uniprix, Prilux, la vente traditionnelle avec intervention du vendeur tend à disparaître, remplacé par la vente au libre-choix. Le client regarde, choisit, évalue seul les produits. Cette méthode de vente nécessite une organisation de rayon particulière; car les articles doivent être à la portée de l'acheteur et les prix indiqués avec soin. Mais entre le libre-choix et le libre-service, une forme intermédiaire s'est glissée, la vente avec centres d'encaissement ou tours de débit. Le client fait lui-même ses achats à plusieurs rayons et

l'encaissement se fait non à chacun d'eux mais à un poste central. C'est le système adopté par les Galeries Lafayette pour la plupart des articles non alimentaires. Le poste "central" est en réalité à une des extrémités du groupe de rayons, ce qui entraîne le déplacement d'une vendeuse à la suite du client pour le règlement, mais ce dispositif peu adéquat permet de réaliser une économie de place.

Connue en France depuis 1948, la vente en libre-service entraîne, seule, une diminution réelle des emplois salariés; ici, le poste d'encaissement est situé à la sortie du magasin. Cette technique moderne s'applique fort bien à la vente des produits alimentaires, vente en nasse de produits de grande consommation. Cependant les Galeries Lafayette ont un rayon alimentation en libre-choix et non un libre-service; Prisunic, Uniprix, Casino ont aujourd'hui des rayons "Alimentation". La vente en libre-service est pratiquée sur tout dans les supermarchés magasins qui proposent surtout des produits alimentaires; ainsi le Prisunic de la Victoire est à la fois un magasin populaire et un supermarché. Ces formules n'excluent pas le recours à d'autres méthodes de vente moderne pour accroître leur clientèle et "vendre Plus".

LES MODES DE PAIEMENT

La politique des grands magasins est de vendre toujours plus au plus grand nombre: aussi ont-ils adopté des méthodes modernes comme la vente à crédit, Ils pratiquent à la fois les ventes avec escompte, les paiements à la livraison et les ventes à crédit proprement dites. Ce crédit prend plusieurs formes selon le magasin.

Les ventes au comptant.- Les ventes avec escompte sont admises pour les achats faits par un client pour la pratique de son métier; la liste des cas varie selon la politique du directeur du magasin et du siège social. Le Riviera consent une remise de 10% aux métiers de restaurateurs, couturières, modistes et tapissiers, 5% aux familles nombreuses et aux communautés, 3% aux personnels de la SNCF et d' IBM. En règle générale, les étrangers payant en devises, sont exemptés de TVA, soit un escompte de 20% aux Galeries Lafayette, l'escompte est de 5% pour les familles nombreuses, sauf sur les produits d'alimentation, de 15% pour les retraités du magasin (5% pour l'alimentation); surtout un service hôtel délivré après enquêtes, une carte à chacun de ses 7.000 clients pour réaliser un chiffre d'affaires annuel de 500 millions de francs après escomptes 10%, les achats hôteliers et de 50% sur les achats personnels. Les clients se répartissent entre la Corse, le Var, les Basses-Alpes et les Alpes-Maritimes; la formule est particulièrement appréciée en Corse où 350 clients sont en relations avec huit représentants des Galeries. Le service hôtel tient également un fichier couture pour offrir une remise de 5% aux, tailleurs et couturières. Ainsi les grands magasins consentent un escompte aux représentants des deux grands secteurs d'activité de la région Provence-Côte-d'Azur, le tourisme et l'habillement.

Le carnet d'achats ou de groupages.- Il permet d'adresser plusieurs articles prélevés à divers rayons à une caisse déterminée sous le contrôle de chefs de rayon. En fin de sa promenade libre dans le magasin, le client va retirer ses paquets à la caisse (au sous-sol la Riviera), on peut aussi se faire livrer à domicile, et régler la facture à la livraison. Aux Galeries Lafayette les étrangers obtiennent une remise de 17% pour une livraison à leur domicile national si l'achat est supérieur à 12.800 F.

Le système du compte particulier est pratiqué depuis 1966 par les Galeries Lafayette et recommandé à la clientèle par des campagnes de prospectus. Une plaquette à l'en-tête des Galeries est délivrée aux clients réputés solvables pour leur donner la faculté d'acheter à crédit dans tous les magasins les Galeries Lafayette de France et à tous les rayons, sauf à celui de l'alimentation. Un compte approvisionné par le client fait l'objet de prélèvements correspondant

au montant des achats. Un relevé est adressé au titulaire tous les 15 ou 20 du mois. Cette formule s'est généralisée; elle facilite les achats mais ne donne pas droit à des escomptes.

La Riviera pratique une vente à crédit par l'intermédiaire de courtiers et vendeurs.. La période du crédit s'étale sur cinq mois, mais le premier versement est égal à 20% de la facture. Un receveur démarché les articles susceptibles d'intéresser l'acheteur, lequel passe une commande ou peut se faire directement livrer l'article au magasin. Le client dispose d'un délai de deux mois pour ouvrir un compte crédit, c'est-à-dire verser 20% du montant des achats et des frais d'ouverture de compte soit auprès du receveur, soit au bureau du magasin. Le receveur est considéré par le Magasin comme le véritable acheteur des articles dont le montant s'inscrit sur son compte personnel il assume donc la responsabilité financière des achats.

Le CETELEM, principale formule de Crédit, est pratiqué par Galeries Lafayette; c'est un établissement financier agréé par le Conseil national du crédit, chargé à l'origine de consentir des crédits dans l'équipement électro-ménager, ensuite dans divers secteurs commerciaux. La société anonyme CETELEM groupe, pour assurer le financement des ventes à crédit, les grandes banques françaises et les principaux constructeurs d'électro-ménager. Un contrat avec les Galeries Lafayette autorise le fonctionnement dans ce magasin service de crédit CETELEM chargé d'accueillir le client en lui demandant des garanties identité, naissance, solvabilité), d'établir le contrat, et de tenir sa comptabilité. Ce crédit CETELEM, est accepté pour tous les achats, sauf, comme toujours, pour l'alimentation. Le montant du crédit est déterminé et sa durée limitée; le minimum est de 400f et la durée varie. de 6, 9, 12, 15 et 18 mois. Pour l'achat d'un téléviseur en couleurs, le délai est de 21 mois et le versement au comptant de 20% (au lieu de 30% pour les autres articles) . Fixées par un barème, les mensualités supportent un intérêt de 13 % mais elles ne doivent pas dépasser 10 à 15% du revenu mensuel. Sans le savoir, le client paie ces facilités de règlement par un taux supérieur à la moyenne française, car ce taux est calculé sur le total crédit et non sur un décompte après chaque versement. Ce système utilisé également dans l'immobilier, entraîne un doublement des comptant, car il faut aussi amortir les frais d'ouverture de dossier, de recouvrement, les agio bancaires et surtout le coût de l'assurance-vie contractée par CETELEM pour garantir les échéances. Le crédit CETELEM est consenti sous quatre formes: le carnet d'achats, système employé à la Riviera; le chéquier qui permet un contrôle des limites du crédit; le CETELEM Avance ou crédit permanent est une somme mise à la disposition du client, lequel reçoit un relevé du compte et règle alors 30% de ses achats du mois ainsi par tous les magasins accrédités par CETELEM.

Ainsi les systèmes d'achat et de paiement sont variés, complexes, et souvent pratiqués par une clientèle intéressée avant tous les détails de règlement

SERVICE APRES-VENTE

Le service après-vente fonctionne seulement dans les grands magasins Galeries Lafayette et Riviera. Lors de leur création, une des innovations est la pratique du "rendu", l'échange ou le remboursement d'un article défectueux. Ce système présente des inconvénients; aussi est-il peu pratiqué aux rayons alimentation et remplacé par l'essayage dans les rayons d'articles vestimentaires. Enfin le service après-vente est organisé pour les articles dont on ne peut vérifier le fonctionnement sur place, ainsi les machines à laver, les cuisinières, etc. aux Galeries Lafayette par exemple, ce service veille au montage et au dépannage d'appareils; deux techniciens s'occupent de l'électroménager et deux autres ont la charge des appareils de chauffage. Ces équipes posent les appareils de cuisine, de salle de bains, les téléviseurs contre rémunération, bien sûr. Pour les petits appareils comme les postes de radio, le rayon prend lui-même en charge l'appareil pour le compte de firmes de construction intéressées et assure gratuitement 10 réparations des appareils sous garantie, tenant compte des délais de

déplacement seulement pour entretenir le matériel hors garantie: Ainsi, la réparation d'un téléviseur est de 30f à Nice et de 38f à l'extérieur dans un rayon de 45 km.

L'ameublement est caractérisé par la vente sur catalogue à Prisunic sert d'intermédiaire pour la vente d'articles stockés chez les fournisseurs et expédiés directement au client après commande. Le client peut toujours refuser la marchandise à la livraison et la retourner dans les trois jours ou bien encore faire jouer la garantie. En cas d'échange, le magasin doit passer une nouvelle commande à moins que le client refuse l'échange et demande un remboursement immédiat si une avarie est causée pendant le transport, le retour de l'article est assuré aux frais du transporteur.

Les liaisons avec la clientèle.- Les systèmes du crédit et du service après-vente supposent des liaisons indirectes avec la clientèle. Le crédit entraîne toute une série d'opérations, ouverture modification et fermeture des comptes, des politiques de prospection d'encaissement, de réclamations. Ces liaisons se font par l'intermédiaire de courtiers et de vendeurs; ainsi cinquante receveurs travaillent avec la Riviera, trente à Nice et vingt à l'extérieur. Le service après-vente est assuré par des agents techniques et des livreurs. Douze chauffeurs-livreurs opèrent pour la Riviera; les uns sont chargés des livraisons quotidiennes à domicile dans les trois secteurs qui correspondent aux directions d'urbanisation de la ville, le Port, Saint-Maurice et la Californie; les autres opèrent des livraisons extérieures hebdomadaires, le vendredi autour de Cannes et les mercredi et jeudi autour de Monaco et Menton. Les livraisons hors du département se font par la SNCF.

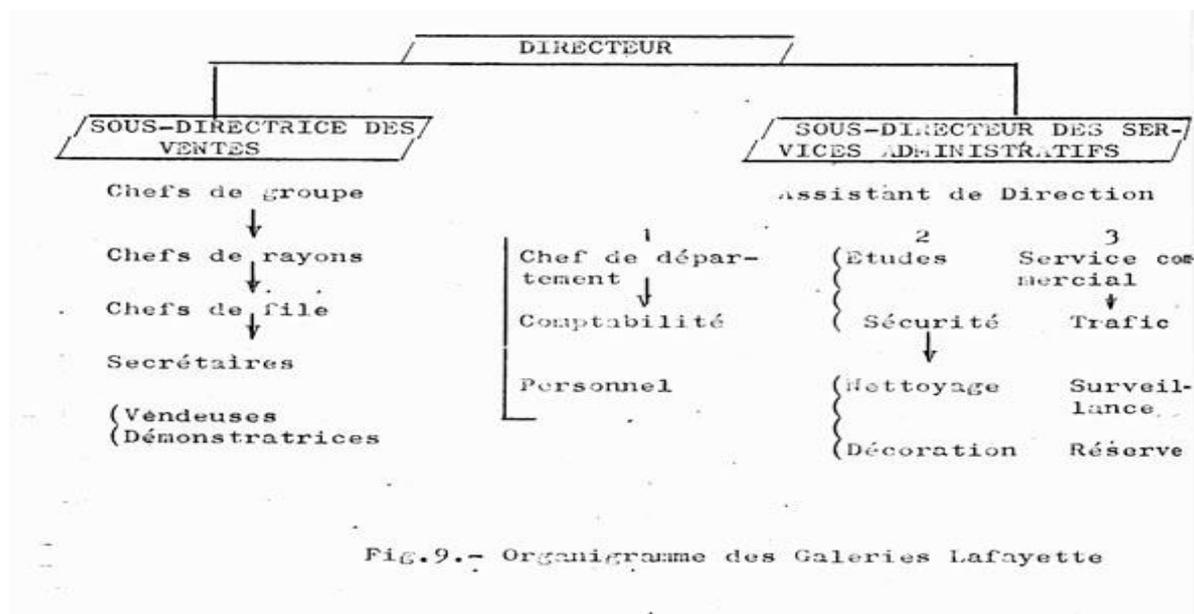
UN ROLE ECONOMIQUE ET SOCIAL

Le personnel.- Les magasins et supermarchés jouent un grand rôle sur le marché du travail de Nice, chacun assurant entre une trentaine et un millier d'emplois. Trois formules de recrutement: la recommandation, la demande directe et les annonces contribuent à assurer une embauche permanente ou temporaire. Le personnel des établissements Casino reçoit une formation préparée en dehors des heures de travail par des cours professionnels de perfectionnement. Les directeurs eux-mêmes font carrière en passant d'un Casino à l'autre. Les employés des grands magasins, notés selon leurs capacités commerciales, leur tenue, leur exactitude (pointage), signent un contrat obligatoire à chaque engagement dans un nouveau poste. L'effectif du personnel est accru en périodes spécialement actives, tels les jours de soldes, les "3 J" des Galeries Lafayette, les fêtes de fin d'année, et surtout en été. Un recrutement spécial permet alors de pallier les absences entraînées par les congés payés et aussi de répondre à l'afflux des touristes acheteurs, français et étrangers. Dès le mois de mai, des étudiants sont organisés en équipes de roulement pour assurer les services normaux de Prisunic Gorbella le vendredi soir. Nouvelle catégorie d'employés, ces renforts nocturnes permettent l'ouverture des magasins le soir jusqu'à 22 heures. Les horaires de travail varient par roulements de six à huit heures par jour; les- auxiliaires travaillent à la journée ou à la demi-journée.

Toute l'organisation des grands magasins repose sur une hiérarchie des fonctions. Les salariés s'échelonnent du directeur au simple manutentionnaire et au veilleur de nuit pour former l'organigramme du personnel; celui des Galeries Lafayette est valable aussi pour In Riviera, les Prisunic et Uniprix (fig.9). Commenter l'organigramme revient à commenter les divers services du magasin. Le directeur contrôle tout ce qui se passe au magasin et surtout les achats avec le concours des services de secrétariat, publicité, alimentation. Les chefs de groupe effectuent en général les achats à Paris et sont responsables du fonctionnement des rayons et des budgets attribués à chacun d'eux. Le Service du personnel est à l'écart, mais reste en rapport immédiat avec le directeur; ainsi, dans la bonne marche du magasin, les services administratifs tiennent une place aussi grande que les services des ventes. Pour se conformer à la loi du 16 mai

1946, chaque magasin qui occupe plus de cinquante employés fait élire un Comité d'établissement, chargé de coopérer avec la Direction lors d'une réunion mensuelle pour gérer le département social de l'établissement. De plus, des syndicats actifs défendent les intérêts des employés et interviennent dans les candidatures aux postes, de promotion.

Les salaires dépendent en partie du pointage Les retards, par des retenues. Ils sont versés, pour la totalité du mois précédent, le 4 du mois aux Galeries Lafayette et le 5 aux Casinos. Les magasins de grande surface pratiquent deux modes de rémunération, l'une à l'heure, pour les journaliers, employés à temps partiel et le personnel saisonnier; l'autre, forfaitaire pour les autres employés, améliorée par une prime sur le chiffre d'affaires. Pour les Supermarchés Casino, les salaires varient selon le grade de 700 à 1800 F. pour 44 heures de travail par semaine; les meilleures rétributions vont aux spécialistes de la boucherie, de la pâtisserie et des plats cuisinés. Le système des congés payés accorde en principe le bénéfice de 18 jours ouvrables pour douze mois de travail effectif; l'indemnité de congés est donc égale au seizième de la rémunération du salarié pendant la période de référence. La durée des congés est calculée sur la base d'un jour 1/2 par mois de travail pour les cadres et employés et de deux jours pour les salariés de moins de 18 ans, quelle que soit leur ancienneté dans l'entreprise. Des congés supplémentaires sont accordés, par exemple, aux mères de famille de moins de 21 ans, aux "anciens" selon un barème de classification. Les cadres ont droit à six jours supplémentaires après dix ou quinze ans et les employés bénéficient de deux jours après 20 ans, quatre après 25 et six après 30 ans. Les employés qui souvent restent dans la même maison durant toute leur vie active bénéficient d'avantages variables avec les firmes. Aux Galeries Lafayette, le C.C.M. caisse de retraite des entreprises et commerces multiples, s'ajoute à la retraite vieillesse de la Sécurité Sociale. Elle est à la fois une caisse professionnelle et nationale.



	Salariés	% Hommes	% Femmes	Vendeuses
Galerias Lafayette	857	40	60	.
Xiviéra	408	25	75	250
Uniprix				
Prisunic Victoire	330	27	73	196
Prisunic Gorbella	113	30	70	37
Prisunic Cimiez	75	25	75	29
Casino Victoire	80	20	80	
Casino Ferber	100	27	78	12(1)
Caabatta Unico	53	13	37	
TOTAL	2.016			(1)caissières

Fig.10.- Le personnel

L'effectif du personnel varie avec les magasins; mais, loin de s'accroître, il est stabilisé depuis plusieurs années à un niveau inférieur à celui du passé (voir fig.10). Les Galeries Lafayette fonctionnent avec 1200 employés en 1930, et 857 en 1969; le magasin, il est vrai, ne fait plus comme en 1930 de robes sur mesures et offre aujourd'hui tous ses rayons en "libre-service". Tous les magasins utilisent davantage le service des femmes, essentiellement des vendeuses ou caissières, que ceux des employés hommes, manutentionnaires, chefs de rayons ou cadres. En général, le personnel est jeune; au Prisunic Cimiez, le cinquième des employés (51) a moins de 20 ans; les postes de responsabilité sont aux mains d'un personnel dynamique et compétent. Certains employés viennent de loin (Cannes, St-Jean-Cap-Ferrat), mais aussi des quartiers "extérieurs" de Nice, Sant-Roch, Magnan, Fabron ou Las Planas. Au total, c'est au minimum deux mille personnes qui, chaque jour, se déplacent vers leur lieu de travail; l'avenue Jean Médecin (ex-Victoire) recueille environ 1.675 d'entre eux; illustration du phénomène de "city".

Le personnel peut être affecté à une autre succursale; ainsi des relations nombreuses s'établissent entre magasins d'une même société. A cet égard, le Prisunic de la Victoire joue dans la redistribution un rôle primordial, car il assume la Direction régionale de tous les "Prisunic" de Nice et de la région.(Vence). Etalagistes et électriciens peuvent dépendre d'un seul ou de deux magasins à l'occasion de la création ou de l'agrandissement d'une des unités de vente, le personnel peut être déplacé après consultation des dossiers par le Directeur régional. Mais il y a aussi en magasins transfert de marchandises pour "destockage" ou dépannage et également des groupages régionaux de commandes d'articles distribués entre les magasins. Avant d'effectuer des achats directs de fruits et légumes ou de cartes postales les magasins se consultent entre eux. De même la publicité régionale et les animations sont discutées et mises au point à cet échelon (dates de mise en place, listes de marchandises); chaque soir les recettes et chiffres d'affaires sont communiqués à la Direction régionale avant transmission à Paris. Tous les magasins procèdent de manière analogue mais leurs liaisons avec Paris sont parfois trop lentes, handicap pour le travail.

Toute la vie du magasin est donc orientée de façon à vendre toujours plus, à moindre coût, c'est l'explication du rôle fondamental des "rayons" et de leur bonne gestion, par leur intermédiaire, les articles sont offerts au public avec plus ou moins de dynamisme et de chances de plaire. Ce sont les rayons qui donnent le "ton" général, l'ambiance d'un magasin, même spécialisé dans l'alimentation. "Vendre plus" oblige les magasins non alimentaires à pratiquer le crédit sous différentes formules soutenues par des sociétés spécialisées, comme le crédit CETELEM, ou par des banques. Ces pratiques confèrent aux magasins un rayonnement sur la région de Nice et dans l'arrière-pays en recrutant une clientèle dans toutes les catégories sociales.

Les clientèles.- Les magasins à succursales multiples se situent à Nice dans des quartiers déterminés plus ou moins fréquentés par la population niçoise; leur rythme de vie peut donc varier selon la catégorie des clients, jeunes ou moins jeunes. La conception générale de l'unité de vente et la variété des produits offerts dépendent des goûts et des besoins de la population de la ville. Or Nice reçoit en hiver une majorité de personnes âgées et en été un afflux de touristes beaucoup plus jeunes. La création de l'Université en 1965 fait de Nice une ville estudiantine, ce qui amène la création de rayons nouveaux, les "clubs 20 ans", consacrés aux gadgets, aux livres et aux disques, occasion saisie par les Galeries Lafayette pour rénover leur magasin et l'adapter aux besoins d'une population rajeunie.

Le magasin "impose" parfois ses articles à la clientèle, mais son but réel est au contraire offrir à celle-ci la possibilité de satisfaire ses goûts et ses désirs. Encore faut-il connaître les Coûts et habitudes d'achat. Les premiers varient avec les catégories socio-professionnelles, avec la nature de l'achat et surtout avec l'âge du consommateur. Les résultats d'enquêtes auprès des clients confirment l'impression que les catégories socio-professionnelles les plus élevées se soucient davantage de la qualité des articles que de leur prix. En effet, plus de la moitié des réponses au questionnaire émanent d'acheteurs appartenant aux catégories "employés", "commerçants", "cadres ou titulaires de professions libérales" et mettent en avant la valeur qualitative des produits alimentaires ou non.

Trois générations de consommateurs se pressent aux rayons d'alimentation. Les jeunes gens de moins de 25 à 30 ans sont très peu intéressés (souvent pas du tout) par la marque et par la qualité; ils portent peu d'attention à la présentation du produit, et ne sont pas rebutés par l'emploi du plastique. Ils prennent les articles placés sous leurs yeux dans les rayons et font entièrement confiance aux services du magasin, quittes à vérifier eux-mêmes les dates limites de certains produits. Ces consommateurs parcourent le magasin assez vite et hésitent peu dans leur choix; ils achètent beaucoup à la fois, car, à leur avis, les achats sont une nécessité peu agréable et une perte de temps, accompagnées de leurs enfants, les mères de famille sortent rarement d'un supermarché sans plusieurs friandises ou tablettes de chocolat; en général les maris répugnent à accompagner leur femme pour effectuer des achats, surtout de produits alimentaires. C'est à la catégorie acheteurs jeunes que le magasin peut, dans la phase initiale, plus facilement faire apprécier des nouveautés ainsi, les Pro surgelés ou la viande sous cellophane.

Une deuxième catégorie d'acheteurs située entre 30 et 60 ans attache du prix à la présentation des articles et à leur réputation; dans leur esprit, il y a des rapports étroits entre la présentation ou la marque et la qualité, ce qui n'est pas toujours le cas sur les supermarchés dont l'objectif, offrir des produits de qualité: un prix inférieur à la normale implique indépendance à l'égard des intermédiaires que sont les grossistes de "marques" célèbres; ainsi, au rayon alimentation, les produits Buitoni, Cassegrain ou Lu sont préférés à d'autres de qualité égale. Cette catégorie de consommateurs renouvelle ses achats plusieurs fois dans la semaine; le mari accompagne souvent sa femme en voiture et le ménage achète davantage le samedi; l'élément masculin veille au réapprovisionnement en vins et apéritifs pendant que les maîtresses de maison choisissent biscuits et produits d'épicerie.

La troisième clientèle est celle des personnes âgées, nombreuses à Nice, retraitées et désœuvrées. Pour elles, dès l'entrée du supermarché, le dépaysement commence; elles distinguent mal le titre des rayons, à la recherche parfois longue d'un unique article. Plusieurs expériences difficiles rebutent certaines personnes âgées mécontentes de ne pouvoir recourir à une vendeuse attitrée pour en obtenir des renseignements. Pour d'autres, au contraire, l'achat n'est que le prétexte d'une promenade et d'une distraction, parfois au prix d'un assez long déplacement quotidien: "c'est très agréable de circuler au frais en été au chaud en hiver, en écoutant de la musique et choisissant ses biscuits préférés". Cette catégorie de consommateurs a

les goûts les plus stricts et exige une marque, toujours la même de biscuits, de lessive ou de pâtée pour animaux. Ces gens achètent peu à la fois, parfois un seul article, mais régulièrement. Le contraste est frappant entre le chariot bourré de victuailles d'une mère de famille ou la maigre provision d'une personne âgée.

Un panorama des goûts de la clientèle est donné par la liste des produits les plus, demandés, pâtes alimentaires et huile dans les Casinos, témoignages irrécusables de l'existence à Nice d'une forte proportion de familles italiennes, ou d'origine italienne consommant des pâtes à tous les repas, et de méditerranéens qui préfèrent l'huile au beurre, pour la cuisson des aliments. Les sauces tomates sont les plus demandées alors que les supermarchés placent beaucoup plus difficilement que leurs homologues de la région lyonnaise ou du nord de la France des sauces élaborées comme les sauces aux champignons. Les vins de qualité sont surtout des rosés de Provence. De même, pour répondre à une très forte demande, les supermarchés Casino vendent en été des tomates du pays allongées quelquefois presque vertes, alors que les tomates rondes et bien mûres restent pour compte; c'est que le hors d'œuvre quotidien est une salade faite avec des morceaux de tomates fermes.

Le Niçois préféreraient aussi acheter les tomates sans leur pédoncule vert ! Les grandes surfaces de vente sont donc dans l'obligation de se plier aux habitudes culinaires locales.

Une enquête menée de concert en mars-avril 1968 par les Prisunic de la Victoire, de Gorbella et de Cimiez révèle une représentation de toutes les catégories socio-professionnelles. Suivant les magasins 21 à 29% des clients sont des employés; les "inactifs" retraités et touristes sont nombreux, même en morte-saison touristique mars-avril, il y a encore une forte proportion de gens la venus se retirer à Nice pour l'hiver; mais dès le mois de mai, la clientèle des touristes se diversifie en âges et en revenus, représentée par la classe d'âge moyen de 50 ans. A lors les achats portent sur l'équipement vestimentaire et sportif, sur les eaux minérales et les jus de fruits. La clientèle ouvrière représente seulement 13% du total. Le secteur primaire se recrute parmi les maraîchers de la plaine du Var, les pépiniéristes et cultivateurs de fleurs des collines de l'arrière-pays, de Prisunic St-Pancrace, Saint-Pierre de Féric et les coteaux du Var. Les gens des professions libérales fréquentent un peu les magasins Prisunic mais davantage encore la Riviera et les Galeries Lafayette.

Quelle que soit sa catégorie, la clientèle est mouvante car s'exerce le jeu de la concurrence; aussi le magasin peut-il avoir une clientèle proche ou au contraire éloignée du lieu de son implantation. Les magasins périphériques comme les Casino de Falicon et de la Promenade des Anglais, les Prisunic de Cimiez et de Gorbella, Nicéco et le supermarché central ont eu une clientèle de quartier avant que la création de parkings n'attire une clientèle plus éloignée. Le supermarché Casino de la Promenade des anglais est au service d'une population en augmentation constante, le secteur de la Californie passant de 30.000 habitants en 1962 à plus de 45.000 en 1968. Le seul quartier Saint-Augustin a vu sa population doubler en six ans, passant de 8.141 à 16.244 unités. Les nouveaux immeubles de luxe des collines de Fabron-Ferber comme le "Riviera-Plage" et de nombreux logements de type HLM vont contribuer à accroître encore le peuplement d'un secteur de la ville de Nice très défavorisé sur le plan commercial, pourvu jusqu'alors de petites boutiques d'aspect maussade indignes d'une grande cité. Le supermarché recrute donc la plus grande part de ses clients entre Magnan et l'Aéroport, en est-ouest, mais exerce aussi une attraction vers le nord sur les quartiers périphériques urbanisés, Fabron Ferber, Caucade, La Madonette, La Lanterne, Terron. Sa clientèle régulière est doublée d'une population saisonnière estivale au total, il possédait une large zone d'influence dans un rayon de 30 à 40 kilomètres, jusqu'à Grasse, Vence ou Biot, privilège aujourd'hui périmé depuis les nouvelles créations occidentales, du Cap 3000 au Monoprix de Grasse. Une observation faite à 18 heures, un samedi du mois d'août, relève une forte affluence qui justifie le fonctionnement de huit des douze caisses enregistreuses; les trois quarts des 180 places du parking sont alors occupé, par 80% de la clientèle viennent en voitures

particulières ou en autocars. Ainsi le grand magasin installé dans un nouveau quartier joue un rôle essentiel dans le ravitaillement et contribue à améliorer la vie quotidienne; c'est un service auxiliaire de l'urbanisation en cours. Pendant quelques années cependant, les habitants de l'ouest ont dû effectuer leurs achats non alimentaires à Magnan ou même au centre de Nice.

Déjà pendant son existence éphémère, le supermarché centre Grosso avait enlevé une partie de la clientèle des habitants de l'ouest, Californie, Madeleine, au Prisunic du centre, en leur offrant des rayons, vêtements et alimentation, analogues. Ce supermarché tirait cependant en majorité une clientèle de quartier, mais publicité s'exerçait vers le nord pour étendre son aire jusqu'à Gorbella, tout au long du boulevard Gambetta où s'opposent en concurrence les deux supermarchés de ce boulevard et le Prisunic de Gorbella. Le supermarché conservait donc une physionomie traditionnelle de "boutique" où les gens viennent faire leurs achats quotidiens; le samedi le magasin doublait son chiffre d'affaire grâce à un parking de 250 places.

Parmi les magasins "périphériques" figurent les deux Prisunic de Gorbella et de Cimiez, tous deux installés dans des quartiers où le petit commerce prédomine; ils font donc figure de temple du commerce polyvalent où la clientèle peut se procurer la gamme quasi complète des produits courants. Des catégories socio-professionnelles différentes traduisent les caractéristiques du peuplement de chaque quartier. Employés et ouvriers dominent (46%) parmi la clientèle du supermarché de Gorbella, tandis qu'à Cimiez: cadres moyens et supérieurs titulaires de professions libérales fournissent 32% d'une clientèle où les ouvriers figurent seulement, pour 10%. À Gorbella, 29% de la clientèle a des revenus mensuels inférieurs à 1000 F. Le pourcentage est ramené à 20% à Cimiez assez peu sensible à la base, la différence s'accroît en remontant l'échelle sociale: les pourcentages de la clientèle disposant de 2000 à 3800 F. sont respectivement de 12 et 38%. On pourrait donc s'attendre à des écarts notables entre les dépenses moyennes faites dans ces deux Prisunic, or l'étude de la nature des achats et des dépenses moyennes ne les fait pas apparaître. Les montants des achats de produits alimentaires s'élèvent à 57 et 66%, ceux des dépenses non alimentaires à 13 et 9, tandis que 29 et 25% des clients réalisent à la fois les deux séries d'achat. Des deux côtés, l'ordre de grandeur des dépenses moyennes est le même, aussi bien pour l'alimentation (23 F.) que pour les nouveautés ou articles de bazar (15 F.). C'est qu'il y a une différence dans la composition des familles: les gens de Gorbella font des achats pour des familles de 4 à 5 personnes, les résidents de Cimiez sont souvent sans enfants à leur foyer. C'est la raison pour laquelle les gens du quartier populaire et du quartier résidentiel dépensent pour leurs achats des sommes équivalentes.

L'aire de recrutement de la clientèle varie avec les fréquences des visites au magasin et avec les moyens de transport utilisés. Prisunic de la Victoire; 62% des clients fréquentent le magasin plusieurs fois par semaine, mais 3% d'entre eux seulement ont à parcourir une distance supérieure à 300 m.; s'il faut faire un trajet de 300 à 150 m., 38% viennent au magasin une seule fois au moins par semaine. 53% des acheteurs viennent à pied et 27% utilisent les transports en commun; 8% seulement empruntent leur voiture pour faire les courses à cause des incertitudes du stationnement. Les piétons appartiennent en partie aux classes d'âges de 35 à 55 ans, en partie aussi à la population de l'avenue ou du quartier. Ainsi, la clientèle la plus assidue est bien la clientèle locale, mais ce n'est pas forcément celle qui effectue les plus gros achats importants, enfin 80% des clients ont entre 18 et 55 ans (voir fig.11). 69% des clients du Prisunic de Gorbella ont moins de 600 Mètres à parcourir pour venir au magasin, 94% d'entre eux donc davantage qu'au Prisunic de la Victoire, effectuent des achats au moins une, sinon plusieurs fois par semaine. La fréquentation par les gens du quartier est donc assidue; la clientèle de passage est rare mais vient en voiture, attirée par l'existence d'un grand Parking; peu de clients (3%) empruntent les moyens de transport en commun.

Catégories socio-professionnelles	Nice Victoire	Gorbella	Cimiez
Agriculteurs	0%	0%	1%
Cadres commerçants	34%	33%	41%
Employés	22%	33%	24%
Inactifs	29%	21%	21%
Ouvriers	13%	13%	10%
Nature de l'achat:			
Alimentaire	25%	57%	66%
Autre	40%	13%	9%
Dépenses moyennes:			
Alimentation	19 F	28 F	28 F
Autre	17 F	15 F	15 F
Globales	25 F	31 F	29 F
Rayon d'action:			
0 à 300 m.	3%	38 %	15%
300 à 1500 m.	32%	57%	34%
1500 à 3000 m.	65%	5%	31%
Fréquence de vente par semaine:			
Plusieurs fois	62%	64%	74%
1 fois	26%	30%	19%
moins d'une fois	12%	6%	5%
Moyens de transport:			
A pied	58%	60%	42%
En voiture, 2 roues	14%	37%	56%
Transports en commun	27%	3%	2%
Tranches d'âges:			
18 à 35 ans	35%	38%	34%
35 à 55 ans	45%	42%	47%
+ de 55 ans	20%	20%	19%

Fig.11.- Etude de la clientèle de Prisunic.

La distribution des tranches d'âges est la même qu'à la Victoire. Le Prisunic de Cimiez a un rayon d'action de 1500 m du fait de l'extension récente du quartier; 74% des acheteurs viennent plusieurs fois par semaine et les automobilistes constituent 53% de la clientèle. Trois Prisunic ont donc en commun une audience auprès de la population depuis la catégorie des jeunes de 18 ans jusqu'à la classe d'âges de plus de 55 ans; d'autre part, quel que soit le rayon d'action et le mode de circulation adoptés par la clientèle, locale ou de passage, la fréquence moyenne des achats est élevée.

Le fonctionnement.- Les grands magasins, les supermarchés et les magasins populaires ont à résoudre des problèmes internes et externes pour faciliter la vente au mieux de leurs intérêts. L'installation des magasins en ville suppose la solution d'une série de problèmes cruciaux, le déchargement des camions de livraisons, le stationnement des automobiles de la clientèle et l'encombrement des trottoirs. Le matin, avant l'heure d'ouverture, les camions des Galeries Lafayette ou autre Riviera stationnent en double file dans les rues perpendiculaires à l'avenue Jean Médecin ou plus près des portes d'entrée de marchandises. Les livreurs ont intérêt à réaliser le dépôt des marchandises en un temps minimum pour esquiver les procès-verbaux; mais les articles laissés sur les trottoirs les encomrent une bonne partie de la matinée en attendant leur transfert au dépôt du magasin. En effet, l'installation des principaux magasins au cœur même de la ville est un avantage commercial aujourd'hui chèrement payé par des servitudes insurmontables. Le manque de places de parking est une bne pour les clients; ils vont à pied au magasin et réservent leurs gros achats de produits d'alimentation aux nouveaux magasins périphériques mieux dotés en emplacements pour les voitures. Les parkings de la Charité et de la place Masséna offrent en 1972 encore un petit nombre de places car, dès huit heures du matin la moitié d'entre elles est occupée par les automobiles. des employés qui travaillent dans les parages. Eté comme hiver s'allongent les files d'attente pour une place; en dernier recours, le conducteur reste au volant de la voiture et fait le tour du pâté de maisons pendant que sa femme court pour réaliser son programme d'emplettes (voir fig 12).

Prisunic Gorbella	2.100 m ²
Prisunic Cimiez	1.500 m ²
Casino Promenade des Anglais .	180.places

Fig.12.- Magasins dotés d'un parking Privé.

Dans les quartiers "périphériques", à Gorbella ou à Ferber, les magasins, les plus récents, ont chacun son propre parking réservé a sa clientèle. Le parking en sous-sol du Casino Ferber, ouvert en 198, offre 180 places et celui du supermarché' de Grosso en dispose de 250. Désormais, tout nouveau magasin est doté d'un parking; dès lors, la distance entre moins en compte que la durée et la facilité du déplacement en voiture. Ainsi, l'enquête faite au Casino de la Promenade des anglais révèle la présence de clients venus de Cimiez, Gairaut, Caucade ou Saint-Sylvestre; ils groupent leurs achats pour économiser du temps, de la Fatigue et de l'essence

Au centre de la ville, les magasins peuvent difficilement s'agrandir, même s'ils sont au rez de chaussée d'un immeuble (Casino de la Victoire); seules les Galeries Lafayette, installées depuis longtemps ont eu la possibilité d'éliminer d'un pâté d'immeubles tout autre commerce ou logement. Créée plus tardivement, les magasins périphériques bénéficient d'une organisation plus moderne et d'un accès plus facile. Ainsi les livraisons du Casino de le. Promenade se font sur une aire spéciale donnant directement accès aux endroits de stockage, à l'arrière du magasin; malgré tout, le Casino, commence déjà à se mesurer aux problèmes connus depuis dix ans au contre de Nice.

Les principaux problèmes internes sont le manque de place et le vol. Les directeurs se plaignent presque tous des encombrements intérieurs surtout si le magasin, tel les Galeries, est d'une conception ancienne inadaptée à la fréquentation de masse. Il est donc procédé à des remaniements ingénieux des rayons pour permettre une circulation fluide aussi bien à l'étage que d'un étage à l'autre; depuis 1956, des escalators sont en service aux Galeries comme à la Riviera. Les rayons. trop linéaires, coupables de canaliser la circulation, sont remplacés par des gondoles, où la marchandise est offerte en vrac, entre lesquelles l'acheteur peut s'arrêter sans

gêner la voisin qui emprunte alors un autre itinéraire. Le magasin devient un lieu de promenade et de distraction, tel le rayon "20 ans aux Galeries Lafayette. La grande affaire aux supermarchés est la circulation des chariots, commodes pour le transport, car leur grande capacité pousse à l'achat, mais dont l'encombrement semble mal calculé par rapport aux couloirs de circulation. Accrochages, maniabilité défectueuse entraînent une perte de temps et un énervement de la clientèle; le système est idéal lorsque la circulation est facilitée par de larges dégagements

D'autre-part, l'encombrement dû à l'afflux de la clientèle bouscule l'organisation du travail des employés, ainsi dans les supermarchés Casino, en fin de semaine les rayons des eaux minérales, des huiles, des pâtes sont réapprovisionnés entièrement trois fois ou parfois davantage dans la journée, faute de place sur les rayons. Les marchandises sont stockées et plus ou moins entassées dans les arrières-salles du supermarché; il n'est pas toujours facile d'accéder à la caisse de marchandises convoitée. Un autre problème est la consigne des bouteilles, affaire qui mobilise trois personnes en fin de semaine sur un emplacement réservé ou dans une pièce spéciale. Aussi les magasins encouragent-ils l'adoption des systèmes de l'emballage perdu et surtout de l'emballage en plastique. Le manque de place décide de l'ouverture ou de la fermeture d'un rayon; ainsi, le Casino de la Promenade a dû supprimer le rayon de la vaisselle.

Le vol est un problème permanent aussi bien pour le Palais de Justice de Nice que pour les directeurs de magasins; la moyenne quotidienne des déprédations est de trois au Casino de la Promenade, malgré l'entretien d'un personnel spécialisé dans la surveillance. Le système du libre-choix aboutit souvent à l'encombrement du Casino et à une surcharge de travail pour le personnel, situation exploitée par des kleptomanes ou par des bandes spécialisées, véritables "gangs" qui savent où revendre la marchandise. Le montant des vols augmente le samedi, les jours de panne d'électricité ou à la veille des fêtes. Dans chaque cas, les inspecteurs agissent avec discrétion et rapidité; la procédure engagée va de la simple remontrance avec restitution du larcin jusqu'aux tribunaux. Le manque de place pour la circulation de la clientèle favorise les vols tout progrès dans l'aménagement interne est donc à double effet. Les magasins s'intègrent au tissu urbain par leur façade classique (les Galeries Lafayette), leur bâtiment encadré d'habitations (le Casino de la Victoire), par leur disposition traditionnelle rectangulaire. Rien ne révèle extérieurement, sinon par des enseignes lumineuses et des vitrines, le rôle capital des magasins dans une ville touristique et commerçante. De plus en plus, Niçois et, touristes s'adressent aux grands magasins populaires et succursales pour bénéficier des avantages de prix et de choix des articles. En outre, les magasins sont des chantiers de travail intéressants dans une région où les emplois offerts aux jeunes gens sont encore trop peu nombreux.

Typologie des magasins.- Le rôle de la distribution dans l'économie française peut se mesurer au nombre des établissements de commerce de détail, 673.000 en 1967, au chiffre d'affaires, 200 milliards de francs, et aux 200.000 emplois offerts, ce qui place cette branche au deuxième rang sur le plan national. Il est difficile de classer tel magasin, les "Nouvelles Galeries" par exemple, parmi les grands magasins ou les magasins populaires, ou encore de ne pas confondre le type de magasins et la technique d'exploitation. En réalité toutes ces firmes font le commerce de détail.

Les deux grands magasins de Nice, La Riviera et les Galeries Lafayette répondent à la même définition: ils offrent tous deux à la clientèle niçoise différentes catégories d'articles réunis dans un même local. Chaque catégorie constitue un rayon avec un choix assez étendu pour faire du rayon un petit magasin spécialisé, définition donnée par Rives dans son "Traité d'Économie commerciale". Mais les grands magasins sont aussi caractérisés par une intégration dans une centrale d'achat. Leur politique commerciale consiste à multiplier les services, donnant l'occasion et l'envie au client de séjourner dans le magasin. Pour répondre à cette conception, il vient d'être aménagé aux Galeries Lafayette une superbe terrasse dotée d'un vaste

salon de thé, d'un snack, d'un "garden-center" et d'un salon de coiffure. La présentation des articles est des plus soignées, les locaux des plus conformes aux exigences des clients; partout une climatisation rend agréable l'ambiance des jours caniculaires. Ces deux magasins, filiales de grands magasins de Paris, fonctionnent avec le concours de 1.265 employés (l'ensemble des grands magasins français offre 50.000 emplois). Les surfaces de vente sont de 19.600 m² pour les Galeries Lafayette et de 5.835 pour la Riviera. Ils s'adressent à une clientèle relativement aisée à la recherche de produits de qualité.

Créations américaines à l'origine, les magasins populaires finissent par rapprocher leurs formules de vente de celles de leurs prédécesseurs, les gratuits magasins; ils élargissent l'éventail des choix et améliorent la présentation faite désormais en rayon homogènes. Cependant, leur collection est réduite à environ 4.000 articles au lieu de 80.000 pour les grands magasins; mais leurs rotations plus rapides et leurs surfaces de vente limitées à 1.197m² à Uniprix et à 2.317 m² au Prisunic de Gorbella. Les systèmes permettent des économies de personnel, d'où un rendement élevé par employé. Ils se distinguent aussi par la grande place donnée au rayon des produits alimentaires (45% des ventes) vendus en libre service; les autres articles sont des produits d'accompagnement pour satisfaire les besoins courants de la clientèle. Cinq unités du groupe magasin populaire fort de 700 points de vente et 47.000 employés sur le plan national, fonctionnent à Nice avec un minimum de 518 travailleurs.

Grands magasins et magasins populaires, jouent un rôle presque équivalent avec respectivement 4% et 3% du chiffre d'affaire global du commerce français. Le commerce de détail à formule "succursaliste" est représenté à Nice par les Etablissements économiques CASINO; l'appellation "succursaliste" est réservée aux entreprises qui intègrent les fonctions de grossiste et de détaillant. Créée en 1898 par Geoffroy Guichard, la Société des magasins Casino ouvre la première succursale à Veauche, près de St-Etienne; pour ravitailler ses succursales de la région, elle installe un entrepôt à Saint-Etienne, puis un autre à Avignon, détruit par un incendie et remplacé par l'entrepôt de Marseille chargé de l'approvisionnement des succursales ouvertes dans le midi de la France. A l'origine, l'essentiel du chiffre d'affaires est obtenu par les ventes d'articles d'épicerie et de boissons cette phase de spécialisation est terminée et la firme s'oriente vers la vente des produits frais. La formule du succursalisme prévue pour réduire les coûts de distribution, supporte une réduction et une simplification extrême du service de la comptabilité. Malgré des surfaces de vente réduites, entre 300 et 1000m², la Société Casino atteint un chiffre d'affaires de 12,23 millions de francs en 1966. Le Casino de la Promenade a lui-même un chiffre d'affaires de 400 à 600.000 NF par semaine, dont un quart fourni par les articles d'épicerie. Notre étude laisse de côté d'autres formules de succursalisme, celles de la chaussure avec les firmes Bata, Bally ou André ou de l'habillement comme Thierry Sigrand, Materna et Prénatal.

Le commerce associé groupe des commerçants indépendants, organisés ainsi pour résister à la concurrence. L'association fournit à ses membres des marchandises achetées par groupement de commandes et met à leur disposition un certain nombre de services. Cette formule commerciale intéresse surtout les commerçants en produits d'alimentation; ainsi, à Nice, le supermarché Gambetta travaille sous la raison sociale EUCO (Union d'achats européens).

Sur les plans juridique et financier les magasins sont donc très différents; mais ils ont recours à des formules commerciales analogues. A l'origine Magasin d'habillement et de nouveautés, les Galeries Lafayette donnent aujourd'hui une très grande place à l'alimentation; les Casino suivent l'évolution inverse en ouvrant des rayons de nouveautés et d'articles de bazar. Les magasins récents comme le supermarché Gambetta ou Central Grosso vendent simultanément dès leur ouverture, de l'alimentation, des articles de confection et de droguerie. En effet, c'est une obligation imposée par la concurrence d'offrir au public le plus grand nombre d'articles variés pour attirer la curiosité et l'envie, pour inviter les visiteurs à prolonger et

renouveler leurs séjours, bref pour inciter à acheter plus. Les magasins se font donc une âpre concurrence entre eux et surtout mènent la vie dure au petit commerce de détail indépendant

Un bon exemple de cette concurrence est donné par le supermarché Gambetta et sa voisine la Cité marchande. Venues le matin par cars ou autobus, les ménagères donnent leur préférence soit à Nice, soit au supermarché, d'où une guerre aux caisses enregistreur ses. Le supermarché ne craint pas d'offrir lui aussi des fruits, spécialité de la cité marchande, à l'usage d'une clientèle de tout âge; les personnes âgées elles-mêmes finissent par renoncer à leurs chères habitudes et pour acheter au magasin à grande surface, par les prix, à qualité égale. La Cité marchande est sur la défensive, réduite à un rôle de complémentarité, offrant les produits alimentaires peu courants. En saison, le supermarché vend des sachets d'huîtres (1/2 douzaine) à un prix inférieur à ceux de l'huître en plein vent.

La concurrence joue également entre les "grands". L'ouverture en 1968 du supermarché Gambetta enlève à Nice 30% de sa clientèle, avant d'arriver à une période de stabilisation et de partage des acheteurs où Nice récupère alors la moitié du terrain perdu alors que son rival Gambetta continue en 1963 et 1969 à accroître son chiffre de 48%. La concurrence n'est donc pas toujours un agent de destruction, mais de stimulation pour le commerce. Les groupements de détaillants ne peuvent pas toujours aligner leurs prix sur ceux des magasins abonnés à une centrale d'achat; au départ, en effet, Prisunic obtient pour les mêmes produits achetés aussi par UNA, une remise supérieure de 5%. S'ils ne peuvent pas aligner leurs prix sur ceux des Casino les groupements de détaillants recherchent un produit concurrent. Très proches d'un de l'autre, Prisunic et Casino de la Victoire se font eux aussi concurrence; l'un est mieux placé pour les articles d'épicerie, l'autre pour les produits frais.

Visiter un samedi après-midi le rayon d'alimentation d'un Prisunic, Uniprix, Casino ou des Galeries Lafayette, permet de constater une affluence surprenante. D'après l'Institut Français du Libre-service, Nice est, au 1er Janvier 1966, une des villes françaises où le rapport densité/magasins populaires est le plus satisfaisant avec un magasin populaire par moins de 50.000 habitants. Les magasins de l'avenue Jean Médecin semblent prospérer aisément côte à côte; mais en période de marasme économique comme 1969/70, il y a eu un ralentissement marqué des commandes et des arrivages. Les magasins "périphériques" ont traversé cette période sans être affectés, car leur rôle va s'accroissant dans le commerce niçois. S'ils offrent des prix et produits identiques à ceux des magasins centraux, ils retiennent à leur profit la clientèle des banlieues. Notre étude enregistre les résultats d'une politique commerciale remise en question par l'ouverture des hypermarchés et des centres commerciaux, tel Cap 3000 qui organise autour des Nouvelles Galeries un centre commercial unique dans la région; d'autres centres sont en cours d'installation. S'inspirant des exemples américains, ces entreprises sont conçues non à l'échelle d'une ville ou quartier mais à celle d'une région en voie d'expansion; le centre commercial redevient quelque peu ce qu'était autrefois la place publique, lieu de rencontre et d'échanges sous toutes leurs formes. On accuse souvent le grand commerce d'éliminer le petit commerce traditionnel, formule exacte en partie seulement. Le magasin à grande surface est aussi un promoteur, un catalyseur dans la création de commerces complémentaires. Ainsi, à l'ouverture du supermarché central du boulevard Grosso, des salons de coiffure et des boutiques ont été créés pour profiter de la nouvelle ambiance commerciale du quartier. De même, l'ouverture de Cap 3000 à St Laurent du Var va inciter des commerçants des alentours à s'organiser sur le plan commercial en tenant compte de ce voisinage, à se rénover et à s'accroître est un des aspects bénéfiques de cette évolution. Un autre résultat de ces créations est l'amélioration de la qualité et baisse des prix. Le temps est fini où les familles d'ouvriers s'habillaient à l'économie; toutes les classes sociales recherchent le plaisir vestimentaire. Aussi Prisunic a-t-il mis à la disposition du grand Public, des articles à prix raisonnables et qualité supérieure à la moyenne: pull-overs à 40 F., robes à 70 F et 100F, sacs en cuir et meubles

modernes. A Paris, des essais de vente de manteaux de cuir et de fourrure ont été couronnés de succès; cette réussite est à l'origine d'expériences analogues dans les magasins niçois.

CONCLUSION

Créés ou gérés par de grandes Sociétés, les magasins à succursales multiples organisent autour d'eux une vie de relations, des mouvements d'hommes, de marchandises et de capitaux, animation favorable à une intégration dans la ville. Témoignage irréfutable d'une prestigieuse carrière touristique, une forte densité de grands magasins fait de Nice une des grandes cités commerçantes de France les magasins ne sont pas seulement là pour les touristes et les gens en vacances, mais avant tout pour satisfaire les besoins croissants d'une population en expansion. Ils sont, le carrefour des échanges commerciaux quotidiens tout en laissant aux petits commerces spécialisés des possibilités d'existence; liens entre producteurs et consommateurs, ils font vivre une population de salariés. L'ouverture toujours plus large de, la frontière italienne offre la perspective d'une vaste région du Marché Commun allant de Marseille à Gênes, région nouvelle où Nice est appelée à jouer, grâce à son "stock" de grosses affaires, un rôle intéressant de relais commercial.

Françoise ELLACOTT.

Laboratoire de Géographie de Nice
Mise au point du texte par Jean MIEGE et Marie-Claire GROSSO.
Mise au point des figures par Jean OTTAVI.

**LA GARE DE NICE
SAINT-ROCH.
(Prof. J.MIEGE)**

Par N. BARDECHE

"Symbole d'un brusque accroissement démographique et économique, la gare est un phénomène urbain et comme tel relève de la recherche Géographique " affirmait René Clozier. De fait, le faisceau ferroviaire de Nice Saint-Roch marque d'une empreinte singulière le quartier où il est implanté, transformant le peuplement, la fonction économique et sociale. La gare assure depuis une cinquantaine d'années un trafic qui s'est accru et s'est amélioré sans cesse.

Le passé.- Un accident topographique fixe de bonne heure un des grands axes de la circulation à la sortie de Nice. C'est l'ample bassin creusé par le Paillon, entre la butte de Cimiez à l'ouest et le pli Formé par le Mont Boron, le Mont Gros à l'Est. Cette dépression localise de bonne heure la route de l'arrière-pays, vers le col de Braus et de Sospel, puis le col de Brouis et Breil et enfin le col de Tende et le Piémont.

Pour améliorer les relations entre les deux versants des Alpes, deux projets sont en concurrence, la première réalisation est celle du Fréjus en 1872. D'autre part, dès 1856, pour une dépense de 30.000 francs, le gouvernement italien fait étudier divers tracés pour établir une voie commerciale directe entre Nice et Coni par la vallée de la Vésubie. La province de Coni est une des plus riches de la haute Italie. Elle récolte 1.3000.000 hl de blé, 150.000hl de maïs 3000.000 quintaux de fourrages et 25.000 quintaux de châtaignes, rapporte Henri Lefevre en mars 1872. Selon le Chemin de fer du Mont Cenis (Fréjus) est fout à fait impropre à desservir d'une manière satisfaisante les relations midi de la France avec le Nord de l'Italie". Aussi, malgré des communications terrestres difficiles, un courant commercial s'organise vers la France. L'administration, des douanes recensent en 1871 l'importation de 9.447 bœufs, 3.795 vaches, 10.222 veaux et 50.564 moutons, de 1059.626 kg d'œufs-volailles, 263.181 kg de viandes fraîches et 390.899 de beurre et fromages. Par suite de la longueur et de la lenteur du voyage, les bœufs perdent 1/10 de leur poids, donc une perte sèche de 500.000 francs, sans compter des frais de voyage de 16 francs par tête de bétail, soit quatre fois le prix de transport par voie ferrée.

En 1875, l'ingénieur en chef Arnolin calcule que le parcours de Turin par Valence, Grenoble et le Cenis s'étire sur 593 km, trajet plus long de. 170 km que celui par le col de Tende, soit le coût du transport majoré d'environ 9 francs par tonne. De plus, les voyageurs, toujours plus nombreux, qui de la Suisse et de l'Allemagne, viennent passer l'hiver à Cannes Monaco ou Menton, s'y rendront par Gênes et non par le col de l'Echelle, tandis qu'ils auraient tout avantage à passer par le col de Tende. Plusieurs avant-projets sont alors préparés le tracé de Gerrotti s'embranché à Vintimille sur le chemin de Nice à Gênes, s'élève dans la vallée de la Roya et Passe par le col de Tende ; le projet d'Henri Lefevre de mars 1872 (ingénieur-député des Alpes-Maritimes) remonte sur 61 km les vallées du Var, de la Vésubie passe sous le Mont Pagari, débouche dans la vallée du Ghesso et arrive à Coni. Le tracé de la ligne est commun sur une longueur de 23 km avec celui de la ligne Nice-

C'est, en définitive, l'avant-projet sarde de PETIT-NISVEL, du 27 avril 1857, par la vallée du Paillon qui est adopté dans ses grandes lignes (voir fig. 1). Cette étude fixe le point du départ de la ligne la station de Nice-ville et laisse intacte la grande plaine de Saint-Roch, car le tracé longe le pied de la colline à l'Est, le classement dans le réseau d'intérêt général voté par la Chambre des qui veut ménager les susceptibilités de l'Italie et entamer avec elle des négociations.

Le 30 Octobre 1893 et le 20 Janvier 1892, la Compagnie des chemins de fer est invitée à étudier une ligne de Nice-Coni par Sospel, avant-projet présenté le 19 avril 1898. La concession, faite à titre éventuel à la Compagnie par la convention du 24 Janvier 1902, est approuvée par la loi du 18 Juillet 1903. L'établissement de ce chemin de fer est déclaré d'utilité publique à titre général le 16 mars 1906 et le projet définitif est accepté le 7 janvier 1907 (voir Fig. 2) après enquête et relevés ; la mise en chantier est décidée le 20 août 1909.

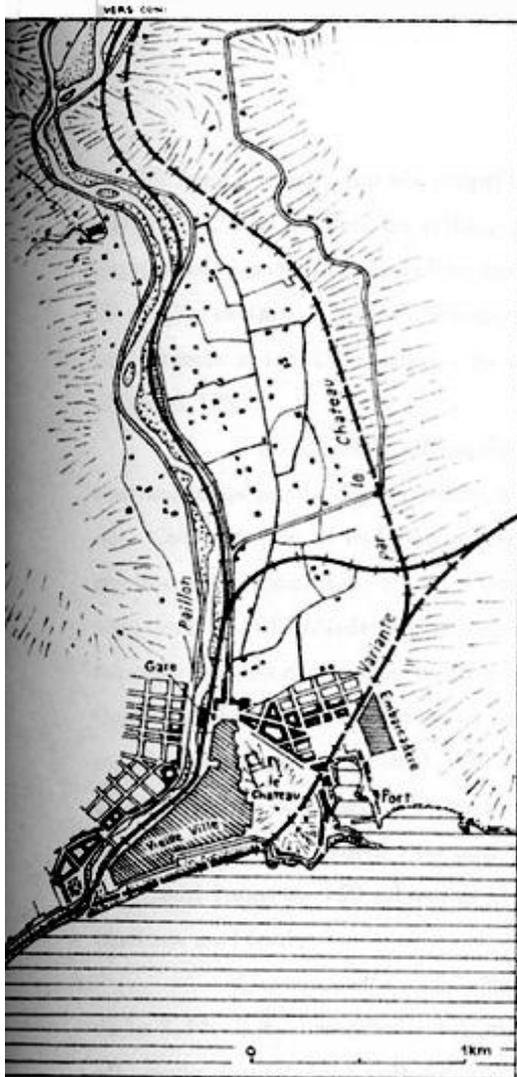


Fig. 1.- Avant-projet PETIT NISPEL
du 27 avril 1857

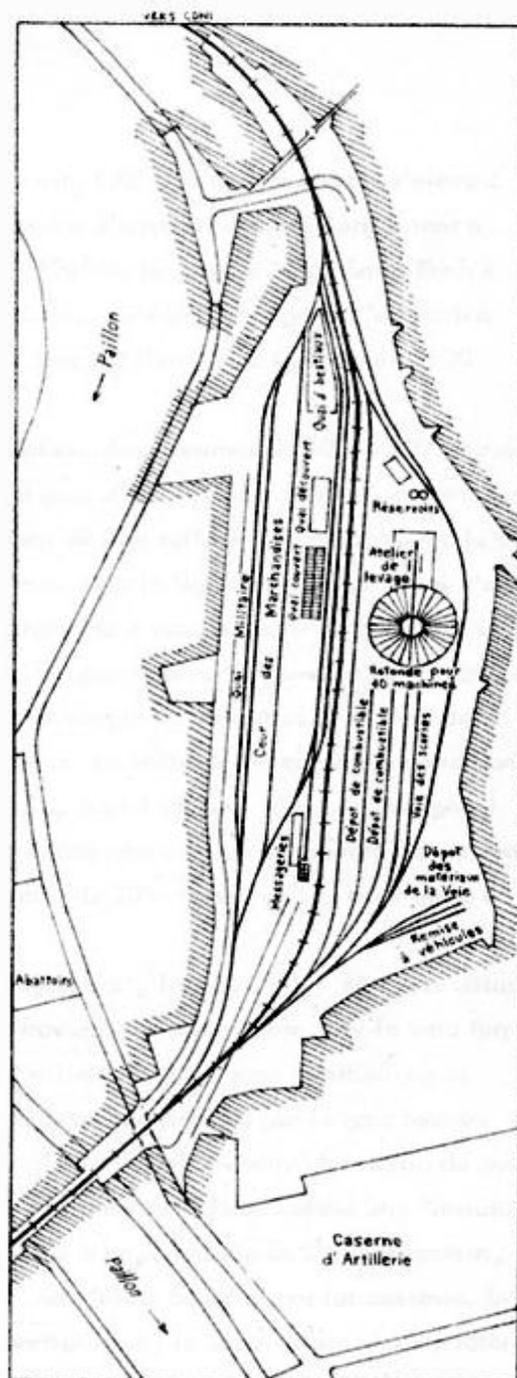


Fig. 2.- Plan définitif du 7 janvier 1907

LA GARE DE NICE-SAINT ROCH

L'emplacement de gare offre l'avantage d'offrir à faible distance du centre de la ville une vaste étendue de terrains disponibles. Ici, la loi du développement urbain ne rencontre aucun obstacle. D'autre part, la gare vient compléter la "ville du port" née sur la rive gauche du Paillon depuis le creusement en 1860 du Bassin moderne de Lympia. La gare ne s'implante dans les terrains vagues en mais dans une plaine bien cultivée. Toutefois, Il n'y a ni monuments, ni jardins précieux et la ville peut exproprier 136 lots sans ; Trop de difficultés. Le plan parcellaire

de la compagnie ne mentionne pas la totalité des emprises : 84.778 m² font l'objet de cessions amiables consenties de 100 francs le m², par six propriétaires le 25 mai 1907; la dépense totale s'élève à 907.700 F. 166.095 m² en villas, potagers, jardins d'orangers et d'oliviers restent à exproprier avant la construction commencée en 1909 de la gare de Nice-Saint Roch 29 m 50 d'altitude. Œuvre d'ingénieurs du P.L.M., Canat chargé de l'exécution des travaux et Imbert, chargé du contrôle, la gare est livrée à la Compagnie le 30 Octobre 1928. De légères modifications du plan prévu, doux courbes de 300 et 730 mètres, sont imposées par le déplacement à droite de la gare d'une rotonde de 90 m pour 40 machines. Cette station et la ligne elle-même auraient dû être reliées directement avec le port par des voies spéciales. Mais, l'écartement retenu pour la ligne de Coni est celui d'une voie étroite et le Ministère estime qu'un raccordement à voie normale "entraînerait une dépense hors de proportion avec les résultats qu'on peut espérer". Au-delà de la gare, la ligne franchit le contrefort de la Roche par un souterrain de 96 mètres. Au total, les emprises de la gare sont de 1.050 m sur 300 mètres. La halle de marchandises correspond aux besoins du commerce. Dotés de 3 grues de 10, 6 et 4 tonnes, 10 quais témoignent de l'importance du trafic : un quai à coke, deux couverts et deux découverts, deux quais voyageurs longs de 150 mètres et un quai militaire de 300 mètres, enfin, deux quais à bestiaux au Nord.

L'avenue d'accès, "l'avenue des voyageurs", longue de 351 mètres se détache de la R.N. 204, immédiatement au Sud de la traversée de cette route, par la voie ferrée ; elle passe ensuite sous celle-ci par un pont métallique de 15m jugé inesthétique et s'élève jusqu'au bâtiment des voyageurs. Les énormes lorrains pris par la gare sont en remblais de 6 mètres, exigé par la pente de la plaine de Saint-Roch. Une partie du quartier est ainsi mise en cave. La gare est donc à l'origine considérée comme une "intruse" par la cité niçoise et, pour cela, elle est refoulée à la périphérie de l'agglomération, dans un quartier utilitaire où elle est précédée par l'usine à gaz et par les casernes. Le quartier où elle s'installe n'est donc pas un quartier neuf ; le canevas des rues s'y réfère à un peuplement antérieur, certes sporadique. La construction de la Gare entraîne des ajustements de détails, en particulier par le déplacement du chemin rural n°67 de Roquebillière, devenu depuis le boulevard Pierre Semard. D'autre part, l'habitat de la campagne de St-Roch est insuffisant pour loger le personnel de la gare ; une "cité" de 154 logements répartis en petits immeubles de 3 ou 4 étages se développe rapidement le long de l'avenue Denis Semeria, premier exemple d'un peuplement provoqué par l'ouverture de la gare.

La gare actuelle.- Si extérieurement la gare ne change pas; car elle ne peut pas s'agrandir, l'arrangement intérieur subit des transformations incessantes. Les principales sont celles des années 1967-1968 : époque où toutes les installations marchandises de Nice-Ville sont transférées à Nice-St Roch. Les transformations portent sur l'augmentation du nombre des voies, l'électrification inaugurée. Le 6 Février 1969 et la spécialisation progressive dans le service.

Le mur de soutènement, créé pour les besoins des chemins de fer, véritable enceinte fortifiée, entrave l'extension de la gare intra-muros ; ailleurs, elle est coincée entre les constructions urbaines, trop chères pour être expropriées (voir fig. 3). La gare actuelle occupe une surface de 25 hectares identique à celle de 1928 mais elle a été profondément remaniée dans ses structures, pour permettre la réalisation d'une halle à marchandises en "U" à deux quais parallèles de 275 m de long sur 17 m de large, dont une branche et la base constituent le quai S.N.C.F. et l'autre branche le quai des groupeurs. Une série de bretelles de jonction permet les dessertes partielles des voies à quai en partent de la voie centrale. Tout le trafic R.A. (wagons et colis) est donc traité à Nice-St-Roch, non seulement le trafic de détail pour l'agglomération de Nice, mais celui qui relève de la "desserte en surface" ou qui est pris en charge par les groupeurs. Cinq cours de débords de vaste dimension sont encadrés par les installations

nécessaires aux diverses techniques rail-route (transconteneurs-kangourous), ainsi le quai U.F. (remorques, rail, route) desservi par trois voies en bout et un faisceau de réception, formation et triage de 12 voies.

Le dépôt comporte outre un atelier, des grils spécialisés pour locomotives électriques et engins diesels, des installations de visite pour locomotives électriques et une station service pour diesels composée de quatre réservoirs cylindriques de combustibles, un de 85 m³ et trois de 37,5 m³.

Actuellement, les bâtiments des bureaux et voyageurs ont une longueur façade de 63 m, une superficie de 3.471 m² au sol, avec 4.486 m² de plancher les bâtiments industriels (atelier, dépôt, station de pompage) couvrent 2.140 m², tandis que 13.135 m² sont occupés par les halles à marchandises et les quais couverts. La gare de Nice-St Roch a sa physionomie propre, reflet des conditions qui en ont déterminé la création et le développement. Elle a un plan régulier qui reflète une organisation digue, originelle et progressive. Elle paraît toute ramassée. Il n'existe pas de grand accès, comme celui de la gare où l'on chemine longuement à la recherche des guichets et des quais. La petite "salle des pas perdus" reste l'élément essentiel qui accueille et oriente les voyageurs. La plupart des services sont disposés sur la gauche de cette salle. Le bureau de distribution des billets juxtapose l'entrée et la sortie, qui sont fusionnées. Ici, le contact est presque direct, brutal même. Rien ne vient distraire le regard, en l'absence d'inscriptions lumineuses qui pourraient rompre la monotonie.

Les 39 voies qui viennent s'aligner, toutes pareilles, avec la rigidité de la discipline parfaite, ont bien entendu, une disposition conditionnée par le rôle fonctionnel de la gare : 12 sont affectées au triage, à la réception et à la formation. Deux voies principales permettent la circulation des trains entre Nice-Ville et Nice-St Roch. Les trains de voyageurs en provenance et à destination de Breil-sur-Roya, continuent par une voie unique à la sortie de la gare de Saint-Roch. Sur les 13 voies du débord, deux sont spécialisées dans la réception des transconteneurs et une voie dessert le quai des groupeurs. Enfin, sur les 14 voies de dépôts, 7 sont des ateliers. Cependant, immobile, une masse de verre lumineuse corne suspendue en l'air, la cabine d'aiguillage discipline, coordonne, guide et régularise tous les mouvements. Ce nouveau poste à relais souple (P.R.S.) mis en service P.: 16 Juin 1963, comporte un tableau schématique à signaux lumineux, le tableau de commande optique (T.C.O.) qui rend inutile la visibilité directe. Le garde signaux annonce chaque rame par téléphone au poste de Nice-ville.

Ce type de poste comporte le contrôle: impératif permanent de toutes les aiguilles. A la tombée de la nuit, le faisceau est éclairé par les jets croisés de 4 projecteurs (flood). Enfin, l'ossature figée de la gare se concrétise dans le tracé rectiligne des rails qui brillent sur la patine noire du ballast. "L'ensemble dégage une impression de tristesse laide, incrustée au sol dans une immobilité roide que le passage des trains n'arrive pas à animer". Un château d'eau dresse sur l'ensemble se lourde couronne blanche maçonnée, alimenté par deux pompes. La réserve d'eau de la gare de Nice-Ville est approvisionnée automatiquement lorsqu'elle se vide par le château de Nice-St-Roch.

Les activités.- La clientèle industrielle de la gare est composée d'usines, c'est-à-dire d'industries actives, de dépôts c'est-à-dire d'industries représentées. Cette clientèle manutentionne surtout des produits lourds. Les 14 principales entreprises clientes sont les Sociétés Branche et Cie, Calberson, Martini et Cie, Trans-Sud, Pavesi, la Compagnie Nouvelle des Cadres (C.N.C.), la Société des Transports et entrepôts frigorifiques (STEF.), Novatrans, Gaz de France, Esso, Total, ELF et Shell, enfin. Guerland sur la voie unique de Breil.

Les besoins de la ville (compagnie du Gaz, usages domestiques et industriels justifient le pourcentage (70,3) des produits pétroliers ; ainsi, l'usine à gaz reçoit 293.513 T à elle seule. Les principales catégories sont les carburants (184.000 tonnes), le fuel (48.000), les essences minérales (35.000) et les distillats (21.000). L'utilisation industrielle confère à ce trafic un

régime assez régulier. Pour les marchandises diverses la gare est dotée d'une grue portique de 50 tonnes à pinces préhensibles, d'une grue de 25 tonnes et de 3 grues auto (griffet) : 2 de 7 tonnes et une de 10 tonnes. Ces marchandises imposent à la gare un gros travail, surtout, depuis la création en 1971 du Service National des Messageries trafic des produits métallurgiques dépend de l'activité industrielle (Fonderies, constructions métalliques..), tout comme celui des produits chimiques.

Trafic marchandises		
Produits pétroliers	349.726	70,3
Groupages diverses	40.823	8,2
Produits métallurgiques	35.845	7,2
Boissons	10.101	3,6
Produits chimiques	12.422	2,5
Objets manufacturés	9.622	1,9
Produits alimentaires	9.426	1,8
Animaux vivants	6.396	1,3
Papiers, tissus	3.988	0,9
Matériaux de construction	1.681	0,3
Marée	4.209	0,8
Viandes fraîches	1.023	0,2
TOTAL	496.941	100,0

- Trafic marchandises à l'arrivée en 1972 (poids en tonnes et %)

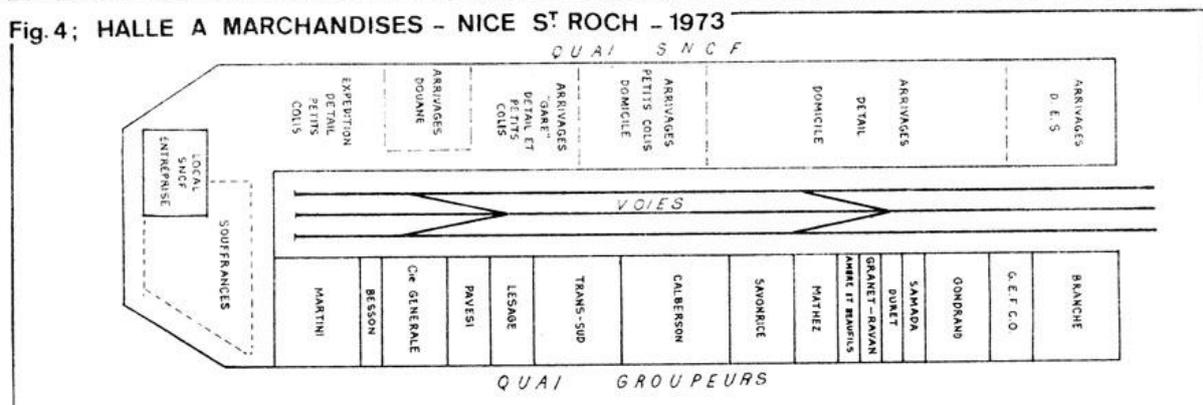
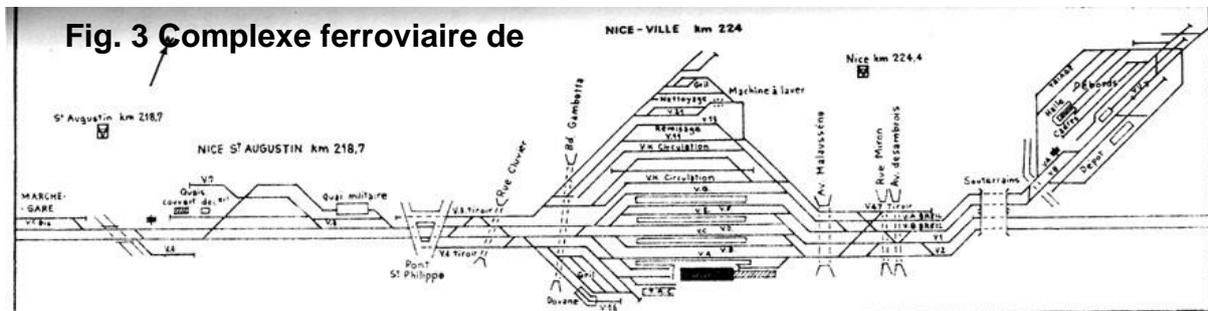
Les boissons, produits de faible valeur, utilisent le rail à cause de la rapidité et de la fréquence des arrivages. Les papiers, cartons et tissus sont livrés directement la gare au camionnage ou à la clientèle et ne donnent pas lieu à un commerce d'entrepôt. Le trafic des denrées alimentaires (15.000T) porte, dans l'ordre, sur la marée (4.000 tonnes), le blé et le sucre (chacun plus de 3.000 tonnes), les vins, les bières et les viandes fraîches (de 1.300 à 1.000 tonnes) enfin sur moins de 3000 tonnes de fruits et légumes. Le volume de ce trafic tient aux nécessités du ravitaillement de l'agglomération niçoise et de l'approvisionnement des marchés. Naturellement rythmé par les saisons, il assure un commerce de ravitaillement, d'entrepôt, de redistribution et de transit.

Le trafic des produits charbonniers est insignifiant : 2.275 tonnes de houille, 400 de lignite et autant de coke, enfin 138 tonnes d'aggloméré. La décadence de ce commerce remonte à une dizaine d'années, date de la modernisation de l'usine à gaz pour consommer des produits pétroliers. Si les matériaux de construction donnent lieu à un trafic très restreint, la marée, au contraire, transportée dans les wagons particuliers de la S.T.E.F., tient un rang honorable parmi les arrivages.

En résumé, dans tous les domaines, le trafic de la gare revêt une étonnante diversité : ravitaillement urbain et ravitaillement industriel, entrepôt des denrées, redistribution, transbordements de toutes natures, dotent le gare Nice-St Roch de toutes les formes d'activité, c'est donc un organisme commercial d'un fonctionnement très souple.

Négociants, industriels, producteurs et particuliers, usagers fidèles de Nice-St-Roch ont acquis une "mentalité ferroviaire" ; ils se sont adaptés à la nécessité, des grands courants commerciaux extérieur. Le calendrier de tous ces arrivages est soumis à des variations saisonnières et même Hebdomadaires. Le tonnage brut moyen mensuel des marchandises est d'environ 13.000 tonnes on régime ordinaire (R.O.) et 900 tonnes on régime accéléré (R.A.). Le tonnage est relativement élevé en hiver, une baisse se dessine dès le printemps, l'été est la période du plus faible tonnage. Dans la semaine, les réceptions journalières varient rarement suivant l'évolution de l'activité humaine : faibles les samedi, dimanche, lundi, jours de repos pour beaucoup de commerçants et d'industries, elles reprennent le mardi et augmentent

progressivement, tandis que la fin de la semaine connaît un afflux de trafic. Il y a aussi des variations journalières du trafic avec deux périodes de "pointe", matin, midi, soir, des heures creuses (après-midi) et une nuit réservée: aux arrivages des trains de messagerie. "La gare semble avoir des accès de fièvre intermittents". Au total, le fonctionnement de la gare nécessite un effectif de 220 agents S.N.C.F. et de 70 salariés appartenant au S.E.R.N.A.M.



Tout est donc mis en œuvre pour utiliser au mieux les installations ; le mouvement journalier des wagons chargés à 60 aux arrivages et à 35 aux expéditions.

Au total, en 1972, les tonnages s'élèvent à 545.350 tonnes, 491.432 tonnes, à l'arrivée et 54.918 tonnes, au départ. La région niçoise n'est pas une région de production industrielle ou agricole et a donc besoin d'importer tous les produits de consommation et presque tous les produits manufacturés. De ce fait, les "arrivages" dépassent de beaucoup les "expéditions". Mais ces chiffres sont insignifiants comparés aux mouvements effectués sur les chantiers de manœuvres, (200 par jour au moins). Les processus d'acheminement des marchandises sont très différents des trains de voyageurs ; car ils nécessitent toute une organisation, par wagons complets et manutentionna par le public ou envois partiels en "wagons de détail", généralement constitués par des colis isolés, dont le chargement et le déchargement sont assurés par le chemin de fer. Le travail de la gare s'effectue en trois temps : elle reçoit d'abord les wagons, d'où un premier faisceau de voies, dit faisceau de réception, sorte de salle d'attente des wagons à l'arrivée. Les wagons sont ensuite triés, séparés. Le "chef de butte" est chargé de coordonner les manœuvres des wagons en dérive qui roulent dans l'abolement des haut-parleurs, "ici souffle le vent du large". Enfin, il faut rassembler les wagons pour constituer les trains. Nice-St Roch trie pour les divers chantiers de Nice et traite le trafic particulier de Nice et Nice-Breil. Il peut former des convois à intégrer à d'autres convois à la gare de Nice-Ville. En fait, le chantier de Nice-St-Roch n'a pas un rôle de triage proprement dit, mais de relais. Les trains sont de quatre sortes : deux trains de lignes régime ordinaire, dont un train en lots vers Miramas et un autre vers la Seyne. Ils permettent des déplacements massifs donc économiques; cinq trains de messagerie en régime accéléré dont quatre sur Avignon et un sur Marseille ; trois trains de route ou omnibus dont deux sur Nice-Breil en hiver (3 en été) et un sur Cannes-Menton ; cinq

navettes pratiquent des échanges réguliers sur Nice-St Augustin et deux dans le sans St Roch-St Augustin. L'intensité des réceptions n'est pas uniforme ; les trains de marchandises circulent surtout la nuit, dans les heures creuses pour mettre les wagons à la dispose de la clientèle dès 7 heures du matin.¹Nice-St Roch a perdu son autonomie en 1946 pour devenir "chantier" (chantier : ensemble des installations, des machines et du, personnel sous la direction d'un chef de secteur chargé de la surveillance) cela pour économiser du personnel et un chef de gare. Le matériel roulant est géré par le "service transport" transe "fichier-wagon" s'occupe de la gestion du matériel commercial, qui sera modernisé par ordinateur en 1975. Le service des marchandises et le service national des messageries (petits colis et envois de détail) sont chargés de connaître les besoins du trafic et d'essayer de les satisfaire pour attirer la clientèle et aux besoins la disputer aux autres moyens de transport. Enfin un service voyageur a la charge du trafic banlieue et Nice-Breil, voie fermée la nuit. Telle est l'organisation générale des services qui assurent le bon fonctionnement du chantier Nice-St Roch. La gare reçoit plus qu'elle n'expédie, elle contribue à l'approvisionnement alimentaire ou en combustibles: Elle a donc un fort débit pour les marchandises, mais un débit insignifiant pour les voyageurs (17.740), soit une moyenne. 1.480 par mois ; s'y ajoutent 50 billets journaliers, 10 abonnés et 126 abonnements hebdomadaires.

L'organisation.- L'organisation technique du chantier de Nice-St Roch met à la disposition de sa clientèle quatre catégories de services, les bureaux succursales, la location des chantiers, le camionnage et les embranchements particuliers. Pour multiplier les contacts, elle a ouvert des succursales dont la plus proche se trouve Place Garibaldi pour assurer l'expédition des petits colis et des marchandises. La gare loue à 16 firmes des emplacements d'étendues variables dans son périmètre. La surface totale est de 4.666 m² 50 en quais, couverts ou découverts. ¼ des locations évitent des transbordements de marchandises depuis la gare jusqu'aux entrepôts urbains, suppriment toute une série de manutentions et permettent de réaliser une grosse économie de temps et d'argent. Pour accélérer les livraisons au lieu d'envoyer une lettre d'avis et d'attendre du destinataire l'ordre d'enlèvement, la gare porte immédiatement les colis à domicile. Ce transfert automatique a conquis la Faveur de la clientèle, servie dans un délai minimum par des commissionnaires, des groupeurs qui servent d'intermédiaires entre la gare et les usagers, tant pour la réception que pour l'expédition des marchandises. Ils sont les clients effectifs de la gare. La gare préfère, en effet, traiter avec les groupeurs, car ils possèdent les outils appropriés (camions, remorques) et économisent la main-d'œuvre de la Compagnie. Ils procèdent à l'enlèvement des marchandises par leurs propres moyens et régularisent le trafic en opérant un tri préliminaire. Les groupeurs sont au sein du Service National des messageries créé le 1er Janvier 1970 et opérationnel depuis le 1^{er} janvier 1971. Service distinct rattaché sans intermédiaire à la Direction Générale de la S.N.C.F., le S.E.R.N.A.M. a une large délégation en matière commerciale ; il assure l'organisation du travail, des bureaux, des quais, des services de camionnage, de desserte routière, de manutention. Cette succursale du constitue Une véritable cellule commerciale active au sein de la gare. Grâce à leur clientèle variée, les groupeurs concertent tous les envois de détail et petits colis inférieurs à 5 tonnes sur une direction donnée ; Ils réalisent un "groupage" de marchandises non périssables diverses, pour une destination unique. Cet apport fournit ainsi à la gare le tonnage pour les wagons complets. De tels groupages permettent une grande souples dans le domaine des tarifs. Tout en conservant une tarification de référence, le S.E.R.N.A.M. a la possibilité de moduler les prix suivant l'importance des envois, les conditions techniques de remises et de conclure des contrats personnalisés avec des clients réguliers. Le S.E.R.N.A.M. qui a pour vocation de devenir le commissionnaire de transport de le SNCF, et les groupeurs constituent l'un des moyens les plus efficaces pour lutter contre la concurrence des transports

¹ Voir fig.3.

routiers. Le chantier de Nice-St Roch offre enfin à six commerces et industries locales de France, Esso, Total, Pavési, Comptoir métallurgique, des embranchements d'une longueur totale de 1.200 mètres. Par cette opération, la gare solidarise le trafic avec les voies : après avoir fait la dépense de l'embranchement, l'intéressé sera fidèle à ce mode de transport ; elle réduit son travail et sa main-d'œuvre, économise ses cours de débord et dégage les voies de commerce (voir fig. 4). Ainsi le chantier Nice-St-Roch est une "zone d'influence" : par les bureaux succursales, les camionnages et les embranchements particuliers, il projette des antennes dans toute la ville et la région.

La gare et son quartier.- La gare a été non seulement un "foyer de peuplement, mais a ouvert le quartier aux échanges, attirant usines et entreprises. Elle a précipité l'évolution du quartier un intensifiant ses fonctions urbaines : pousse industrielle, commerce d'entrepôt et de redistribution, elle lui a infusé une vitalité nouvelle". De 2.346 habitants en 1896, la population du quartier passe de 2.588 en 1906, 4.224 en 1926 pour atteindre 7.651 habitants en 1936. Cette évolution démographique s'intègre en réalité dans la croissance de Nice. La gare Nice-St Roch a eu pour rôle d'infuser au quartier une nouvelle vie de relation, en faisant ouvrir de nouvelles rues (avenue des voyageurs, chemin de Roquebillière, Boulevard St Roch), schéma pour la construction d'immeubles depuis la création de la ligne Nice-Coni, des bâtiments et ces terrains industriels ont remplacé les jardins d'orangers". (28-5-21). Certes, lors de la création de la gare, le quartier Saint-Roch est particulièrement visé par les lotisseurs et les industriels, mais rien ne faisait présager alors la vocation industrielle de ce secteur, ni tradition ni main d'œuvre. Selon les plans du début du XXe siècle, les seuls locaux à usage industriel sont l'Usine à gaz et les magasins de la ville. La gare est donc bien l'élément générateur des établissements industriels. A la différence des autres gares, Saint-Roch n'a pas un carrefour de communications, le quartier étant peu désenclavé lors de la construction de la gare. Par ailleurs, le grand commerce n'est pas attiré par une position plus ou moins excentrique. Spécialisée dans le transport des marchandises, la gare n'a pas suscité, l'industrie hôtelière, elle n'est donc pas un véritable foyer d'attraction, mais, la "prochaine" restauration de la ligne jusqu'à Coni va peut-être lui être bénéfique. En somme, la gare Nice-Saint-Roch a seulement accéléré la transformation et le peuplement d'un quartier. Cette évolution se serait produite sans elle, d'autant plus que le faisceau des lignes de chemin de fer enferme une partie de la plaine du Paillon dans un cadre rigide et l'isole de la ville.

Nicole BARDECHE

Mise au point des textes par Jean MIEGE et Marie-Claire GROSSO.

Mise au point des figures par Jean OTTAVI

COMPTES-RENDUS

Deux ouvrages sur l'Union Soviétique:

- L'Europe soviétique aujourd'hui et
- L'Asie soviétique aujourd'hui ; par P. CARRIERE (Coll. Bordas Connaissance).

Notre collègue Pierre Carrière publie depuis plusieurs années des travaux sur l'URSS, pays qu'il a parcouru à plusieurs reprises. Sa connaissance du russe lui permet de mettre à notre portée une bibliographie bien difficile d'accès. Deux petits ouvrages sur la géographie régionale seront d'une grande utilité aux étudiants et aux professeurs. Le premier, "L'Europe soviétique aujourd'hui", (1972, 160p.) présente en cinq chapitres la partie la plus densément peuplée de cet immense pays. Tour à tour on découvre le Bassin de Moscou, les pays de la Baltique, les pays de la Terre Noire, les pays de la Volga, les pays du Caucase. Dans chacun d'eux sont étudiés successivement les conditions de la mise en valeur, ses étapes, l'économie actuelle, la géographie de la population et les villes. Des cartes, des annexes et une bibliographie complètent l'ensemble qui, sous un faible volume, donne une quantité de renseignements et évoque la personnalité de chaque région tout en restant très facile à lire.

Le deuxième ouvrage, "L'Asie soviétique aujourd'hui" (1972 158p.) est conçu selon le même modèle et appelle les mêmes compléments. On y fait un grand voyage à travers l'Oural, l'Asie moyenne, le Kazakhstan, la Sibérie méridionale, l'Extrême Orient méridional, le Grand Nord. Savoir mettre en valeur en quelques lignes les traits essentiels d'une région n'est pas un exercice facile et P. Carrière, en pédagogue convaincu, y excelle sans rien perdre de la rigueur nécessaire au développement scientifique.