

VILLE DE SAINT-DENIS

CUISINES DE RUE
UN PROJET PILOTE
À SAINT-DENIS

—

DIAGNOSTIC

MAI 2015

COCHENKO

SOMMAIRE

PRÉAMBULE	3
CONTEXTE ET ENJEUX DU PROJET « CUISINES DE RUE »	3
OBJECTIFS ET DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE DU DIAGNOSTIC	3
• <u>DE LA NÉCESSITÉ DE DIVERSIFIER LES APPROCHES</u>	4
• <u>INVENTER UN MODE PARTICIPATIF LUDIQUE ET CRÉATIF POUR FÉDÉRER LES DIFFÉRENTS ACTEURS AUTOUR DU PROJET</u>	4
• <u>APPRÉHENDER LA SOCIOLOGIE URBAINE EN IMMERSION SUR LE TERRAIN</u>	4
• <u>CONFRONTER LA DÉMARCHE AVEC DES EXPÉRIENCES SIMILAIRES ICI ET AILLEURS</u>	5
• <u>FORMALISER ET RESTITUER</u>	5
DIAGNOSTIC	6
INTRODUCTION : CONTEXTE & ENJEUX	7
• <u>L'ACTIVITÉ INFORMELLE EN ESPACE PUBLIC</u>	7
• <u>DES ATTENTES ET DES BESOINS DIFFÉRENCIÉS / COLLECTIVITÉ, CUISINIERS-VENDEURS, HABITANTS-USAGERS</u>	7
A- AUPRÈS DES CUISINIERS – VENDEURS, INVENTER UN MODÈLE DE CUISINE DE RUE SOCIAL ET ÉCONOMIQUE INNOVANT.....	8
1 – À LA RENCONTRE DE CUISINIERS-VENDEURS INFORMELS.....	8
• <u>PORTRAITS DE CUISINIER(E) S:</u>	8
• <u>PORTRAIT DE VENDEURS / VENDEUSES</u>	8
2 – UN SAVOIR-FAIRE & DES COMPÉTENCES À VALORISER.....	9
• <u>« CUISINES DE RUE », UNE EXPERTISE HABITANTE</u>	9
• <u>L'OPPORTUNITÉ D'UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE SUR LE QUARTIER, UNE RÉPONSE À UNE DEMANDE LOCALE ?</u>	9
3 - DES OBJECTIFS ET DES BESOINS DIFFÉRENCIÉS EN MATIÈRE D'ACCOMPAGNEMENT SOCIAL	9
SYNTHÈSE ET PRÉCONISATION : LA NÉCESSITÉ DE CRÉER UNE STRUCTURE D'INSERTION PAR L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE (SIAE)	10

B - UN TERRITOIRE À FORT POTENTIEL: UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE VECTEUR DE DEVELOPPEMENTS.....12

1 - QUELLE OPPORTUNITÉ ÉCONOMIQUE POUR UNE OFFRE DE CUISINE DE RUE ?.....12

• ANALYSER ET COMPRENDRE LE MARCHÉ.....12

• Quartier Franc-Moisin12

• Quartier Stade de France.....13

• Quartier Porte de Paris 14

SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ.....15

2 - UNE SENSIBILISATION À LA NUTRITION ET À LA DIVERSITÉ CULTURELLE15

• « LA CUISINE DE RUE DOIT SE FAIRE L'AMBASSADRICE DU BIEN MANGER ». (STREET FOOD EN MOUVEMENT).....15

• DÉVELOPPEMENT DURABLE ET AGRICULTURE URBAINE : UNE OPPORTUNITÉ DE DÉVELOPPEMENT POUR LA VILLE DE SAINT-DENIS..... 17

3 - VERS UN PARTAGE ET UNE RÉAPPROPRIATION PAR TOUS DE L'ESPACE PUBLIC : UN ACTE CULTUREL FORT ET UNE SOCIABILITÉ RETROUVÉE.....18

SYNTHÈSE : COMMENT UNE ACTIVITÉ ESS PEUT PARTICIPER A L'AMÉLIORATION DU CADRE DE VIE.....18

C – LE RÔLE DE LA COLLECTIVITÉ : ENCADRER ET RÉGULER UNE PRATIQUE INFORMELLE.....19

1- RÉSOUDRE LES CONFLITS D'USAGES INDUITS PAR L'ÉCONOMIE GRISE.....19

2 - DÉVELOPPER UNE PRATIQUE AUX NORMES POUR RESPECTER LE PARTAGE DE L'ESPACE PUBLIC ET OFFRIR DES GARANTIES AUX CONSOMMATEURS.....20

• LE FLOU DE LA DÉFINITION DE L'ACTIVITÉ DE CUISINE DE RUE COMME FREIN À L'ENCADREMENT JURIDIQUE ET ADMINISTRATIF DE LA PRATIQUE20

• RÉGULATION FISCALE ET ENJEUX DE CONCURRENCE AU SECTEUR DE LA RESTAURATION SÉDENTAIRE.....21

• VIDE JURIDIQUE EN MATIÈRE DE RÈGLEMENTATION D'HYGIÈNE SPÉCIFIQUE À LA CUISINE DE RUE 22

3 - ŒUVRER A LA PRISE EN COMPTE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DANS LA POLITIQUE DE LA VILLE..... 23

4 -UN MOBILIER URBAIN D'UN NOUVEAU GENRE.....24

PARTICIPER À L'EMBELLISSER ET À LA SÉCURISATION DE L'ESPACE PUBLIC : UN ENJEU CULTUREL ET ARTISTIQUE FORT.....24

SYNTHÈSE ET PRÉCONISATION : DE LA NÉCESSITÉ DE CRÉER UN LABEL « CUISINES DE RUE » CERTIFIANT LA PRATIQUE..... 2

CONCLUSION.....25

BIBLIOGRAPHIE.....26

PRÉAMBULE

Tandis que la street food est devenue un véritable phénomène de société avec l'apparition de food-trucks, on voit se multiplier, en périphéries des grands centres urbains, dans les rues des quartiers populaires, une pratique de vente illégale, à l'instar des caddies pour maïs ou marrons chauds. Cette activité, bien qu'encore marginale, tend à s'accroître dans les quartiers fragilisés où la précarité sociale pousse des personnes à développer une activité économique informelle souvent peu rémunératrice. Ce constat interpelle nombre d'acteurs qui sont à la recherche de solutions adaptées et innovantes pour répondre au mieux à cette situation. D'autres logiques et d'autres manières d'appréhender ces réalités sont à l'œuvre aujourd'hui : bien plus que d'imposer des solutions préconçues, il s'agit, en partant des pratiques et des initiatives existantes, de redonner la parole et le pouvoir d'agir aux « sans voix », en accompagnant les dynamiques autonomes en place. À plus forte raison dans une société en crise où la question de l'emploi est primordiale. Ne peut-on pas considérer cette activité de cuisine de rue – en tant que moteur d'intégration sociale et d'insertion professionnelle - comme un formidable levier de développement économique dans les quartiers prioritaires ?

CONTEXTE ET ENJEUX DU PROJET « CUISINES DE RUE »

«On est au bout d'un cycle, celui où on imposait par le haut les politiques et projets aux habitants des cités. Il faut revitaliser et accompagner les dynamiques autonomes citoyennes» Isabelle Fouché, coordinatrice du collectif Pouvoir d'agir.

La cuisine de rue désigne la vente de nourriture préparée et servie à l'intérieur d'équipements ambulants divers, installés sur le domaine public (parcs, rues, trottoirs, bancs publics) de façon temporaire. Cette pratique ancrée dans l'espace public, fait partie intégrante de la vie sociale du quartier Franc-Moisin. Le projet « Cuisines de rue » part de ces observations du terrain caractéristiques du territoire et de la réalité de certains habitants pour proposer une alternative soutenable à l'activité informelle de cuisine de rue.

Porté en binôme par la Direction de Quartier Franc-Moisin - Bel Air - Stade de France et la Direction de la Culture, le projet « Cuisines de rue » souhaite apporter des réponses alternatives aux difficultés économiques des habitants et faciliter leur accès à l'emploi, en intégrant les problématiques urbaines, sociales, juridiques et commerciales soulevées par cette pratique informelle. **L'intention est de poser un cadre d'accompagnement adapté pour expérimenter « grandeur nature » une pratique légalisée de la cuisine de rue. Cela implique au préalable une phase d'étude et d'ingénierie** afin de comprendre et circonscrire un projet très transversal dont les objectifs sont pluriels et qui souhaite associer une diversité d'acteurs. Cette première phase aboutit à la construction d'un plan d'action opérationnel pour lancer l'expérimentation et répondre aux objectifs suivants :

- Permettre l'intégration sociale et l'insertion professionnelle d'habitants du quartier
- Apporter une réponse économique innovante et solidaire dans la ville
- Sensibiliser à la nutrition et à la diversité culturelle du patrimoine culinaire dionysien
- Participer à l'embellissement et à la requalification de l'espace public
- Modéliser l'expérience de ce quartier de Saint-Denis à l'échelle de la ville et d'autres territoires

Pensé depuis le quartier Franc-Moisin - inscrit parmi les quartiers prioritaires de la Politique de la Ville - « Cuisines de rue » souhaite étendre l'expérimentation aux quartiers Stade de France et Porte de Paris. Imaginé comme un projet pilote, il pourra par la suite être essaimé à d'autres territoires dionysiens.

Afin de l'accompagner dans la mise en œuvre de cette expérimentation, la ville de Saint-Denis a missionné le Collectif Cochenko en tant qu'acteur de l'économie sociale et solidaire impliqué sur ce territoire. **La première mission du collectif a consisté, en se confrontant au terrain et en allant à la rencontre des experts « usagers », à établir un diagnostic partagé et à poser les bases d'un programme d'accompagnement adapté à la mise en œuvre d'une expérimentation « Cuisines de rue ».**

OBJECTIFS ET DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE DU DIAGNOSTIC

Le caractère expérimental inhérent au projet suppose une certaine part d'inconnu, d'incertitude pouvant – si les risques ne sont pas évalués et suffisamment mesurés à temps – le mettre en péril. Ceci implique donc d'anticiper et d'analyser finement les conditions et hypothèses de démarrage, en disposant de bases solides de données avant de lancer la phase d'expérimentation. **Cette étape liminaire de définition et de cadrage du projet s'avère ici d'autant plus indispensable que le projet est complexe, ambitieux et éminemment transversal.** Fort de ce constat, il a été apparu indispensable d'élaborer un diagnostic approfondi, permettant de mesurer l'ensemble des enjeux du projet, en faisant se croiser plusieurs approches, disciplines, corps de métiers et méthodes de travail. Ce travail a, par ailleurs, été indispensable pour déterminer les différentes parties prenantes/cibles du projet – acteurs impactés, directement ou indirectement, par cette activité informelle en espace public – et d'en connaître leurs besoins et attentes.

• DE LA NÉCESSITÉ DE DIVERSIFIER LES APPROCHES

De plus en plus de professionnels des collectivités sont conscients que le cadre technocratique d'exercice de leur fonction touche à des limites, par sa rigidité et sa déconnexion de la réalité et des besoins de la communauté au sens large formée autour des habitants et des usagers. Pour eux, comme pour Cochenko, il faut changer de regard, opter pour une posture plus réflexive et partagée et tisser davantage de « commun » dans les missions et les projets.

Quelques acteurs, issus du monde associatif mais aussi au sein des collectivités, inventent des approches participatives et inclusives et créent des outils pour fabriquer la ville en commun et améliorer le cadre de vie de demain. Ce renouvellement des modes de faire se traduit par la volonté d'accorder une plus grande place et confiance à celui qui habite et vit la ville au quotidien.

Ces approches visent à recontextualiser les projets, à les reconnecter avec leurs sujets en prenant le temps de l'observation du terrain et de la compréhension des usages. Cela passe par la reconnaissance de la place d'expert de l'usager. La ville, figure vivante et bien réelle avec tout ce qu'elle peut avoir à la fois d'âpreté et de qualités sensibles, doit être pensée au travers de ce qu'elle a de visible et d'invisible, autant par des données objectives que des récits subjectifs. Il s'agit d'être en même temps à l'écoute et dans le faire de sa transformation.

• INVENTER UN MODE PARTICIPATIF LUDIQUE ET CRÉATIF POUR FÉDÉRER LES DIFFÉRENTS ACTEURS AUTOUR DU PROJET

« Cuisines de rue » touche aussi bien les champs du social, de l'urbain, de l'économie que ceux du droit, de la santé ou de la culture. Afin de construire une méthodologie d'intervention transversale, il semble essentiel de thématiser le projet via différents angles de vue : sécurité et hygiène en espace public, statut juridique, modèle économique, nutrition et culture.

Ces derniers permettent d'envisager de manière précise l'ensemble des problématiques soulevées par cette expérimentation et poseront les bases du diagnostic.

Du fait de sa transversalité, « Cuisines de rue » est susceptible de concerner et de mobiliser une multiplicité d'acteurs : techniciens des différentes directions de la ville et de la communauté d'agglomération, acteurs institutionnels et associatifs qui travaillent autour des thématiques. Cette première phase a permis de mobiliser les professionnels du territoire lors d'ateliers thématiques et de réunions techniques¹, d'identifier les champs de compétences et de capitaliser les expériences autour de chaque thématique pour inventer ensemble des pistes de développement. Ainsi, Cochenko met en place un travail coopératif où les différents participants vont interagir dans un but commun.

Pour favoriser la participation d'acteurs variés, l'approche ludique et créative est privilégiée. Le jeu encourage en effet l'attention et stimule l'implication des participants dans un processus de production. Plus largement, les *serious games* dépassent la finalité divertissante du jeu tout en restant dans un univers fictif. Ils visent à échanger des connaissances, des expertises et des savoir-faire tout en favorisant la mise en situation et l'inversion des rôles. **La mise en place de ces jeux favorise ainsi la coopération entre les participants tout comme la prise en compte du contexte, de ses problématiques et la formulation collective de solutions adaptées.** L'adhésion des participants au développement du projet sera d'autant plus forte qu'ils auront été impliqués dans un processus de production de solutions dès le démarrage du projet.

• APPRÉHENDER LA SOCIOLOGIE URBAINE EN IMMERSION SUR LE TERRAIN

La connaissance sensible et l'expérience du lieu constituent des signaux mettant en avant une autre conception de la ville, de ses activités, usages et pratiques. Bien plus qu'un espace support à valeur instrumentale, l'espace urbain est porteur d'autres valeurs, plus symboliques, de l'ordre de l'imaginaire et de la perception. À chaque territoire appartiennent des pratiques, codes et usages, une mémoire collective, un sentiment d'identité, des représentations diverses. **Afin de veiller à être toujours en adéquation avec le caractère endogène et contextuel du projet** – le risque est souvent de détenir des savoirs et d'apporter des solutions « hors sol », déconnectées des réalités concrètes in situ, il nous est apparu indispensable de passer par une phase de mobilisation sur le terrain. Ce temps d'immersion dans les quartiers s'est matérialisé par **des entretiens auprès des habitants cuisiniers de rue dans le but de cerner le contexte social de leur pratique mais aussi auprès d'usagers, de professionnels et de membres du tissu associatif du quartier.** Par ailleurs, une enquête a été effectuée, dans le but de réaliser une **étude de marché** en collaboration avec un bureau d'étude extérieur spécialisé dans l'activité de commerces de restauration. Cette étude a permis de mesurer et tester les potentiels de développement d'une offre commerciale de cuisine de rue.

Cette étape clef dans le processus d'analyse et de collecte d'informations nous a permis **d'approfondir et d'affiner nos réflexions grâce à des éclairages particuliers donnant à voir de l'intérieur d'autres dimensions du sujet.** Les entretiens nous ont permis de comprendre et d'analyser le sens que chacun des acteurs, en fonction de leur intérêt et de leurs besoins, pouvait donner au projet de « Cuisines de rue ». Nous avons également pu identifier les problématiques spécifiques rencontrées par chacun d'entre eux. Enfin, **ces entretiens ont servi à valider ou invalider nos premières hypothèses.**

• CONFRONTER LA DÉMARCHE AVEC DES EXPÉRIENCES SIMILAIRES ICI ET AILLEURS

Afin de nourrir le diagnostic, se confronter à d'autres initiatives ayant déjà imaginé des pistes de réponses et des modes d'intervention autour des différentes problématiques soulevées par le projet, s'avère essentiel. Il s'agit d'observer et d'analyser les pratiques innovantes et leurs résultats afin de voir comment ceux-ci peuvent être capitalisés pour « Cuisines de rue ».

Trois problématiques ont été retenues pour étudier les différentes approches : la légalisation d'une pratique informelle, le caractère innovant de l'offre en matière de cuisine de rue et l'insertion professionnelle par la restauration. Nous avons observé les différentes approches en termes de concepts, méthodes, outils, processus, produits et services, en vue de rechercher les meilleures pratiques et mener à bien la phase de démarrage du projet « Cuisines de rue ».

Cette étape de repérage, réalisé en partenariat avec Sciences Po Paris, a également permis de se mettre en réseau avec d'autres acteurs des champs de l'innovation sociale et de la *street food*.

1 Voir annexe 1 calendrier des réunions et liste des acteurs mobilisés

• FORMALISER ET RESTITUER

À mesure de l'avancée du diagnostic, un travail analytique de **formalisation des enjeux, de définition des objectifs et de hiérarchisation des priorités dans le montage du projet**, s'est mis en œuvre. Affiner les résultats, étudier la gestion des risques, proposer plusieurs hypothèses de développement selon des modalités de montage spécifiques ont été les étapes d'un long processus de maturation. Ce jalonnement dans le travail a fait l'objet de points réguliers avec la Ville - les services de la Direction de la Culture et de la Direction Vie des Quartiers. Plusieurs réunions ont été organisées pour faire état de l'avancement du projet. C'est dans le cadre de ces rencontres interprofessionnelles qu'un travail spécifique de synthèse, au travers de présentations concises et didactiques, a été mené par le collectif.

Le présent rapport restitue ainsi la première phase du projet « Cuisines de rue », consistant à mettre en œuvre un diagnostic associant divers acteurs, outils et démarches méthodologiques nécessaires à la compréhension et à l'analyse du sujet et de son terrain d'application. Cette première phase débouche sur la formulation de prérequis et de préconisations afin d'envisager des solutions adaptées, ambitieuses et réalistes pour inventer à Saint-Denis, un modèle de cuisine de rue innovant et soutenable.

DIAGNOSTIC

INTRODUCTION : CONTEXTE & ENJEUX

• L'ACTIVITÉ INFORMELLE EN ESPACE PUBLIC

Ils sont des dizaines à vendre sur les trottoirs, dans les espaces publics de Saint-Denis des plats plus ou moins élaborés, confectionnés chez eux et vendus ici ou là. Chômeurs, sans-papiers, retraités ou salariés, ces profils de cuisiniers-vendeurs sont de plus en plus nombreux, poussés par une précarité grandissante dans un contexte fragile et dégradé des quartiers de la politique de la ville. Une économie parallèle jugée souvent gênante par les riverains et élus locaux, pointant du doigt le développement de ce phénomène dit des « marchés de la misère ».

Accrue dans un contexte de crise économique, l'activité informelle de cuisine de rue représente une part importante des économies urbaines. En effet, par leurs activités, leurs modes d'occupation de l'espace, par leurs réseaux, leur mobilité et leur pratique de la ville, ces vendeurs de rue s'affirment comme des acteurs majeurs du paysage urbain. Visible à Saint-Denis dans le quartier Franc-Moisin - Bel Air, la pratique tend à se généraliser à l'échelle de la ville, notamment dans le centre ville et autour de la gare où l'on compte plusieurs dizaines de vendeurs. **Cette économie souterraine, bien que marginale, constitue un élément important de l'expérience des villes aujourd'hui, donnant ainsi à voir les tensions entre le caractère normatif de l'espace et ses modes divers d'appropriations.**

Dans les discours, les orientations d'aménagement et de régulation de l'espace urbain, le commerce de rue informel apparaît de plus en plus comme une activité indésirable et nuisible pour les habitants, usagers et commerçants d'un territoire. Cette pratique n'est en effet pas sans incidence sur les relations qu'entretiennent les commerçants entre eux : commerces ambulants légaux et illégaux et commerçants avec fonds de commerce. En outre, l'appropriation illégale de la rue est perçue comme un trouble à l'ordre public. Les problèmes de circulation, de partage de l'espace et de propreté sont systématiquement soulevés. **Ce marché souterrain devient incompatible avec l'acceptation classique et fonctionnelle de l'espace public, devant répondre à un certain nombre de normes et de réglementations strictes, dans la mesure où il porte atteinte à la tranquillité publique et porte préjudice à l'image des villes.**

Mais l'espace marchand des cuisiniers-vendeurs ne se résume pas seulement à une économie de la pauvreté transgressant les normes ; elle interroge aussi notre modèle de développement et pose la question d'une économie solidaire, d'une consommation collaborative, d'une offre alimentaire de qualité, de circuits courts et de services en milieu urbain, et d'une manière générale, de l'innovation sociale comme mode de résolution des problèmes.

• DES ATTENTES ET DES BESOINS DIFFÉRENCIÉS / COLLECTIVITÉ, CUISINIERS- VENDEURS, HABITANTS-USAGERS

Face à ce constat, plusieurs acteurs sont impactés, directement ou indirectement, par cette activité informelle en espace public. En tant que cibles, ils sont aujourd'hui dans l'attente de solutions pour résoudre cette situation conflictuelle.

Les premiers touchés sont les acteurs de cette économie grise : les cuisiniers-vendeurs exercent leur activité dans des conditions difficiles et précaires. Il s'agit pour ces personnes de sortir de cette situation en leur donnant la capacité d'agir et en leur proposant un accompagnement adapté professionnel et social, répondant à la nécessité économique qui les motive vers la légalisation de leur pratique. L'objectif est qu'ils puissent bénéficier d'un revenu et d'une situation sociale stable, d'une formation qualifiante et d'un statut légal. (PARTIE A)

Les usagers et habitants des territoires concernés par cette activité sont également directement touchés. Ils sont la première cible à subir les externalités négatives de cette activité. C'est pourquoi, ils souhaitent très fortement que cette pratique soit mieux encadrée afin de profiter d'un espace public plus qualitatif, agréable et partagé par tous. Ils sont, en outre, dans l'attente d'une offre culinaire renouvelée, plus saine et diversifiée. (PARTIE B)

Enfin, les principes fondateurs du service public et de l'intérêt général, dont la collectivité est garante, sont aujourd'hui mis à mal par cet espace marchand informel, diffus et difficilement maîtrisable. C'est pourquoi, la Ville peut, elle aussi, trouver un fort intérêt à encadrer et à réguler cette pratique en requalifiant les espaces publics et en développant les aménités urbaines dans les quartiers. Pour ce faire, elle a un rôle à jouer dans l'accompagnement des cuisiniers-vendeurs vers la légalisation de leur pratique, en reconsidérant leurs savoir-faire et en valorisant les pratiques existantes, mais aussi en participant à la régulation et à l'encadrement de l'activité. (PARTIE C)

Ainsi, l'expertise de ces trois types d'acteurs touchés par la pratique actuelle de la cuisine de rue traduit des besoins initiaux et des attentes très différenciés mais dont certains se recourent. Tout l'enjeu du projet « Cuisines de rue » réside donc dans la capacité à apporter une réponse adaptée à chacun d'entre eux. (PARTIE GUIDE *en préparation*)

A- AUPRÈS DES CUISINIERS – VENDEURS, INVENTER UN MODÈLE DE CUISINE DE RUE SOCIAL ET ÉCONOMIQUE INNOVANT

Le « quotidien s'invente avec mille façons de braconner. » [De Certeau., 1990, p. XXXVI]

1 – À LA RENCONTRE DE CUISINIERS-VENDEURS INFORMELS

Parallèlement aux observations de terrain et à l'analyse du contexte global, **une enquête plus ciblée a été menée auprès de 9 cuisiniers-vendeurs** afin de connaître les trajectoires personnelles et professionnelles de chacun, de mieux comprendre les modèles économiques en place, et de définir l'organisation de leur activité. En outre, ces entretiens ont permis d'identifier deux profils proches mais distincts : les cuisiniers et les vendeurs.

• PORTRAITS DE CUISINIÈR(E)S:

Cela fait sept ans que Mme S. s'installe quotidiennement sur l'espace public, au cœur du quartier Franc-Moisin pour vendre ses plats cuisinés. Bananes plantains, beignets sucrés, brochettes de bœuf, mafé, ailes de poulet et poisson grillé, taieb, autant de plats africains typiques que Mme S confectionne et vend chaque jour. Même si son activité de cuisine de rue fait partie du marché « non officiel », elle a depuis fait ses preuves et conquis une large clientèle, majoritairement habitante du quartier. Son savoir-faire en cuisine et les tarifs « bon marché » sont les gages de réussite de son activité. Pour autant, cette pratique demeure précaire et très instable.

Bien qu'aujourd'hui coutumière du marché informel du quartier, c'est avec un sentiment de honte mêlé d'appréhension qu'elle est descendue pour le première fois vendre dans la rue. Cet acte n'est pas anodin : « je n'osais pas sortir dehors pour vendre, et puis, petit à petit, l'activité a rapidement fonctionné, j'ai continué ». Néanmoins, le caractère illégal de son activité la maintient dans une position précaire et instable vis-à-vis de la police, à laquelle s'ajoute le mécontentement de certains riverains, avec pour effet des cohabitations difficiles.

Ce sentiment de vulnérabilité ne remet cependant pas en cause son activité qu'elle entend poursuivre coûte que coûte. En effet, celle-ci lui permet de compléter son revenu insuffisant de femme de ménage et de subvenir aux besoins de sa famille. Satisfaire les attentes et besoins de ses enfants demeure pour elle une priorité, constituant un rempart à l'inactivité et au risque très prégnant dans le contexte de désœuvrement des jeunes dans le quartier. « J'ai peur que mes enfants traînent dans la cité, je veux pouvoir leur offrir ce qu'ils veulent – jouets, loisirs – avant tout pour les occuper ». Ses fils la soutiennent par ailleurs beaucoup dans son activité quotidienne, l'aidant ainsi à transporter les plats, marmites et ustensiles, et à s'installer dans l'espace public.

Si Kady pratique cette activité par nécessité, elle y voit aussi le moyen d'exercer un métier qui la passionne et ainsi de développer ses compétences en cuisine. Elle pratique la cuisine de rue non pas par défaut mais bien par vocation au risque d'exercer dans les contraintes de l'illégalité.

D'autres cuisinières au profil similaire à celui de Kady sont présentes sur le quartier Franc-Moisin. Elles possèdent cette même motivation et cette compétence en matière de cuisine. **Certaines bénéficient d'expériences professionnelles diverses dans la restauration, d'autres ont déjà développé leur propre activité de vente de plats cuisinés en espace public sans pour autant disposer de la licence** et des autorisations nécessaires mais en ayant recours au régime de l'auto-entrepreneuriat. Ce qui les rassemble est un savoir-faire et un goût très fort pour l'activité de cuisine, une expertise plus ou moins poussée en technique de vente et un bon bagage de connaissances en matières de réglementation aux normes d'hygiène et de sécurité alimentaire.

• PORTRAIT DE VENDEURS / VENDEUSES

Maïs grillés, marrons chauds, cacahuètes, cornet de pop-corn, cette nourriture, disposées dans un petit foyer mobile avec accessoires (glacière, parasol, marmite, barbecue...) et un caddy aménagé, est vendue tous les jours dans les quartiers Franc-Moisin et Porte de Paris. Une offre glanée au petit matin via une filière informelle et vendue en journée, parfois en soirée, durant une grande partie de l'année, particulièrement pendant la période de la vente du maïs entre les mois de septembre et de novembre. Les vendeurs restent ici jusqu'à ce que des policiers les forcent à partir. Les caddies se redéployent ensuite sur l'espace public, une scène qui se répète régulièrement, fragilisant fortement l'activité des vendeurs.

Le choix des dispositifs, le statut ainsi que la localisation sont déterminés selon plusieurs paramètres : la capacité économique du vendeur, l'application de la réglementation en vigueur, les contraintes de l'espace urbain, la logique commerciale, l'installation à des points stratégiques – selon l'affluence – dans le quartier.

Le rapport à l'espace et à son mode d'appropriation est ici prégnant. Les vendeurs s'approprient un espace de vente, qu'ils entendent préserver pour rendre leur activité pérenne dans une logique de régulation sociale dissimulée. Ces nouveaux territoires conquis sont une condition indispensable pour exister dans ce système de marché informel dont les logiques d'autorégulation lui sont inhérentes. Ainsi, pour nombre de vendeurs de rue, l'espace public représente une « rente spatiale » informelle, générée par des pratiques parfois corruptives, notamment pour certains réseaux et communautés qui prélèvent une « taxe » sur les activités de rue illégales, mais également pour d'autres types d'acteurs exerçant un contrôle informel sur l'espace. Ce « droit » de vente au sein du réseau de l'économie informelle via l'appropriation d'un espace défini, comme moyen de dissuasion contre la concurrence – légale ou illégale –, rend compte de la manière dont s'organise l'activité, de la stratégie d'organisation ainsi que des processus de domination et d'exclusion qui en découlent.

Pour la plupart des habitants immigrés et sans-papiers, mais aussi retraités, bénéficiaires du RSA ou chômeurs, le recours à cette pratique est l'unique moyen de joindre les deux bouts : lorsque la retraite est trop faible pour assurer leur subsistance, que leur situation administrative interdit ou limite le droit à travailler ou que les conditions de vie rendent l'environnement particulièrement instable, la recherche d'un complément de revenu devient vitale. Cette économie de la débrouille est vécue comme une nécessité inéluctable pour s'extirper de la précarité de leur quotidien et de la situation instable dans laquelle ils résident.

2 – UN SAVOIR-FAIRE & DES COMPÉTENCES À VALORISER

• « CUISINES DE RUE », UNE EXPERTISE HABITANTE

À travers ces deux portraits, se dessinent en creux, deux types de pratiques aux logiques et modalités propres : la première nécessite une installation conséquente en espace public pour la vente de plats préparés confectionnés à la maison, la seconde correspond à la vente avec un équipement plus minimal, de nourriture très peu transformée. Ces deux pratiques, l'une relevant plutôt d'une activité de vente et l'autre de cuisine, traduit, dans les deux cas, une expertise certaine dans l'activité de cuisine de rue. Ces habitants sont en effet les premiers experts de leur activité. Ils sont à même de maîtriser tout l'artefact caractéristique de la vente en espace public. Il s'agit alors de reconnaître et de faire connaître leur savoir-faire, de rendre compte de leur maîtrise d'usages, afin de légitimer et de reconsidérer cette pratique de cuisine de rue.

En étant attentif aux potentialités et dynamiques du quartier, il convient d'appréhender le territoire dans une approche endémique, de s'appuyer sur ses « ressources » inédites, en apportant une solution économique et sociale innovante répondant directement aux besoins et attentes des cuisiniers – vendeurs du quartier. Il s'agit, ainsi, de partir des expériences existantes et de considérer les cuisiniers-vendeurs comme des acteurs et ambassadeurs de l'activité de cuisine de rue en valorisant leurs compétences et savoir-faire comme des leviers pour le développement d'une pratique formalisée et légalisée. Le projet « Cuisines de rue », qui s'inscrit au cœur de la définition de la maîtrise d'usages², souhaite établir un dialogue continu avec les habitants, en reconnaissant la richesse et la valeur de leurs apports et en restant conscient de l'importance de créer avec et pour eux un projet qu'ils sauront se réapproprier en s'autonomisant.

2 La maîtrise d'usages peut se définir par la prise en compte des savoirs d'usage et de l'expertise habitante. La montée en puissance de la notion de maîtrise d'usage, adossée aux traditionnelles maîtrise d'œuvre et maîtrise d'ouvrage signale la reconnaissance d'une compétence et légitimité d'habitants et usagers à participer à la conception/réalisation des projets qui les concernent.

• L'OPPORTUNITÉ D'UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE SUR LE QUARTIER, UNE RÉPONSE À UNE DEMANDE LOCALE ?

En outre, la pratique de cuisine de rue, au travers de la diversité de ses processus et de ses savoir-faire, constitue, pour les territoires de la politique de la ville, une réalité dont les retombées sociales, économiques, urbaines sont prégnantes : l'activité de ces vendeurs fait appel à une culture du geste et est génératrice de nouvelles sociabilités et de relations publiques propres aux cuisiniers-vendeurs qui constitue le capital social des personnes sans ressources économiques. Ce marché permet également à des ménages à faibles ressources de se procurer des plats cuisinés et autres produits non transformés à bas coûts et répond ainsi à la demande locale des habitants du quartier. Cette activité constitue, en cela, une réelle opportunité de développement économique dans le quartier.

3 - DES OBJECTIFS ET DES BESOINS DIFFÉRENCIÉS EN MATIÈRE D'ACCOMPAGNEMENT SOCIAL

Les informations, issues des différents entretiens et d'un travail de recherches documentaires, ont fait ressortir des besoins différenciés des cuisiniers et des vendeurs relatifs à leur situation sociale et économique (degrés de précarité et d'urgence sociale différents, liés à des situations individuelles : primo-arrivants, familles nombreuses monoparentales, retraité, etc.).

Les motivations des cuisiniers-vendeurs selon les deux profils décrits précédemment divergent sur certains points : nous avons en effet pu constater **un intérêt différencié pour la cuisine, allant de la nécessité économique à la véritable passion**. Les cuisiniers-vendeurs partagent cependant **les mêmes besoins en termes d'accompagnement pour s'insérer économiquement et professionnellement** grâce à cette pratique de cuisine de rue et se stabiliser sur le plan professionnel et social. On observe ainsi un intérêt partagé pour être accompagné vers une activité légalisée.

Aussi, bien que les motivations soient bien réelles, la capacité à entreprendre cette activité et les compétences que cela requiert - connaissances dans l'activité de cuisine mais aussi dans le montage et la gestion d'activité commerciale - ne sont pas les mêmes pour toutes les personnes interrogées. **Apprendre les bases et les fondamentaux pour exercer une activité commerciale s'avère être indispensable.**

Aussi distinctes qu'elles puissent paraître, ces réalités font appel à des besoins et ressources complémentaires ou communes :

- **un modèle économique qui repose sur de faibles marges - l'absence d'économie d'échelle dans l'approvisionnement comme dans la vente**
- **la « débrouille », la capacité à s'adapter**

Tous ces éléments issus des rencontres avec les cuisiniers-vendeurs traduisent les besoins d'un accompagnement nécessaire pour ces habitants éloignés de l'emploi et dont la situation économique et sociale demeure à l'heure actuelle bien trop fragile eu égard à l'implication et l'investissement économique et humain d'une telle activité.

Selon les profils des cuisiniers ou des vendeurs, se dégagent des enjeux transversaux :

- **la formation comme levier vers la légalisation de la pratique**
- **la mutualisation des outils de travail comme fondement du modèle économique**
- **l'accompagnement social comme garant d'une démarche pérenne**

Il devient ensuite possible de poser des objectifs différenciés afin de qualifier les moyens de l'accompagnement en fonction des problématiques sociales, professionnelles et économiques spécifiques, et des besoins des deux groupes identifiés :

Pour les vendeurs :

OBJECTIFS /MOTIVATIONS / ENJEUX :

- intégration sociale et insertion professionnelle (passerelle vers l'emploi)
- revenu complémentaire

MOYENS / BESOINS :

- formation professionnelle et cours de français FLI (français langue d'intégration)
- offre ciblée sur la vente, autour de snack et grignotage
- accompagnement social personnalisé

Pour les cuisiniers :

OBJECTIFS :

- un statut entrepreneurial
- une activité à temps plein

MOYENS / BESOINS :

- VAE cuisine, formation professionnelle dans le champ de la gestion et cours de français FOS (français sur objectifs spécifiques) appliqués à la gestion commerciale
- une offre ciblée sur la restauration rapide, autour de la vente de plats cuisinés

SYNTHÈSE ET PRÉÉCONISATION : LA NÉCESSITÉ DE CREER UNE STRUCTURE D'INSERTION PAR L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE (SIAE)

Les besoins économiques et sociaux, qui se dégagent du diagnostic social, impliquent **la mise en place d'une structure d'insertion par l'activité économique favorisant le retour à l'emploi des cuisiniers-vendeurs**, qui sont aujourd'hui en situation de précarité sociale et pour la plupart éloignés du marché du travail, en leur offrant la possibilité de conclure un contrat de travail et de bénéficier de mesures d'accueil et d'accompagnement social spécifiques. L'objectif est ainsi de **d'organiser l'accompagnement social et professionnel grâce à la création d'une structure d'insertion dont la viabilité économique repose sur l'opportunité d'un marché et d'une offre spécifique à façonner** et sur laquelle nous reviendrons dans la partie suivante. Cette structure doit pouvoir répondre aux impératifs économiques que requiert le montage de cette activité – coûts d'investissements initiaux – et aux besoins en matières d'accompagnement social et professionnel de personnes très éloignées de l'emploi et socialement précaires, ayant le souhait de monter un projet entrepreneurial autour de la cuisine de rue ou simplement le besoin de se remobiliser professionnellement pour s'intégrer socialement. **Deux types d'accompagnements sont alors préconisés : une démarche d'insertion par l'activité économique pour les vendeurs et un projet entrepreneurial pour les cuisiniers.**

En outre, son modèle économique doit reposer sur des ressources diversifiées comme par exemple :

- la vente de snack en espace urbain et dans des contextes événementiels
- la location d'engins de vente ambulante et la mutualisation d'espaces de travail à des entrepreneurs indépendants, la location événementielle
- la formation professionnelle

Il existe sur le territoire de Saint-Denis, de nombreuses initiatives concernées par les enjeux et besoins du projet, en termes, notamment, d'insertion par l'activité économique et de restauration. Il est ici pertinent d'être attentif au rôle que peuvent jouer chacun de ces acteurs, tout en interrogeant les modes de collaboration et de mutualisation possibles pour envisager la phase opérationnelle du projet. Consulter les acteurs, mesurer leur expertise respective et leur volonté de s'investir dans le projet est ainsi une manière efficace de mobiliser et de valoriser des ressources endogènes présentes sur le territoire. Cette articulation avec les structures locales pourra ainsi concourir, dans un second temps, à la structuration économique du projet « Cuisine de rue » et à son entrée dans la phase d'expérimentation, à travers la création d'une structure porteuse. Il existe, en outre, une opportunité à saisir par la collectivité si elle souhaite être partie prenante du montage d'activité économique dont l'activité devra satisfaire la charte du label « Cuisines de rue ».

B - UN TERRITOIRE À FORT POTENTIEL : UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE VECTEUR DE DEVELOPPEMENTS

Les trois quartiers de référence du projet, Franc-Moisin, Stade de France et Porte de Paris, ne présentent pas les mêmes problématiques sur les volets urbains, économiques et sociaux. Compris dans des contextes aux héritages historiques singuliers, leurs caractéristiques et modes de développement appartiennent à des logiques et des décisions d'aménagement distinctes. Cependant, la réalité de ces quartiers, pris à une échelle plus large, possède des enjeux transversaux, en matières de dynamisme et de diversité commerciale, de qualité du cadre de vie – urbanité, aménités urbaines – et de cohésion sociale. Du reste, le quartier Franc-Moisin, territoire d'émergence du projet, accuse aujourd'hui le plus de difficultés et de retard.

On peut considérer l'activité informelle de cuisine de rue comme résultant en partie de l'ensemble de ces dysfonctionnements amenant certains habitants à développer une activité spécifique, en marge, qui, à travers les valeurs qu'elle transmet et les ressources qu'elle offre, s'inscrit dans un cercle vicieux pouvant contribuer à un « effet de quartier » : la précarité économique, l'état d'urgence et de détresse sociale dans laquelle se situent les cuisiniers-vendeurs ayant recours à des pratiques illégales pour survivre, trouve échos auprès d'autres habitants du quartier captifs – leur situation est similaire – qui sont prêts à acheter à moindre coût l'offre proposée, dans un contexte d'affaiblissement du pôle commercial et d'une offre de plus en plus sinistrée. Et dans le même temps, surviennent les questions d'appropriation et de partage de l'espace public en tant que bien commun, les plaintes relatives aux nuisances et les conflits d'usages induits par le marché informel. L'approche par les effets de quartiers relève ici de l'existence d'une dynamique cumulative d'exclusion, qui inscrit durablement les inégalités au sein du territoire urbain.

Dans ce contexte de tensions – le constat est surtout probant dans le quartier Franc-Moisin – impactant la qualité de l'environnement des usagers et habitants, **le développement d'une économie parallèle, en marge d'un système légalisé, devient le révélateur de dysfonctionnements plus généraux où la question du cadre de vie et du renouvellement urbain sont indissociables de celle du développement économique et social.** Cette approche transversale et la prise en comptes de ces enjeux sont au cœur du projet « Cuisines de rue ».

1 - QUELLE OPPORTUNITÉ ÉCONOMIQUE POUR UNE OFFRE DE CUISINE DE RUE ?

Les habitants et usagers sont aujourd'hui dans l'attente d'un espace public apaisé, plus qualitatif et partagé par tous et d'une offre culinaire de qualité. **Afin de répondre à ces enjeux, une étude de marché a été menée sur les territoires de référence du projet.** Elle a permis d'identifier l'offre existante, la concurrence directe et indirecte en matière de cuisine de rue et d'analyser la demande actuelle et potentielle via une étude du volume de vente et du chiffre d'affaires du secteur. **L'objectif est de déterminer quel peut être le développement pour la restauration ambulante dans ces quartiers aux réalités multiples.** En complément, une enquête de terrain nous a permis de déterminer les attentes et besoins d'une clientèle potentielle de proximité, quartier par quartier.

L'offre repérée peut être assimilée à une activité de vente à emporter, dédiée à la consommation extérieure, sur place, au bureau pour les actifs ou à domicile pour les particuliers, et ce, selon le produit. Effectivement, **une offre de légumes grillés**, telle que le maïs, répondra à une consommation immédiate et directe. Une **offre du type plats cuisinés** ou brochettes est quant à elle destinée à une consommation différée « assise » dans des locaux ou des espaces extérieurs aménagés pour se restaurer. Le produit et son mode de consommation vont définir les contours de l'offre commerciale et avoir un impact sur l'emplacement et le mode de distribution à penser spécifiquement.

Les spécificités des offres à façonner se comprennent quartier par quartier, selon leur contexte et problématiques propres.

• ANALYSER ET COMPRENDRE LE MARCHÉ

QUARTIER FRANC-MOISIN

Contexte urbain et leviers de développement

Le quartier Franc-Moisin Bel Air, en rénovation urbaine depuis les années 90, fait parti des quartiers prioritaires de la politique de ville. Bien que le quartier ait connu des opérations urbaines lourdes - démolition de l'immeuble B3 en 1995, puis de la cité Casanova -, ainsi que d'autres interventions sur les volets de la requalification de l'habitat, des espaces extérieurs et des équipements publics, de nombreuses problématiques, à appréhender à une échelle urbaine plus globale, restent à traiter. C'est la raison pour laquelle **le quartier fait partie depuis 2014 des 200 quartiers d'intérêt national bénéficiant du soutien de l'État au travers du Nouveau Programme National de Renouvellement Urbain (NPNRU)**. Parmi la concentration constatée de ses dysfonctionnements, **l'affaiblissement du pôle commercial et sa nécessaire restructuration est une des orientations importantes du projet de NPNRU**.

En outre, le quartier jouit d'**une situation géographique stratégique**, en raison, notamment d'une bonne accessibilité par le réseau de transport en commun actuel et futur - le tramway T8 traversera le quartier, et **bénéficiera de deux sites urbains potentiellement mutables**, celui de la galette commerciale et des anciennes Charcuteries Gourmandes - et d'autres atouts et leviers, notamment des potentiels de mutation **des secteurs en friche industrielle**, représentant une opportunité de renouvellement urbain et commercial porté par le NPNRU.

Typologies de l'offre existante

L'offre de restauration est peu présente dans un quartier qui compte 10 500 habitants. Le quartier est surtout un quartier résidentiel, où **l'activité commerciale est concentrée uniquement le long de la rue Danielle Casanova**. Effectivement, même aux abords du groupe scolaire Casanova, aucune offre de restauration n'est présente, y figure seulement des locaux commerciaux vacants dont un bar lounge « Le Dallas ».

Il n'y a pas de restauration d'entreprise, même au sein de l'espace Miel Espace Bel Air, pépinière d'activités tertiaires de Saint-Denis, disposant de bureaux intégrés. L'offre de restauration apparaît insuffisante au regard des neuf entreprises hébergées par la pépinière.

On note également que la restauration de la clinique du Grand Stade est sous-traitée par la société Vitalrest à Saint-Germain-en-Laye, aucune autre restauration pour les visiteurs n'est proposée.

Clientèle et habitudes alimentaires

Les actifs du quartier **ont recourt à la vente à emporter (boulangerie, fast food), à hauteur de deux fois par semaine en moyenne**. **Le budget journalier de la pause méridienne est peu élevé, oscillant entre 4 et 7€**. Un flux de clientèle potentiel est fortement généré par la MIEL qui accueille chaque jour plus de 30 personnes.

D'une manière générale, **la clientèle ne semble pas satisfaite de l'offre actuelle**. Elle peut être amenée à consommer des produits issus de la vente de cuisine de rue informelle pour des questions de facilité, tout en soulignant le caractère peu qualitatif des prestations, notamment en termes d'hygiène et de méthode de vente.

L'offre de proximité est une donnée essentielle conditionnant fortement le choix des consommateurs.

Sur ce quartier, on note une **faible demande de restauration traditionnelle assise**, compte-tenu du budget plus élevé que requiert ce type de restauration, du manque de praticité et du manque de temps alloué à la pause méridienne.

La situation économique de **la majorité des ménages au pouvoir d'achat fortement réduit**, ne permet pas le développement ou la pérennisation de l'offre de restauration traditionnelle. Cette clientèle se dirige plus facilement vers des enseignes de type fast-food. En outre, il ressort de l'étude une insatisfaction quant à l'offre proposée, jugée parfois trop « ethnique » au détriment de produits traditionnellement français.

Ce qu'il y a de **commun aux habitants, usagers et salariés du quartier, est l'attente d'une amélioration de la qualité de l'offre** (traçabilité des produits, hygiène des aliments et de leur manipulation). L'hygiène apparaît au cœur des préoccupations, considérée comme indispensable aux yeux des consommateurs, qui sont aujourd'hui dans la crainte de se restaurer hors du foyer.

Positionnement commercial de l'offre « Cuisines de rue »

L'offre « Cuisines de rue » à proposer sur le quartier Franc-Moisin – Bel Air doit répondre à des **qualités diététiques et sanitaires** afin de capter une clientèle présente mais actuellement non satisfaite par l'offre de restauration peu qualitative en vente sur place ou à emporter sur le quartier. **Des plats cuisinés pour le midi à déguster chez soi ou au bureau, mais aussi des brochettes ou des formules de collations à consommer sur place**, sont des idées pour concevoir une carte adaptée au marché identifié. **Les meilleurs créneaux de vente sont le midi, en semaine et le week-end, mais aussi les après-midi pour la pause goûter.** Le portefeuille moyen des futurs clients indique un ticket moyen à 6€.

QUARTIER STADE DE FRANCE

Contexte urbain et leviers de développement

Le secteur du Stade de France est situé à deux pas du quartier Franc Moisin, sur l'autre rive du canal Saint-Denis. Le quartier du Stade de France constitue, avec la Plaine Saint-Denis, un secteur en grande mutation enclenchée par l'arrivée du Stade de France et l'accueil de manifestations sportives et culturelles d'échelle internationale.

La construction du Stade de France a en effet contribué à accélérer la réalisation de projets d'infrastructures urbaines (prolongement des lignes de métro 12 et 13, RER B et D, tramway) et d'aménager des espaces publics de qualité (couverture de l'A1, pont sur le canal, espaces verts), lesquelles ont donné une nouvelle valeur urbaine au secteur.

Néanmoins, les effets directs du stade dans la création d'une dynamique urbaine sont moins mesurables. Le programme immobilier sur la zone du Cornillon Nord, s'est concrétisé essentiellement dans sa composante commerciale par l'implantation de grandes chaînes franchisées : un grand magasin de sport Décathlon, une restauration rapide Quick, un « jardinier » Truffaut, un multiplex. L'offre de logements est quant à elle peu présente sur le quartier. **La «mixité urbaine» associant habitat, équipements, activités et marquée par le refus de la polarisation par fonctions, est peu visible sur le secteur. La majorité de la population est composée de cadres qui ne vivent pour la plupart pas sur place.** Ce constat selon lequel le quartier du stade cristallise davantage un pôle fonctionnel de grands équipements/commerces, est renforcé par l'arrivée massive – due à une mutation radicale de l'emploi sur les anciennes friches industrielles - de sièges sociaux de grandes entreprises publiques et privés tels que SFR, EDF-GDF, Saint-Gobain, Siemens, Vedior Bis, Afnor et le Cnam. **Le quartier du stade de France et celui de la Plaine Saint-Denis sont devenus le 3^e pôle tertiaire d'Ile-de-France et un réel moteur économique pour Saint-Denis.**

Typologies de l'offre existante

Ce quartier d'affaires est marqué par **une forte concurrence**, tout type de restauration confondue. On note que cette restauration est bien organisée et qu'elle répond localement aux attentes actuelles d'une clientèle d'affaires et de bureaux. **La restauration d'entreprise est suffisamment présente sur ce territoire et répond également aux besoins des actifs locaux.** On peut noter que la majorité de ces établissements sont situés à proximité sur un axe spécifique l'avenue Rimet, en face du stade de France, d'ailleurs ces restaurants bénéficient de 2 segmentations principales de clientèle : affaire et passage lors des événements.

Clientèle et habitudes alimentaires

La typologie de la clientèle est composée majoritairement d'actifs de bureaux. Bénéficiant pour un certain nombre de tickets restaurant aux alentours des 8-9€, qu'ils utilisent volontiers plusieurs fois par semaine, ils sont amenés à se restaurer dans les restaurants des alentours ou à la boulangerie. **Ils ne sont pas fidèles à un lieu en particulier**, fréquentent aussi bien de la restauration fast food, que de la boulangerie ou de la restauration traditionnelle. La vente à emporter est surtout très prisée et répond à leurs attentes, puisque le temps consacré à la pause du déjeuner est d'environ 1h. On s'aperçoit que le budget alloué à la restauration du midi n'est pas le même selon l'octroi ou non de tickets restaurant par les employeurs. S'ils en bénéficient ils vont avoir un budget de 10 euros et vont pratiquement tous les jours au restaurant ; s'ils n'en bénéficient pas, ils vont privilégier la gamelle du midi ou se restaurer à l'extérieur très ponctuellement pour un faible budget aux alentours de 5-7€. Les brasseries sont plus fréquentées par une clientèle d'affaire, de cadres, et sont boudées par les actifs salariés aux qualifications moins élevées à cause d'une politique tarifaire démesurée. Les résidents du quartier sont plutôt aisés contrairement au quartier Franc-Moisin et ont un budget de 15-20 euros quand ils se déplacent dans les restaurants du quartier (brasseries, restauration traditionnelle), ils ont recourt 1 à 2 fois par mois à la vente à emporter.

En général il est précisé que l'offre de restauration n'est pas assez variée sur ce territoire et qu'ils sont dans l'attente d'une restauration de qualité et originale.

Positionnement commercial de l'offre « Cuisines de rue »

Sur le quartier du Stade de France, l'offre « Cuisines de rue » à proposer est dans le contenu, similaire à celle de Franc-Moisin : **des plats cuisinés de qualité répondant à des exigences nutritionnelles et sanitaires. Mais la grande différence est son positionnement sur une clientèle de bureau dont le ticket moyen visé est plus élevé, autour de 8€, et qui ne consomme qu'en semaine et essentiellement sur la pause méridienne. L'offre peut donc être ajustée dans un format de « menus » à consommer sur place ou à emporter.**

QUARTIER PORTE DE PARIS

Contexte urbain et levier de développement

Le site de la Porte de Paris est situé entre, au Sud, la Plaine Saint-Denis et au Nord, le centre historique de la Ville.

Ce secteur, jusqu'alors dédié principalement aux échanges routiers (viaduc de l'autoroute A1 et ses bretelles de raccordement) est aujourd'hui **en pleine mutation**. Profitant de l'implantation du terminus de la ligne 8 du tramway, le projet a vocation à transformer ce carrefour routier en un véritable quartier de ville.

En chantier depuis 2012, le quartier se transforme progressivement, jusqu'à la livraison finale des travaux prévus en 2017. Plusieurs opérations sont déjà sorties de terre, témoignant d'une mixité urbaine forte : présence de la résidence du foyer Adoma, logements sociaux, groupe scolaire Jacqueline de Chambrun et crèche associative Picou. Parallèlement aux opérations immobilières, l'accent est porté sur la requalification des espaces publics à travers notamment les transformations des grandes voies de circulation en boulevards urbains (rue Danielle Casanova et avenue du Président Wilson), la réalisation de la place de la Porte de Paris et l'ouverture du quartier vers le canal de Saint-Denis.

Ce quartier connaît une forte attractivité du fait de sa situation stratégique d'entrée de ville. Les flux piétons y sont prégnants à toutes les heures de la journée. Les différents groupes scolaires drainent également une forte activité à la sortie des classes. De plus, la sortie du métro connaît une forte affluence liée à son emplacement central au sein du quartier, sa facilité d'accès via les multiples dessertes de transports en communs et son accès à la rue très commerçante Gabriel Péri. Enfin, la proximité de cette place avec le groupe scolaire Jean-Baptiste de la salle, Notre Dame de La compassion, ainsi que la maison de la jeunesse, contribue au dynamisme du quartier.

Typologies de l'offre existante

L'offre est particulièrement dense sur ce quartier, constituée **principalement de restauration rapide** (sandwicheries, fastfood, pizzeria). **Les prix sont bas** et les produits peuvent se consommer sur place ou à emporter, notamment aux abords de la place de la République. On note également la présence d'une restauration traditionnelle (spécialités de grillades) le long de l'axe Gabriel Péri.

Il n'existe pas de restauration d'entreprise dans ce secteur, exceptée la présence d'une cafétéria, située au niveau du pôle de la SNCF. **La clientèle est surtout composée de particuliers (de passage), de scolaires et de commerçants ;** la clientèle d'affaires et d'entreprise est très peu représentée. L'offre de restauration est condensée sur la place de la Résistance, sur la rue Gabriel Péri et le boulevard Marcel Sembat. Les rues annexes ne possèdent pas d'offre de restauration. La restauration rapide, dont **le panier moyen tourne autour des 4-6€, s'adresse à une clientèle plus jeune.** **La restauration traditionnelle, au panier s'élevant à 8€ est davantage fréquentée par une clientèle masculine et populaire.**

Malgré l'importante affluence du quartier relative à sa situation stratégique par rapport à Paris et à Saint-Denis, **les restaurants ne semblent pas tous fonctionner, en raison du manque de diversité de l'offre et de sa faible qualité.** L'offre de restauration rapide, malgré son prix bas, est largement saturée sur la place de la libération et les axes Gabriel Péri et Marcel Sembat

Clientèle et habitudes alimentaires

L'enquête de terrain sur ce quartier, souligne que **la clientèle d'actifs se restaure difficilement à l'extérieur, compte-tenu de la non proximité des points de vente de restauration.** Effectivement, le temps de pause le midi étant limité à 1 heure, cela ne leur laisse pas le temps de se restaurer à l'extérieur de leur lieu de travail. La majorité a recourt au panier repas préparé par leurs soins, sauf pour les salariés de la SNCF qui bénéficient d'une cafétéria d'entreprise. **Leur budget midi est limité à 6-7 euros, ils ne bénéficient pas pour la plupart de tickets restaurant.** Lorsqu'ils sont amenés à avoir recours à la restauration hors foyer, ils se dirigent vers les boulangeries ou encore

les fast food (KFC, Mac Donald's) ou bien les kébabs de proximité. Il est noté que vers le Campus Wilson où sont installées de nombreuses entreprises, on ne trouve aucune offre de restauration, ce qui amène la clientèle à se diriger vers la porte de Paris. **La clientèle d'actifs semble peu séduite par la cuisine de rue, qu'elle trouve peu respectable.** Certains ont malheureusement été touchés par une toxi-infection alimentaire, apportant une image négative à la pratique. D'ailleurs ce n'est pas seulement la cuisine de rue qui est montrée du doigt par les locaux (actifs ou particuliers) mais la majorité des enseignes de restauration. On peut noter qu'aucune offre saine et équilibrée n'est proposée sur ce quartier, de type « salad'bar » ou produits aux qualités nutritionnelles et diététiques intéressantes. Ces concepts répondraient à une demande de plus en plus accrue de la clientèle féminine du quartier. **La jeunesse elle, semble complètement satisfaite de l'offre actuelle, laquelle répond parfaitement à son budget, à ses besoins sociaux** (lieux de rencontres entre jeunes).

Positionnement commercial de l'offre « Cuisines de rue »

Le quartier de la Porte de Paris offre des opportunités pour le « snack » et des produits dont les qualités premières recherchées par les potentiels clients sont la rapidité, la fluidité et la praticité, comme les légumes grillés, les fruits à croquer ou encore des beignets... Le ticket moyen visé ne doit pas dépasser les 3€ afin de pouvoir se positionner face aux enseignes déjà présentes. En outre, afin de proposer une offre différenciée, il faut prendre en compte les aspects qualitatifs et nutritionnels, inexistant sur le quartier afin d'élaborer la carte la plus adaptée. Les créneaux de vente, quant à eux sont larges car la clientèle potentielle, d'habitants et de travailleurs, est présente en continu sur ce quartier de connexion pour les transports en commun.

SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

L'étude de marché menée sur les quartiers Franc-Moisin, Stade de France et Porte de Paris indique de manière générale une **offre de restauration actuelle peu diversifiée voire sinistrée, sur le quartier Franc-Moisin en particulier, et des attentes fortes de la part des usagers consommateurs, qu'ils soient habitants ou professionnels.** Par ailleurs, le projet, en fonction des logiques attachées à chaque territoire et en s'emparant des potentiels de développement de chacun d'entre eux, aura des effets positifs à long terme sur l'image des quartiers et sur l'amélioration du cadre de vie en redynamisant l'offre commerciale. **Ceci passe par la mise en place d'une offre culinaire renouvelée, plus saine et diversifiée.** L'opportunité économique pour une offre de cuisine de rue qualitative est ainsi à saisir.

2 - UNE SENSIBILISATION À LA NUTRITION ET À LA DIVERSITÉ CULTURELLE

« La cuisine de rue doit se faire l'ambassadrice du bien manger ».

Street Food en mouvement

D'un côté, une street food à la McDo, que l'on associe au grignotage, à la malbouffe et au déséquilibre alimentaire, et qui propose un certain nivellement de l'offre; de l'autre, les cuisines de rue traditionnelles, qui sont des bastions identitaires en réaction à cette peur du goût unique».

Jean-Pierre Corbeau, sociologue de l'alimentation à l'université de Tours

La cuisine de rue ne doit plus être restreinte à la médiocrité, non plus que de se limiter à des produits exotiques ou de mauvaise qualité. **L'intention du projet est de préserver les traditions alimentaires et d'encourager les citoyens à prendre conscience de leur mode de consommation, de la provenance des produits, de leur goût et de la façon dont nos choix alimentaires affectent le monde.** S'inscrivant ainsi en opposition à une nourriture standardisée et uniformisée, l'offre de cuisine de rue fait appel aux héritages culturels en valorisant l'art culinaire riche et diversifié du territoire tout en proposant des manières pour mieux se nourrir d'un point de vue sanitaire et nutritionnel.

<> FRUIXI <> Montréal, Canada

Promouvoir une alimentation saine accessible à tous

Naissance du projet

Fruixi a démarré à l'été 2011 dans le quartier Centre-Sud de Montréal.

Porteurs du projet

Le Carrefour alimentaire en collaboration avec plusieurs partenaires, notamment les arrondissements de Ville-Marie et du Plateau-Mont-Royal, la Direction de la santé publique de Montréal, la Lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale et la Corporation de développement économique communautaire Centre-Sud/Plateau-Mont-Royal.

Objectifs

Faciliter l'accès en fruits et légumes frais à la population en complément des marchés publics
Améliorer les services de proximité et la qualité de vie des habitants
Revitaliser les quartiers en déprise économique et difficultés sociales

Quoi ?

Fruixi (contraction de «fruit» et de «Bixi»), est un marché mobile de proximité.
Projet d'économie sociale, principalement composé de jeunes en voie d'insertion professionnelle.
Six vélos triporteurs originaux et équipés d'un espace arrière se déployant en étal de fruits et légumes.

Des produits locaux, à petits prix

Des déplacements quotidiens dans une douzaine de parcs de Montréal, ainsi que sur le parvis de trois hôpitaux.

Des animations dans des espaces du centre-ville : fêtes et événements publics avec dégustation, service traiteur

Des conseils aux habitants sur les différentes manières cultiver dans la ville (urban gardening-fruixi-jardin).

Fruixi jeunesse, programmes d'éducation à l'éco-alimentation animé en école maternelle et en primaire

Structuration et organisation

Le contexte philanthropique et financier difficile pour les organisations communautaires au Québec et les difficultés de collaborations réelles entre des entités ayant une gouvernance distincte ont amenées Rencontres-Cuisines et le Marché Solidaire Frontenac à effectuer une réforme corporative dans le but de mutualiser leurs ressources, compléter leurs programmes et leurs activités, s'assurer d'une gouvernance unifiée et porter une mission commune visant essentiellement l'accès à une alimentation saine. Cette union a mené nos organisations à mettre en place des stratégies innovantes et efficaces tant au niveau organisationnel qu'au niveau des services aux usagers. .

Développement durable

Le projet vise à promouvoir l'alimentation saine, l'employabilité, le transport actif, la promotion des aliments québécois et le commerce de proximité dans une optique de développement durable. On peut aussi louer les vélos pour un événement public.

Enjeux de nutrition

Un programme d'éducation à l'éco-alimentation, « Fruixi jeunesse » est animé en école maternelle et en primaire. Des cours sont également dispensés aux parents pour les sensibiliser à la cuisine régionale et de saisons. Un module est par exemple destiné à la préparation de « boîte à lunch » pour les enfants.

<> NEW YORK CITY GREEN CARTS <>

New-York, USA

Diversifier l'offre alimentaire des quartiers défavorisés

Année de naissance du projet : 2008

Le projet en quelques mots...: Vente ambulante de fruits et légumes frais sur des engins mobiles appelés les « Green Carts » littéralement, les charriots verts.

Origine du projet : Le projet a été initié par la mairie de NYC afin de lutter contre les problèmes de surpoids et de malnutrition qui touchent prioritairement les personnes habitant dans des quartiers défavorisés où l'accès à des aliments frais est limité (Bronx, Brooklyn, Staten Island, Manhattan, Queens).

Porteur du projet : La mairie de New-York pilote le projet. En lien avec les autorités sanitaires, c'est elle qui délivre les cartes et autorisation de vente après évaluation des demandes et qui encadre les emplacements. Un cadre réglementaire urbain spécifique a été mis en application par la municipalité de New York afin de réguler la mise en œuvre de l'activité sur les quartiers où l'offre doit être encouragée.

Montage de l'activité :

Pour obtenir la licence « Green Carts » autorisant les personnes à la vente ambulante il faut suivre au préalable une formation de 2 jours « vente ambulante et protection alimentaire » dispensée par le ministère de la santé (coût pour suivre la formation : 50 dollars). A l'issue de la formation il est possible de réaliser une demande de licence dont le montant s'élève à 50 dollars. La licence est valide pour 2 ans à l'issue desquels le vendeur pourra la renouveler. Chaque vendeur peut ensuite s'équiper pour la vente d'un « Green Carts » dont le coût est estimé à 2 000 dollars. Mais ce n'est pas tout, afin de réguler l'activité des « Green Carts », celui-ci devra obtenir un permis autorisant sa présence et la vente sur un territoire défini.

Aides aux porteurs de projet :

La fondation Illumination Fund et l'ONG « Acción NYC » soutiennent les porteurs de projet défavorisés en leurs donnant accès à un crédit.

Respect des normes d'hygiène : En raison des réglementations très strictes en vigueur, seule la nourriture non-modifiée peut être vendue. Toute sorte de transformation est interdite.

• DÉVELOPPEMENT DURABLE ET AGRICULTURE URBAINE : UNE OPPORTUNITÉ DE DÉVELOPPEMENT POUR LA VILLE DE SAINT-DENIS

Le caractère innovant du projet se traduit aussi au travers d'un développement raisonné, éthique en prise directe avec les ressources locales. Voilà l'occasion pour les filières agricoles de promouvoir leurs produits et d'en suggérer une nouvelle consommation. Il apparaît intéressant de tirer profit du territoire et de faire appel à l'agriculture urbaine de proximité comme levier de développement, en tissant des liens entre les acteurs de la politique de la ville et ceux du développement durable. Le développement de partenariats apparaît en effet nécessaire à l'avancement du projet dans ses différentes phases d'élaboration : acheter une nourriture saine grâce à des circuits courts d'approvisionnement, innover dans les pratiques inspirées d'initiatives collaboratives, favoriser une diversité alimentaire multiculturelle à portée de main grâce au réseau d'agriculture urbaine du quartier, initier des actions de formation autour de l'alimentation en partenariat avec le réseau d'acteurs locaux (la Place Santé, la Maison de quartier...).

3 - VERS UN PARTAGE ET UNE RÉAPPROPRIATION PAR TOUS DE L'ESPACE PUBLIC : UN ACTE CULTUREL FORT ET UNE SOCIABILITÉ RETROUVÉE

Manger dans la rue est un acte culturel et social fort. C'est prendre le temps d'observer, être attentif et à l'écoute de ce qui s'y passe ; c'est aussi l'habiter autrement et partager avec les autres, à travers une sociabilité et une convivialité retrouvées, tournées vers le brassage des classes, des cultures et des générations. Derrière son comptoir, le cuisinier devient à la fois témoin et acteur de ce 'petit théâtre' de la vie du quartier.

En marge de l'acte de cuisiner, d'autres pratiques informelles prennent place autour des équipements mobiles de cuisine de rue : rencontres, débats, témoignages, échanges, jeux. Au-delà de son rôle catalyseur, **la cuisine de rue est aussi génératrice de lien social, d'échange et de partage. Elle repositionne l'acte de cuisiner comme activité sociale, culturelle et urbaine, et invente des nouvelles pratiques dans l'espace public. Ce dernier devient un lieu, non plus seulement de passage mais un lieu habité, où se constituent et s'affirment de nouvelles sociabilités, où la vie collective retrouve sa place.** La pratique culinaire de rue concourt ainsi à l'animation festive et chaleureuse dans l'espace public, elle contribue ainsi à une complicité et une solidarité entre les habitants.

En cela, l'activité et l'usage participatif de la cuisine peuvent constituer un prétexte favorable pour questionner et ouvrir le contexte de la concertation dans le cadre du NPNRU, en croisant, à la fois, des dynamiques culturelles et urbaines, micro et géo-politiques à travers des pratiques quotidiennes.

<> RAVIONTOLAPÄIVÄ - RESTAURANT DAY <>
Helsinki

La cuisine, un point de rencontre populaire

Restaurant Day est un carnaval culinaire né en Finlande en 2011. Lors de cet événement, n'importe qui peut ouvrir un restaurant, mais aussi un bar ou un café, où il le souhaite, l'espace d'une journée. Le but principal est de promouvoir l'échange culturel et social entre différentes nationalités et générations à travers la nourriture. La plupart du temps, ces restaurants éphémères prennent place chez des particuliers, dans des boutiques de tous genres, dans des espaces publics, dans des parcs ou sur des quais. Ce mouvement de « social dining » crée de la

convivialité autour de la nourriture et permet de se réapproprier l'espace public. De la Colombie à Singapour en passant par Kiev et Jérusalem, plus de 1 200 restaurants éphémères ouvrent dans le monde.

Une initiative citoyenne 2.0

Les réseaux sociaux et les nouvelles technologies jouent un rôle essentiel dans l'organisation du Restaurant Day. Une carte interactive, actualisée en direct permet de géolocaliser les différents restaurants. Celle-ci est accessible sur le site internet du Restaurant Day et via une application pour Smartphone téléchargeable gratuitement.

www.restaurantday.org/fr

SYNTHÈSE : COMMENT UNE ACTIVITÉ ESS PEUT PARTICIPER À L'AMÉLIORATION DU CADRE DE VIE

Toutes les dimensions et enjeux du projet « Cuisines de rue » s'inscrivent pleinement dans les valeurs et principes qui fondent l'Economie Sociale et Solidaire (ESS). La recherche d'un modèle économique alternatif et approprié, la valeur sociale comme moteur du projet, l'ancrage local et la recherche de solutions aux besoins du territoire et de ses habitants, la recherche de modes d'actions coopératifs et solidaires, sont autant d'axes de travail que le présent diagnostic a permis de rassembler.

À l'issue de cette première phase de travail et pour que les intentions de départ du projet « Cuisines de rue » se réalisent, il semble essentiel de mettre en action une économie au service d'un développement, celui de l'humain et mais aussi celui de la collectivité. **Cette double utilité sociale et locale pourra avoir un effet démultiplicateur pour le développement des quartiers et de ses habitants, à travers les externalités positives qui seront créées.** En outre, le modèle de développement incarné par les « Cuisines de rue » peut largement contribuer à l'amélioration du cadre de vie.

C – LE RÔLE DE LA COLLECTIVITÉ : ENCADRER ET RÉGULER UNE PRATIQUE INFORMELLE

La collectivité a le souci d'encadrer et de réguler une pratique qui prend place de façon informelle dans l'espace public : elle s'inquiète autant des usagers du quartier qui doivent pouvoir jouir d'un espace public agréable et entretenu, que des habitants cuisiniers-vendeurs dont les ressources dépendent de cette activité de cuisine de rue.

1- RÉSOUDRE LES CONFLITS D'USAGES INDUITS PAR L'ÉCONOMIE GRISE

Les conflits d'usages induits par l'activité de cuisine de rue et l'économie grise dans laquelle elle s'insère nous amène à nous interroger sur la gestion de ces conflits. En effet, **les installations informelles suscitent de nombreux débats et interrogent la société sur le vivre ensemble et les conditions d'un partage respectueux de l'espace public.**

Mais à ce jour, les collectivités locales semblent adopter une attitude plutôt répressive envers les vendeurs, sans apporter toujours de réponse adaptée au contexte local. Plutôt que de penser son éviction systématique et de considérer le conflit uniquement selon une vision négative, l'enjeu pour la ville de Saint-Denis est de montrer, combien la prise en compte de cette réalité dans la fabrique de la ville – dans son aménagement comme dans les processus de décision – peut être traité autrement. Le projet de « Cuisines de rue » propose de dépasser la vision simplificatrice de la gestion du conflit pour mieux envisager et traiter ses enjeux, en considérant plus largement les mécanismes à l'œuvre, lesquels sont complexe et souvent peu lisibles de prime abord. Par la mise en lumière d'intérêts variés et les opportunités qu'ils sont susceptibles d'apporter, les conflits d'usages peuvent être pensés comme un outil et levier d'action efficace et fécond plutôt qu'un phénomène à éviter à tout prix. **Au lieu de considérer l'activité de cuisine de rue informelle comme une pratique déviante ou indésirable, ne pourrait-on pas y voir une tentative de renouveler les expériences de la citoyenneté et de redéfinir des espaces publics ouverts et accessibles pour tous, favorisant un meilleur partage pour les habitants et usagers du territoire ?**

En effet, l'activité de cuisine de rue, constituant une forme de « sous-culture »³, ayant ses propres logiques et modes de fonctionnement est un phénomène qui, au-delà des nuisances et de la cohabitation difficiles des usages qu'elle peut générer, est aussi une ressource positive faisant partie intégrante de la vie sociale du quartier. Dès lors, plutôt que d'endiguer des pratiques en procédant à une éviction répressive de ce marché noir, **pourquoi ne pas tirer vers « le haut » l'ensemble de cette activité, réintégrer cette économie souterraine dans l'économie légalisée et investir le marché de la cuisine de rue dans l'espace public par la responsabilisation de ses acteurs ?** Cela suppose d'encadrer cette pratique, afin de basculer progressivement de la « zone grise » de l'économie informelle vers un statut plus adapté, d'accompagner ceux qui en ont besoin sur un plan social et de réguler les espaces marchands. **Cette nouvelle appréhension de l'urbanité questionne les séparations fonctionnelles et sociologiques de la ville et sa capacité à accueillir des espaces de relégation sociale en les reconsidérant.** Cette conception peut s'inscrire dans le prolongement de la pensée d'Henri Lefebvre, selon laquelle l'espace public doit ouvrir le droit à une véritable urbanité, à une vie sociale pleine et développée :

Parmi ces droits en formation figure le droit à la ville (non pas à la ville ancienne mais à la vie urbaine, à la centralité renouvelée, aux lieux de rencontres et d'échanges, aux rythmes de vie et emplois du temps permettant l'usage plein et entier de ces moments et lieux, etc.)

Le droit à la ville se manifeste comme forme supérieure des droits : droit à la liberté, à l'individualisation dans la socialisation, à l'habitat et à l'habiter. Le droit à l'œuvre (à l'activité participante) et le droit à l'appropriation (bien distinct du droit à la propriété) s'impliquent dans le droit à la ville (...)⁴

3 « Ensemble de valeurs, de normes et de comportements propres à un groupe social donné et manifestant un écart par rapport à la culture dominante. » (Source : Larousse.fr)

4 Lefebvre, H. 2009 [1968]. Le Droit à la ville. Paris, Anthropos (3e édition), Paris : Éditions du Seuil

Plusieurs expériences, c'est le cas par exemple du marché des **Biffins** (cf. focus ci-dessous) à Paris et des projets « **Fruixi** » à Montréal et « **Green Cards** » à New-York, démontrent la multitude de possibilités en termes d'encadrement et de types d'occupation du domaine public par des activités commerciales ambulantes, selon les permis accordés :

- modalités d'occupation de l'espace : fixes, temporaires ou désignés
- typologie des emplacements (voies publiques, route prédéterminée, terrains privés ou stationnement public)
- temporalité de l'autorisation d'occupation pouvant être annuelle, saisonnière, hebdomadaire ou journalière
- typologie et encadrement des produits proposés à la vente

<> LES BIFFINS <> Paris

Encadrer localement et accompagner socialement une activité économique informelle

Le Carré des Biffins, espace de vente solidaire et partagé, est né d'une décision politique de la mairie du 18^{ème} arrondissement de Paris relayée par le Département de Paris.

Cet espace est réservé aux biffins (chiffonniers) adhérents qui peuvent s'installer du samedi au lundi, entre 6 heures et 16 heures, sous le pont de l'Avenue de la Porte de Montmartre, en marge des puces de Saint-Ouen, pour vendre des objets de récupération et des matériaux usuels usagés et abandonnés.

Cette expérimentation sociale a été menée suite à une importante mobilisation sociale et collective engagée par l'association de biffins historiques « Sauve qui peut », rapidement ralliée par une forte préoccupation de la Mairie de voir le quartier en croissantes difficultés. Tolérés mais sans existence légale, les biffins se sont en effet retrouvés confrontés ces dernières années au développement du phénomène dit des « marchés de la misère », au développement des ventes à la sauvette, entraînant de nombreuses nuisances pour les riverains ainsi que pour les biffins eux-mêmes, avec pour effet des cohabitations conflictuelles. C'est donc dans une double perspective de régulation de l'espace public en encadrant l'activité et d'accession aux droits et à l'insertion professionnelle de ces personnes précarisées que le département de Paris a chargé l'association Aurore, spécialisée dans la réinsertion, de mener l'expérimentation.

Bénéficiant d'une subvention du Département de Paris et de la Délégation à la Politique de la Ville et à l'Intégration, l'association a pu mettre en place d'une part, un système de placements et d'adhésions pour les biffins et d'autre part, un bus itinérant qui sert de café social pour accueillir et accompagner les biffins qui sont pour la plupart en situation d'urgence sociale et en très grande exclusion.

Aujourd'hui, une centaine d'emplacements, numérotés et matérialisés au sol par de la peinture blanche sont disponibles trois jours par semaine pour les biffins répondant aux critères de la charte (âge, résidence dans les 18^e et 19^e arrondissements ou à Saint-Ouen, justificatif d'un complément de ressources, vente exclusive d'objets de seconde main, issus de la récupération). Les adhérents sont alors munis d'une carte nominative délivrée par l'association. Les bénévoles de l'association vérifient chaque jour les cartes d'adhésion et la provenance des marchandises et veillent à l'accompagnement social des biffins.

Bien que des comités de résistance au projet existent, dénonçant notamment le manque cruel de places et l'exclusion - c'est le cas de certains biffins historiques qui revendiquent leur priorité au dispositif, ne souhaitant pas passer par le filtre du critère géographique ou social - le carré des Biffins est perçu comme un succès pour la municipalité et pour les riverains qui retrouvent l'usage de l'espace public mais également pour les biffins adhérents qui bénéficient d'un suivi social mené par l'association Aurore. Bien qu'il n'ait pas été évident au départ d'encadrer une économie informelle, le choix politique de cette expérimentation semble avisé et commence à s'étendre à d'autres communes de l'Île-de-France, comme on peut le voir à Montreuil au travers du projet « achetez malin, achetez biffins » mené par l'association Amélior.

2 - DÉVELOPPER UNE PRATIQUE AUX NORMES POUR RESPECTER LE PARTAGE DE L'ESPACE PUBLIC ET OFFRIR DES GARANTIES AUX CONSOMMATEURS

L'activité de cuisine fait l'objet de nombreuses difficultés dans sa mise en œuvre. Les étapes et démarches administratives, requièrent pas moins de six autorisations pour pouvoir légalement installer une cuisine mobile dans l'espace public (cf. guide) : carte permettant l'exercice d'une activité ambulante, validation par les services vétérinaires, inscription temporaire au registre du commerce et des sociétés, autorisation d'occupation temporaire du domaine public, licence professionnelle de restauration, accord de la municipalité. A l'instar des municipalités australiennes de Sydney et Adélaïde (cf. focus), **la ville de Saint-Denis doit faire face à un vide juridique en matière d'occupation commerciale itinérante de l'espace public et plancher sur les règles juridiques qu'elle souhaite appliquer à son territoire.**

• LE FLOU DE LA DÉFINITION DE L'ACTIVITÉ DE CUISINE DE RUE COMME FREIN À L'ENCADREMENT JURIDIQUE ET ADMINISTRATIF DE LA PRATIQUE

Au regard de la loi et de la définition livrée par l'Agence pour la Création d'Entreprises (APCE), le commerce ambulante est une activité non sédentaire, pratiquée par un commerçant sur la voie publique ⁵:

- soit dans le cadre d'un marché, d'une foire ou d'une fête,
- soit directement dans la rue ou sur le bord d'une route nationale ou départementale.

Le développement de l'activité de cuisine de rue et l'implantation des food trucks, triporteurs et autres équipements mobiles dans le paysage urbain pose aujourd'hui des questions de réglementation et d'encadrement relatifs à l'espace public. Les initiatives officielles se heurtent à des difficultés administratives et des freins importants – notamment liés à des impensés juridiques – qui ralentissent et rendent problématique le développement de cette activité. **En effet, l'activité de cuisine de rue n'a pas, à l'heure actuelle, de statut légal clairement défini.** Elle doit se référer à des textes existants relatifs aux activités commerciales et ambulantes en espace public mais pas spécifiquement destinée à la cuisine de rue. De fait, cette activité dépend souvent du bon vouloir des collectivités locales et se réfère à des cas de jurisprudence.

↳ TRIBUNAL ADMINISTRATIF DE PAU, 1980 :

« 14-01-01-01, 16-03-01-01. L'exercice d'une activité de vente ambulante ou de colportage sur le domaine public ou la voie publique par un commerçant ambulante ayant souscrit la déclaration prévue par la loi du 3 janvier 1969 ne peut être subordonnée à la délivrance d'une autorisation, celle-ci n'étant exigée que pour les concessions privatives exclusives et à demeure d'une portion déterminée de ce domaine. Toutefois il appartient au maire de prendre, sur la base de l'article L. 131 du Code des communes, les mesures qui seraient nécessaires pour remédier aux inconvénients que l'exercice de telles activités sur les voies publiques et sur les plages pourrait présenter pour la sécurité et la tranquillité publiques. »

Afin d'assurer une gestion légale et structurée de la cuisine de rue, respectueuse des lois, il est nécessaire de prendre en considération les réglementations en vigueur – bien que celles-ci ne s'adressent pas spécifiquement à l'activité de cuisine de rue. Ainsi, le code général des collectivités prévoit une amende pouvant aller jusqu'à 1 500 euros pour sanctionner une installation irrégulière de commerce en espace public (absence d'Autorisation d'Occupation Temporaire (AOT), non-respect des termes de l'AOT, non-paiement de la redevance...). Pour cela, l'occupation du domaine public par un commerce ambulante doit répondre à des conditions fixées par l'autorité administrative, qui est en charge de sa gestion. Il convient alors de se référer aux textes réglementaires préexistants qui font l'objet d'une charte d'occupation du domaine public à titre commercial, publiée par la commune.

⁵ <http://www.apce.com/pid599/commerçant-ambulante.htmlC=173&espace=1>

L'article L.2212-2 du code général des collectivités territoriales, stipule que le maire, via l'instance de la police municipale qui a pour objet d'assurer le bon ordre, la sûreté, la sécurité et la salubrité publiques, est le seul compétent pour définir les règles du marché. On peut y lire à titre d'exemple, les recommandations et règles suivantes :

- respect du métrage,
- respect des horaires de déballage et de remballage,
- dégagement des allées de circulation,
- disposition adaptée des stands afin de ne pas obstruer la vue des étals voisins,
- respect de la tranquillité publique,
- etc.

En plus de respecter les dates et les horaires d'installation fixés dans l'autorisation d'occupation, le commerçant doit veiller à bien respecter les emplacements de vente qui lui ont été attribués. Le regroupement des personnes qui stagnent sur l'espace public est limité et réprimé par la loi. Dès lors, l'activité de cuisine de rue implique un encadrement et une gestion de l'attractivité de l'activité et le flux de personnes qui en découle en réponse aux questions de sécurité et de régulation.

• RÉGULATION FISCALE ET ENJEUX DE CONCURRENCE AU SECTEUR DE LA RESTAURATION SÉDENTAIRE

Aujourd'hui, l'activité informelle nomade est perçue comme une concurrence déloyale par les commerçants sédentaires disposant d'un fond de commerce et devant payer une redevance. Il importe donc de garantir une équité fiscale entre les cuisiniers-vendeurs de la cuisine de rue et les restaurateurs établis. En effet, le passage à la légalité peut générer des inquiétudes au premier rang desquelles, les commerces en place, pourront se montrer hostiles à ce type d'activité, qu'ils considèrent comme de la concurrence directe :

<> STREET FOOD EN MOUVEMENT <>

« Les associations de commerçants, les restaurateurs sédentaires, les vendeurs forains... doivent être entendus et rassurés. S'il n'est pas question de permettre une concurrence frontale, il est important de réfléchir à des périmètres commerciaux en termes de zones et d'horaires d'activité, de redevance commerciale, de nature de l'activité... Une réflexion notamment avec des syndicats professionnels, doit être menée pour harmoniser les opinions et valoriser les opportunités commerciales à saisir plutôt qu'à craindre ».

Il s'agit ainsi de pallier les éventuelles réticences et problèmes autour de la concurrence en ciblant précisément l'offre et en s'appuyant sur une étude de marché approfondie. En outre, un travail de veille et de terrain s'avère nécessaire afin d'informer au mieux des objectifs et de l'avancement du projet, les habitants et riverains, usagers, commerçants, partenaires et associations locales.

<> LES MUNICIPALITES DE SYDNEY ET ADELAÏDE, PIONNIERES EN MATIERE D'ENCADREMENT LEGAL DE LA STREET FOOD <>

Deux villes, Sydney et Adelaïde, en étroite collaboration avec l'association Street Food in Australia, ont publié un guide détaillé sur tous les règlements qui doivent être respectés. Pour Sydney, ce guide explique les règles juridiques concernant :

Le design du food truck (matériaux et équipement)
Les exigences relatives au vendeur en matière de formation

Les droits et permissions nécessaires afin de lancer son activité.

La maintenance du food truck

Les déchets et leur recyclage

L'environnement de la vente (Précautions, vigilance des enfants et animaux à proximité du stand de vente)

Les circuits eaux propres / eaux usées, quelles sources, quelles évacuations

Raccords énergétiques : électricité, gaz et sécurité du food truck

Le traitement de la nourriture

(+ stockage, + température + préparation + emballage)

• VIDE JURIDIQUE EN MATIÈRE DE RÉGLEMENTATION D'HYGIÈNE SPÉCIFIQUE À LA CUISINE DE RUE

Un autre enjeu majeur attendant à la légalisation de l'activité de cuisine de rue est la mise aux normes des installations et de la pratique, conformément aux règles de sécurité alimentaire et d'hygiène. Le constat, selon lequel aucune réglementation n'encadre juridiquement l'activité de cuisine de rue aujourd'hui, s'avère identique pour les normes d'hygiène. En effet, il n'y a pas, à ce jour, de réglementations claires spécifiant les démarches et préconisations à suivre pour développer cette activité. Il s'agit alors de se référer à des normes et règles existantes provenant de sources diverses – restauration classique, scoutisme, etc.

Plusieurs mesures sont à prendre en compte afin de réduire les facteurs de risques de contamination et d'intoxication alimentaire. Ce risque se décline sous la forme suivante :

1. Risque de contamination des matières premières dès leur réception.
2. Risque relatif aux différents milieux et espaces (locaux, aménagement, équipements, air et eau) : les denrées déconditionnées entrent facilement en contact avec les poussières, l'humidité et les agents de nettoyage.
3. Risque de contamination du matériel utilisé entrant en contact avec l'aliment.
4. Risque relatif au processus de fabrication et à la méthode adoptée
5. Risque relatif à la main-d'œuvre et à la manipulation des denrées par le personnel : hygiène corporelle

Ces cinq points critiques, servant de référence pour les pratiques de restauration, requièrent une vigilance toute particulière afin d'assurer la sécurité et la salubrité des denrées alimentaires à toutes les étapes de leur production, transformation et distribution. Ces étapes durant lesquelles le seuil critique est grand impliquent d'instaurer des mesures strictes – traçabilité des denrées, maîtrise des températures, conditionnement et sectorisation des aliments, équipements adéquats, etc. – encadrant les usages de l'activité afin de répondre aux grands principes de l'hygiène et de la sécurité alimentaire. Parallèlement les vendeurs doivent suivre des formations obligatoires de 14h pour exercer leur activité selon les conventions.

Cette mise aux normes doit se faire en collaboration avec la DGCCRF (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes), les services vétérinaires, les filières de formation et la DDPP (Direction Départementale de la Protection des Populations)

Leurs préconisations s'appliquent aussi bien à la conception des outils de travail (laboratoire de confection et engins de vente ambulante), qu'à l'organisation même de la vente ambulante (principes de conservation entre lieu de préparation et lieu de vente...). Ces recommandations ont donc un impact évident sur le modèle économique à penser pour une cuisine de rue légalisée.

3 - ŒUVRER A LA PRISE EN COMPTE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DANS LA POLITIQUE DE LA VILLE

« La politique de la ville ne peut réussir si elle n'est pas tout entière engagée sur le front de l'emploi » rappelait la ministre de la Ville Najat Vallaud-Belkacem dans sa lettre adressée aux maires en avril 2014. Composantes essentielles de l'égalité des territoires, la priorité est de favoriser l'accès à l'emploi des habitants, mais aussi l'activité et le développement économique dans les territoires de la politique de la ville.

Forme vivante de la culture populaire et caractéristique de l'identité locale du quartier Franc-Moisin - Bel Air - Stade de France, la cuisine de rue pourrait bien constituer un véritable moteur d'intégration sociale et d'insertion économique, en adaptant les pratiques actuelles au contexte de la législation et en redécouvrant les qualités d'un espace public partagé par tous. Nombre de quartiers populaires, inscrits dans le périmètre d'intervention de la politique de la ville, achèvent une phase d'aménagement et de renouvellement urbain débutée dans les années 80. Après les grands chantiers de rénovation, de nombreux dispositifs visant à améliorer la vie dans les quartiers, ont été mis en place. L'organisation de réunions publiques, la tenue de conseils de quartiers pour encourager la partici-

pation des habitants dans la vie de la cité, sont des intentions louables de la politique de la ville, mais il semble que les besoins vitaux des habitants n'aient pas été suffisamment pris en compte. La question de l'emploi et de l'accès à la formation a été sous-estimée. **En effet, l'articulation entre rénovation urbaine et développement économique fonctionne mal : ces opérations n'ont pas eu – ou trop peu – d'effet d'entraînement sur l'activité économique des quartiers qui en ont bénéficié.**

C'est ainsi qu'aujourd'hui, de nombreux habitants développent une économie parallèle et illégale qui tend à accroître la marginalisation des quartiers prioritaires : vide grenier déguisé en brocante commerciale, vente de rue, distribution alimentaire organisée dans les parkings, « gardiennage » temporaire de places de stationnement, services de mécanique sauvage... Par ailleurs, la destruction-reconstruction des logements n'a pas permis d'endiguer le problème du chômage et n'empêche pas les trafics mafieux de recruter localement leurs « salariés ». Ce trafic mafieux gangrène la vie du quartier et dicte de nouvelles règles économiques qui s'affranchissent des règles de la République : blanchiment d'argent, squat des halls d'immeubles par des jeunes dealers, dégradations constantes, petite délinquance...

À l'heure de la mise en place des nouveaux contrats de ville permettant d'articuler les dimensions sociales, urbaines et économiques, l'urgence est donnée au volet économique, en tant que composante majeure de l'égalité des territoires, en renforçant le développement économique des sites en renouvellement urbain. Si des moyens supplémentaires sont aujourd'hui prévus pour soutenir la création d'activité dans les quartiers, il n'en demeure pas moins que les territoires doivent aujourd'hui s'engager beaucoup plus fortement dans des logiques de développement endogène.

Le projet « Cuisines de rue » s'inscrit pleinement dans cette volonté de prendre en compte le contexte et les conditions économiques des habitants afin de construire avec eux des alternatives qui s'appuient sur leurs capacités à imaginer des solutions pour s'émanciper de la précarité et de la pauvreté. Et ainsi de répondre aux enjeux cruciaux de la politique de la ville en envisageant la rénovation urbaine davantage comme une réponse aux besoins des habitants des quartiers, en prenant en compte leurs usages, leurs potentiels et leur savoir-faire.

Ce type de développement implique néanmoins une coopération bien plus grande de deux mondes professionnels - la politique de la ville et le développement économique - qui n'ont pas toujours l'occasion de travailler ensemble, se méconnaissent et poursuivent parfois des stratégies contraires. **L'enjeu réside alors dans la mobilisation des acteurs, des outils et des moyens adaptés pour créer des activités et des emplois au bénéfice des habitants des quartiers.**

4 – UN MOBILIER URBAIN D'UN NOUVEAU GENRE

• PARTICIPER À L'EMBELLEMENT ET À LA SÉCURISATION DE L'ESPACE PUBLIC : UN ENJEU CULTUREL ET ARTISTIQUE FORT

La requalification du quartier et de ses lieux de vie par le design, sans perdre de vue la dimension populaire de ces pratiques multiculturelles qui fondent l'identité du quartier et de la ville, génère, à la fois un nouveau regard porté sur les engins de cuisines mobiles, tout en dotant l'espace public d'autres valeurs. Il s'agit, tout en participant à **l'embellissement du cadre de vie par l'implantation de structures qualitatives d'un nouveau genre, de redonner de la valeur à l'espace public en produisant de nouvelles aménités.** Car, la qualité de l'espace public, parallèlement aux projets d'aménagements urbains, peut aussi s'envisager au travers de méthodes alternatives plus douces, facilitant les conditions d'un vivre ensemble en partant des pratiques sociales et culturelles de la population.

Ainsi, la conception de micro architectures mobiles, au caractère itinérant et modulable devront répondre à plusieurs critères relatifs aux exigences de la pratique et à un design singulier. **Objets insolites et ludiques, ces équipements constitueront un véritable marqueur paysager dans la ville.** En plus de valoriser l'espace public en contribuant à sa convivialité, son partage et son embellissement, ils pourront impulser une nouvelle dynamique et participer à l'attractivité du territoire.

« Cuisines de rue » entend donc favoriser l'appropriation partagée des espaces publics par les habitants, les salariés et usagers du territoire et participer à sa sécurisation tout en affirmant une ambition créative du territoire.

SYNTHÈSE ET PRÉCONISATION : DE LA NÉCESSITÉ DE CRÉER UN LABEL « CUISINES DE RUE » CERTIFIANT LA PRATIQUE

L'encadrement réglementaire de l'activité de cuisine de rue doit pouvoir répondre à une multitude de questions : du design des équipements à la sécurité alimentaire en passant par les conditions d'occupation de l'espace public et d'octroi des autorisations qui tiennent compte autant de la qualification des vendeurs, que de la qualité et la diversité de leurs offres, tout en ayant le souci des moyens de contrôle à engager.

Le diagnostic partagé met ainsi en évidence toutes les **difficultés et complexité du montage de cette activité comme freins à la légalité**. Il s'agit alors d'être extrêmement vigilant et rigoureux quant au chemin à suivre avant de lancer l'expérimentation afin que celle-ci soit suffisamment cadrée et structurée pour que l'activité ait une chance de se pérenniser et s'étendre sur la ville.

C'est la raison pour laquelle **la constitution d'une charte réglementaire encadrant juridiquement la pratique de la cuisine de rue** trouve ici tout son sens. Cette charte peut prendre la forme d'un label et avoir une identité propre forte pour défendre une vision sociale, éthique et territoriale de la cuisine de rue. Le label devient l'outil indispensable pour certifier et encadrer la pratique de la cuisine de rue : agissant à la fois comme une fin – but à atteindre – et un moyen – dans son processus de mise en œuvre – il offre **des garanties aussi bien aux consommateurs, en matière de qualité alimentaire, à la collectivité, par une mise aux normes de l'activité, qu'aux cuisiniers-vendeurs, dans la mesure où ces derniers pourront bénéficier d'un accompagnement social et économique innovant garanti par le label**.

Le label « Cuisines de rue » offre un cadre légal clair et est une base pour asseoir une légitimité à une pratique renouvelée de la cuisine de rue à Saint-Denis. Il implique un relais et un soutien nécessaire de la part de la collectivité pour que ce label ne soit pas une simple « coquille vide » mais bien un levier d'actions transversal et un marqueur de rayonnement au service du territoire de la Culture et de la Création, la Municipalité doit nécessairement s'en saisir pour assurer sa réussite et garantir sa pérennité. Le label doit pouvoir certifier l'activité de cuisine de rue. il est un outil de régulation mais aussi de sanction pour la collectivité, une ressource sur les conditions d'exercice de la vente de restauration ambulante à Saint-Denis pour les cuisiniers-vendeurs, une garantie qualité pour les consommateurs

La fonctionnalité de cet outil dépend de la transversalité de la procédure de labellisation et de sa capacité à s'adresser à différents types d'acteurs et répondre à leurs besoins. Le label va façonner l'identité de la cuisine de rue de Saint-Denis, dans le fond (une cuisine sociale) et dans la forme (une exigence de qualité et de qualification, une action de répression en contre-point).

Ainsi, les moyens à mettre en œuvre dans la deuxième phase du projet « Cuisines de rue » nécessitent au préalable deux prérequis identifiés par le diagnostic et qui décalent l'action de formation et le lancement de l'activité :

- créer un label pensé par la municipalité et les autorités référentes en la matière.
- créer / impliquer une structure économique autonome qui portera l'accompagnement professionnel et l'expérimentation de l'activité sur les quartiers identifiés. Cette structure doit être dotée de moyens d'investissement qui permettent la mutualisation de moyens techniques. L'activité de cette structure devra satisfaire à la charte du label « Cuisines de rue » et répondre à l'ensemble des problématiques repérées, parmi lesquelles : la recherche de solutions techniques afin d'encadrer une production culinaire répondant aux normes d'hygiène et de sécurité sanitaire, la nécessité d'un cadre de formation et d'accompagnement social et professionnel des cuisiniers et des vendeurs impliqués dans le projet, le besoin en investissement dans des moyens de production et de vente de qualité qui satisfont aussi bien aux normes sanitaires qu'aux problématiques d'occupation de l'espace public, le besoin d'ambasser juridiquement et de défendre professionnellement un projet ambitieux dont la capacité de rayonnement ne doit pas être sous estimée

CONCLUSION

Relevant d'un travail partenarial auprès des différents acteurs et de plusieurs études de terrain, le diagnostic a permis d'identifier les tenants et les aboutissants d'un projet d'expérimentation très ambitieux, complexe et transversal. Il permet de synthétiser un mode opératoire structurant et structuré pour une activité au départ informelle mais dont le potentiel de développement est fort.

Cet état des lieux a conduit à observer les préconisations suivantes :

- 1. Créer un label « Cuisines de rue »**
- 2. Appuyer la création d'une structure d'insertion par l'activité économique**
- 3. Poursuivre la dynamique de travail transversale spécifique à ce projet**

BIBLIOGRAPHIE

- **CHOUATRA Pascale, GRIMALDI Yvan, « DE SECONDE MAIN », *Vendeurs de rue et travailleurs sociaux face à face dans la crise*. Broché: 252 pages, Editions L'Harmattan. 9 octobre 2014. Collection : Les écrits de BUC Ressources.**
- **DE CERTEAU, Michel. *L'invention du quotidien. Tome 1. Arts de faire*. Folio-Essais. Gallimard, 1980. 350 pages.**
- **« L'empowerment », *nouvel horizon de la politique de la ville* », ZAPPI Sylvia, in *Le Monde*. 07.02.2013.
Disponible sur : <http://www.lemonde.fr/societe/article/2013/02/07/l-empowerment-nouvel-horizon-de-la-politique-de-la-ville_1827820_3224.html>**
- **« Le Carré des Biffins », in MAIRIE 18.
Disponible sur : <http://www.mairie18.paris.fr/mairie18/jsp/site/Portal.jsp?page_id=825>**
- **« Commerçant ambulant » in APCE. Février 2014.
Disponible sur : <<http://www.apce.com/pid599/commercant-ambulant.htmlC=173&espace=1>>**
- **« L'expérimentation du Carré des Biffins », in AURORE. 12/04/2012.
Disponible sur : <<http://aurore.asso.fr/aurore-analyse-l-action-du-carre-des-biffins.html>>**
- **« Code général des collectivités territoriales - Article L2212-2 », in LEGIFRANCE.
Disponible sur : <<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000019983190&-cidTexte=LEGITEXT000006070633>>**
- **« Sécurité sanitaire des aliments, quelques règles à respecter, secteur de la remise directe (extraits de réglementation) ». Direction Départementale de la Protection des Populations des Pyrénées-Atlantiques. Novembre 2013. Disponible sur : <<http://pyrenees-atlantiques.gouv.fr>>**
- **« Les incontournables de l'hygiène alimentaire en restaurant satellite », Direction Départementale de la Protection des Populations De Seine-Saint-Denis (DDPP 93). 20/01/2014.
Disponible sur : <<http://www.seine-saint-denis.gouv.fr/Vous-etes/une-collectivite/Plaquette-d-information-les-incontournables-de-l-hygiene-alimentaire-en-restaurant-satellite>>.**
- **« Guide de bonnes pratiques d'hygiène de la restauration collective de plein air des accueils collectifs de mineurs ». 2010. Disponible sur : <<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000022917635>>**
- **« Fiches des dangers microbiologiques », in AFSSA.
Disponible sur : <<http://www.afssa.fr>>**
- **« DGAL -V ADE-MECUM, RESTAURATION COLLECTIVE ». 03/04/14.
Disponible sur : http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/SSA1_RestoColl_VM_cle0bd398.pdf**
- **« Rapport d'activité 2013 », in Profession Banlieue. 2013.
Disponible sur : <http://www.professionbanlieue.org/c__3_32__Archives.html#!prettyPhoto>**
- **« Les projets urbains » et « Les projet, rénovation urbaine », in Plaine Commune.
Disponible sur : <http://www.plainecommune.fr/les-projets/projets-urbains/carte-des-projets/#.VUi7Qc7H_rs> et http://www.plainecommune.fr/les-projets/renovation-urbaine-anru/saint-denis/#.VUi7i87H_rs**
- **« Cuisine urbaine », in Atelier d'Architecture Autogérée.
Disponible sur : <<http://www.urbantactics.org/projectsf/cuisineurbaine/cuisineurbane.html>>**

- « **NYC Green Carts** », in **The New York Department of health and mental hygiene.**

Disponible sur : <<http://www.nyc.gov/html/doh/html/living/greencarts-vendor.shtml>>

<http://www.nytimes.com/2009/06/11/nyregion/11carts.html?_r=0>

- « **Fruixi** », in **Carrefour alimentaire centre-Sud.**

Disponible sur : <<http://www.carrefouralimentaire.org/a-propos/><

- « **Fruixi - Des fruits et des légumes frais qui circulent dans les rues de Montréal** », in **Youtube.**

Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?x-yt-cl=84503534&x-yt-ts=1421914688&v=77aj3iM-Zutw&feature=player_embedded

- « **How to open a food van or food truck in the City of Sydney. A process guide for mobile food businesses**»,
In **City of Sydney.**

Disponible sur : <http://www.cityofsydney.nsw.gov.au/__data/assets/pdf_file/0004/199264/8221_DA_Process_Map_Brochure_Food_Trucks_UPDATE_LOW.pdf>

- « **Guidelines for mobile food vending vehicles** », in **Food Authority, Australia.**

Disponible sur : <http://www.foodauthority.nsw.gov.au/_Documents/industry_pdf/Mobile_Food_Vending_Guidelines.pdf>