

Forte reprise de l'activité des commissions d'équipement commercial franciliennes en 2004 et 2005

Controversée par les instances européennes, la réglementation française de l'urbanisme commercial est en débat.

Dans ce contexte de réforme annoncée, l'activité des commissions d'équipement commercial franciliennes ne faiblit pas. Après une pause en 2003, elle a enregistré une forte reprise en 2004 et 2005, la palme du dynamisme revenant à la Seine-et-Marne.

Un phénomène marquant : la multiplication des projets de parcs d'activités commerciales.

2005, année record pour les demandes de création de surfaces commerciales

Avec 238 et 293 dossiers déposés en commissions départementales d'équipement commercial (CDEC), représentant 482 204 m² de surface de vente en 2004 et 638 443 m² en 2005, ces deux années marquent une rupture par rapport à 2003. La faible activité enregistrée cette année-là n'était donc que temporaire. En 2005, les CDEC d'Île-de-France ont eu à traiter 50 % de dossiers en plus et deux fois plus de m² qu'en 2003.

Entre 1998 et 2005, la région capitale a totalisé en moyenne 12 % des demandes et 13 % des autorisations délivrées en France. C'est nettement moins que son poids démographique, mais les variations sont fortes selon les années : sa part est plus réduite les années où le volume des demandes en France est moins important et plus élevée les années les plus dynamiques. L'Île-de-France surréagit à la conjoncture.

Tous les départements franciliens, à l'exception du Val-d'Oise, ont dépassé le volume d'activité de 2003, mais c'est la très forte dynamique de la Seine-et-Marne et celle des Yvelines et de

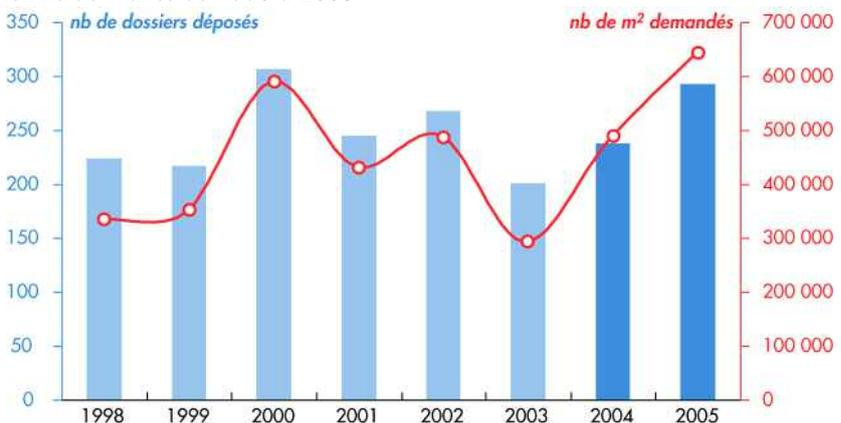
l'Essonne qui expliquent la remontée de 2004 et surtout de 2005.

Pas de bouleversement par rapport aux années antérieures quant à la répartition des demandes entre ouvertures de nouveaux magasins, agrandissement d'unités existantes et régularisations/transferts/changements d'enseignes : en 2004 et 2005, 7 à 8 m² de créations ont été déposés pour 1,5 à 2 m² d'extensions et 0,5 à 1 m² de transferts ou régularisations.

Avec 73 % des surfaces autorisées en 2004 et 77 % en 2005, la sélection des projets par les commissions d'équipement commercial départementales et nationale (CDEC et CNEC) est du même ordre de grandeur que les années précédentes. En moyenne, en France, 76 % des surfaces en 2004 et 78 % en 2005 ont obtenu l'autorisation. En rupture avec les années précédentes, la CNEC a infléchi les décisions des CDEC dans un sens un peu plus défavorable : le taux d'autorisation a été de 80 % en 2004 et de 86 % en 2005, après passage en commission départementale, il est descendu à 73 % en 2004 et 77 % en 2005, après éventuel recours en CNEC.

Les résultats masquent des différences sensibles selon les départements, entre le Val-de-Marne où la presque totalité des dossiers de ces deux années a obtenu le feu vert, et le Val-d'Oise qui

Activité des commissions départementales d'équipement commercial (CDEC) en Île-de-France de 1998 à 2005



Sources : Préfectures des départements/CNEC/traitement laurif



Le parc d'activités commerciales Les Chanteraines à Gennevilliers.

C. Douvre/BaSo/H/laurif

Forte reprise de l'activité des commissions d'équipement commercial franciliennes en 2004 et 2005

maintient, dans la continuité de 2003, une politique assez sélective de contrôle des ouvertures.

La part des dossiers refusés varie selon la nature de l'équipement envisagé : c'est toujours l'alimentaire qui est le plus contrôlé : 62 % seulement des surfaces autorisées en 2004, 72 % en 2005, avec une maîtrise plus stricte des hypermarchés et des supermarchés «hard-discounters» en 2004 (seulement 47 % et 54 % des surfaces autorisées) et des supermarchés traditionnels en 2005. C'est aussi le fait du commerce spécialisé dans l'équipement de la maison pour lequel le taux d'autorisation a été de 76 % en 2004 et de 68 % en 2005. À l'inverse, dans quelques segments du commerce où le marché n'est pas considéré comme saturé, la quasi-totalité des dossiers sont acceptés, c'est le cas en 2005 pour les magasins de culture/loisirs/sport (95 %), de cycles/autos (92 %), d'hygiène/santé/beauté (100 %).

Au final, toutes catégories confondues, 350 857 m² de surface de vente en 2004 et 490 743 m² en 2005 ont été autorisés⁽¹⁾ soit respectivement 73 % et 77 % des surfaces déposées.

Grands projets : l'engouement des investisseurs pour les «retail parks»

En 2004 et 2005, seize dossiers portant sur des projets de plus de 10 000 m² de surface de vente et totalisant 366 877 m² soit le tiers des surfaces, ont été déposés. Trois d'entre eux n'ont pas fait l'objet d'une autorisation, deux grandes surfaces de bricolage et le centre commercial d'Aubervilliers, qui fait l'objet d'un recours. La tendance au développement de «retail parks» ou parcs d'activités commerciales (PAC) se confirme, centres commerciaux à ciel ouvert réunissant des enseignes spécialisées autres qu'alimentaires. Portés par des opérateurs spécialisés (Altaréa, Immobilière Frey...), leur conception et leur gestion intégrées rendent possible un traitement plus qualitatif des bâtiments et des espaces publics, une meilleure répartition des enseignes par catégorie d'offre (ou *merchandising*), et des parcs des stationnement mutualisés entre les enseignes.

Confrontés à la difficulté de mobiliser du foncier dans les centres urbains, à la complexité opérationnelle des opérations de centres commerciaux en zone dense, à la fréquence des recours déposés qui rallongent considérablement les délais de sortie de ces opérations, les professionnels s'orientent vers ces parcs d'activités, dont le montage est moins complexe et qui peuvent déboucher plus rapidement sur des ouvertures. Par exemple, Les Chanteraines à Gennevilliers a ouvert ses portes un an et demi après avoir obtenu l'autorisation en CDEC.

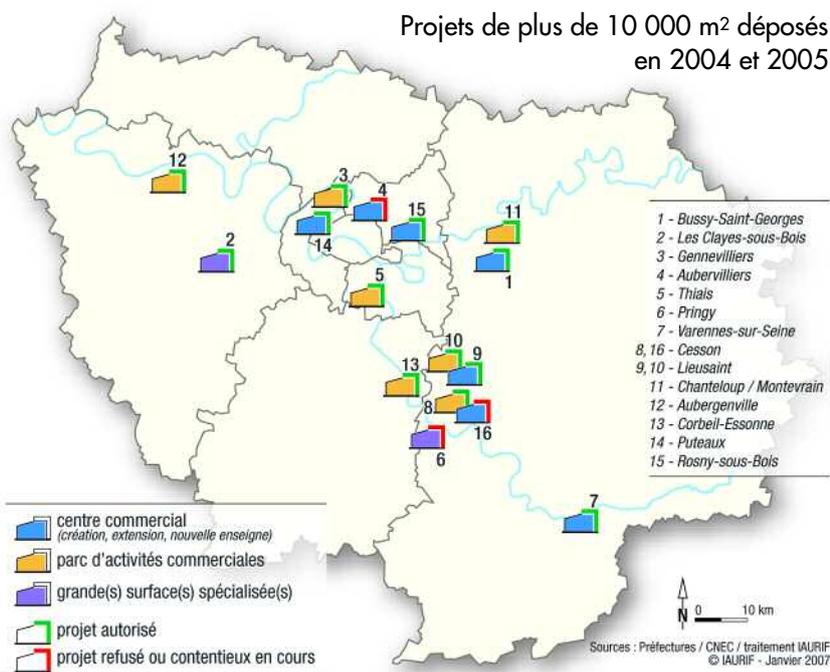
Sur seize opérations, huit concernent des ensembles commerciaux de ce type.

Le commerce spécialisé toujours en tête

Une répartition des magasins selon le type de produits vendus a été réalisée. Ont été distingués les commerces alimentaires⁽²⁾, spécialisés⁽³⁾, non spécialisés⁽⁴⁾, et une rubrique autres qui réunit les galeries commerciales, les stations-service et les non renseignés.

Avec 53 et 55 % des surfaces autorisées, le commerce spécialisé arrive toujours en tête des projets déposés comme des projets autorisés en 2004 et 2005, mais son poids relatif est en baisse par rapport aux années précédentes. Contrairement à l'alimentaire, il s'agit principalement de demandes d'ouverture de nouveaux

Projets de plus de 10 000 m² déposés en 2004 et 2005



(1) Dans la classification de l'Iaurif, sont considérés comme refusés les dossiers ayant obtenu un avis défavorable de la CDEC et le cas échéant de la CNEC, ainsi que les dossiers ayant fait l'objet d'un recours auprès du tribunal administratif y compris si celui-ci a obtenu un avis favorable de la CDEC ou de la CNEC.

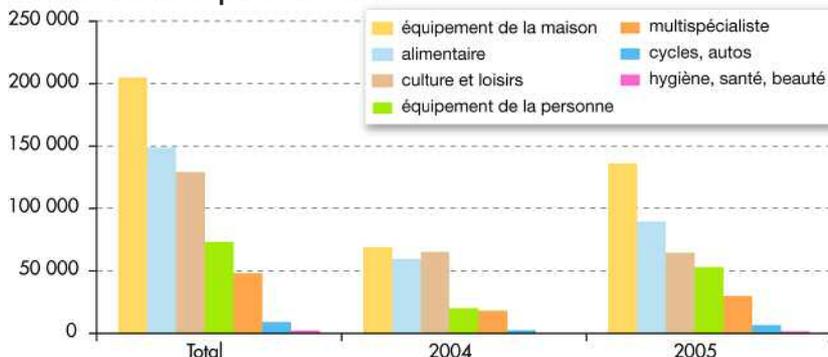
(2) Hypermarché, supermarché «traditionnel», supermarché maxi-discounters, magasins d'alimentation spécialisée.

(3) Culture/loisirs (dont sport et jouet), cycles/autos, hygiène/santé/beauté, équipement de la maison, équipement de la personne, maison, personne, sport.

(4) Grands magasins et magasins populaires.

**Forte reprise de l'activité
des commissions d'équipement
commercial franciliennes
en 2004 et 2005**

Surfaces autorisées par secteur en m²



Sources : Préfectures des départements/CNEC/traitement Laurif

magasins plutôt que d'extensions d'unités existantes (78 % des surfaces autorisées correspondent à des créations de magasins, c'est la moitié seulement dans l'alimentaire). Les enseignes d'équipement de la maison sont particulièrement dynamiques. Ce secteur représente le quart des surfaces autorisées en 2004 et 2005 (205 000 m²). Viennent ensuite le secteur de l'alimentaire avec 18 % des surfaces autorisées, puis celui de la culture et des loisirs (comprenant les jardinerie, les magasins de sport et de jouets) avec 16 % des surfaces autorisées.

Dans l'alimentaire, la saturation du marché, la concurrence accrue entre enseignes, la plus forte sélectivité des CDEC à leur encontre, contraignent les enseignes à opter pour des extensions de magasins existants plutôt que pour des créations *ex nihilo* : les agrandissements de magasins représentent autant que les nouvelles unités. Les dossiers ont concerné principalement des extensions d'hypermarchés (pour 24 % des surfaces autorisées – deux hypermarchés seulement ont été autorisés en 2005), des créations (24 %) et des extensions de supermarchés traditionnels (19 %). Enfin, les ouvertures de hard-discounters arrivent en 4^e place parmi les autorisations de surfaces. En 2004 et 2005, parmi les 72 dossiers de création de supermarchés déposés, 43 ont été autorisés et 21 concernaient des hard-discounters.

Une poignée d'enseignes dominent chaque secteur. Hors alimentaire, les leaders traditionnels sont parfois talonnés par de nouvelles enseignes performantes. La mesure du dynamisme varie selon que l'on s'intéresse au nombre de dossiers ou aux surfaces de vente déposées, aux projets autorisés et, enfin, selon qu'il s'agit de création ou d'extension. L'analyse porte ici sur le cumul des surfaces autorisées en 2004 et 2005. Dans le secteur des hypermarchés, avec 52 % des surfaces autorisées, E. Leclerc conserve la place de leader qu'il occupait déjà en 2003, laissant loin derrière ses principaux challengers, Carrefour et Auchan. Le groupement d'indépendants se montre également dynamique dans d'autres secteurs du commerce spécialisé, comme les produits culturels et les accessoires automobiles.

Parmi les supermarchés traditionnels, quatre enseignes dominent le marché, Champion (22 % des surfaces), Super U (20 %), Casino (16 %) et, enfin, Intermarché (12 %) qui continue de perdre du terrain par rapport à 2002. En 2005, les hard-discounters sont repartis à la conquête du marché alimentaire francilien. Lidl, Ed et Leader Price se sont partagés 71 % des surfaces autorisées, mais Lidl détient toujours la première place.

Dans le secteur de l'équipement de la maison, les deux têtes de file du bricolage, Castorama et Leroy Merlin, ont respectivement obtenu 14 % et 8 % des

surfaces autorisées, mais, en 3^e position, Alinéa, challenger d'Ikéo sur le petit mobilier et la décoration, poursuit sa pénétration du marché du meuble en Île-de-France avec deux magasins autorisés en 2005 à Cesson et Pontault-Combault.

Dans le secteur de la culture et des loisirs, les jardinerie de grande dimension occupent les premières places (Truffaut, 8 % des surfaces autorisées, et Jardiland, 7 %). Vient ensuite l'enseigne de sport, Go sport, particulièrement offensive en 2005 avec cinq magasins autorisés. À côté des enseignes habituelles, la FNAC ou Décathlon, on voit se développer des enseignes moins connues, Planète Saturn ou Cultura.

Dans le secteur de l'équipement de la personne, les enseignes discount arrivent en tête des autorisations : Gemo, Kiabi, la Halle ! et la Halle aux chaussures totalisent plus du quart des autorisations. Les grandes marques de luxe ont été moins présentes qu'en 2003 dans les CDEC parisiennes.

Enfin, dans l'hygiène-santé-beauté, peu de dossiers déposés, mais Séphora s'affirme toujours comme le leader incontesté avec 57 % des surfaces autorisées.

Parmi les non spécialisés, il faut souligner le retour en force de Monoprix qui, après une période de restructuration (nombreuses fermetures en petite et grande couronnes), entame une stratégie offensive d'ouvertures (quatre dossiers déposés, trois autorisées, deux à Paris et un à Rueil).

**Analyse
par département**

Paris et les départements de la petite couronne ont participé activement à la reprise de l'activité des commissions d'équipement commercial.

À Paris, les demandes d'exploitation commerciale sont de nouveau à la hausse en 2005. Cinq dossiers ont été

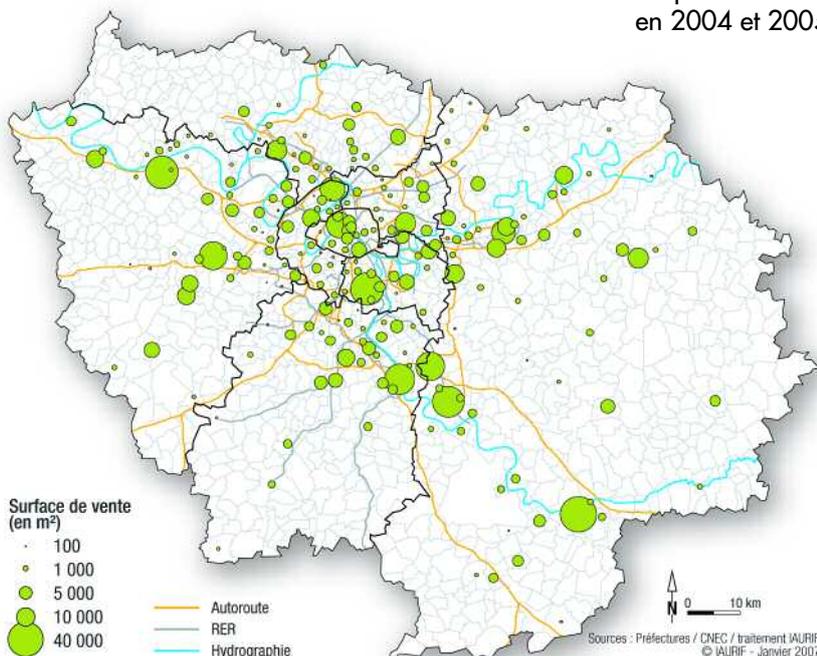
refusés, ils concernent des créations ou extensions de supermarchés et d'un Monoprix. La ville de Paris poursuit sa politique de développement du commerce spécialisé. Dans le domaine du sport, cinq ouvertures de magasins sont prévues aux enseignes Décathlon, Adidas, Go Sport, et un magasin Nike de 1 100 m², au concept novateur, a ouvert ses portes le 13 décembre dernier avenue des Champs-Élysées. Dans l'équipement de la personne (12 projets autorisés dont 11 créations sur 13 000 m²), les marques de luxe continuent leur développement : Ikito, Dolce & Gabbana, Smalto, implantés dans les quartiers parisiens les plus renommés. On notera également le dynamisme de Monoprix, enseigne phare dans l'alimentaire parisien avec une création et six extensions de magasins existants et, parmi les grands projets autorisés, un magasin de bricolage à l'enseigne Castorama dans le XV^e arrondissement et deux magasins, un Décathlon et un Monoprix dans la ZAC Paris rive gauche dont l'équipement commercial se poursuit.

La commission des **Hauts-de-Seine** a connu un niveau d'activité élevé pour ce département généralement moins sollicité sur le plan des autorisations commerciales. Assez peu de dossiers non autorisés, cinq refusés et un retiré, qui représentent néanmoins 16 % des surfaces déposées. Sur les deux projets majeurs, le plus important est l'espace commercial Les Chanteraines à Gennevilliers en bordure de l'A 86. Autorisé en octobre 2004, il a ouvert ses portes en avril 2006. Ce parc d'activités commerciales comprend 19 000 m² de surface de vente et onze commerces spécialisés. Second projet d'envergure, un Castorama de 9 500 m², venu remplacer l'ancien magasin de bricolage La Bricaille, fermé il y a quelques années au Quatre Temps à La Défense. Enfin, il faut signaler l'autorisation de deux magasins populaires (Inno et Monoprix) et de trois petits centres commerciaux autour d'un supermarché à Clamart, Rueil-Malmaison, Issy-les-Moulineaux, Bois-Colombes et Châtenay-Malabry.

La **Seine-Saint-Denis** connaît d'une année sur l'autre des variations importantes dans les volumes de surfaces déposées, évolutions qui tiennent à l'existence ou non de projets de grande taille. Les années 2004 et 2005 enregistrent une nette reprise par rapport à 2003. Au cours de ces deux années, un seul dossier a été refusé, mais quatre recours ont été déposés⁽⁵⁾, si bien que le taux d'autorisation est faible, car y est inclus le centre commercial d'Aubervilliers qui fait encore l'objet de deux recours au tribunal administratif. Ce projet, très controversé depuis son lancement, a finalement été autorisé en décembre 2004, après une révision à la baisse de ses surfaces, notamment celle de l'hypermarché. Si les recours sont rejetés, ce projet développé par la Ségécé, promoteur de nombreux centres commerciaux en Île-de-France, tels que Belle Épine, Créteil Soleil et plus récemment Val d'Europe ou les Passages de l'hôtel de ville à Boulogne, proposera, d'ici 2009, aux portes de Paris le long du canal Saint-Denis, un centre commercial de 42 000 m² de surface de vente. Domus, centre commercial tourné vers l'équipement de la maison réalisé par Maab et qui a ouvert en mars 2006, a connu des modifications et des changements d'activité, avec notamment l'arrivée du BHV déco sur 7 800 m², qui devient ainsi la troisième locomotive avec Alinéa et Truffaut. Enfin, on notera à Livry-Gargan sur la RN 2, l'autorisation d'un centre commercial avec hypermarché et galerie marchande de 3 500 m² au total.

Même forte activité dans le **Val-de-Marne** en 2004 et, dans une moindre mesure, en 2005 : 35 dossiers et 77 600 m² déposés ont été autorisés à 99 %. Deux projets majeurs dans ce département sont à signaler : à Thiais,

Surfaces autorisées par commune
en 2004 et 2005



(5) Les dossiers retirés et ceux faisant l'objet d'un recours sont comptabilisés ici dans les dossiers refusés.

Forte reprise de l'activité des commissions d'équipement commercial franciliennes en 2004 et 2005

Répartition des demandes, autorisations et recours par département en 2004 et 2005 et rappel 2003

Départements	dossiers déposés		m ² demandés		cumul 2004 et 2005	m ² autorisés*		cumul 2004 et 2005	m ² autorisés 2003
	2004	2005	2004	2005		2004	2005		
Paris	23	31	23 857	42 419	5,9 %	22 791	36 587	7,1 %	19 485
Hauts-de-Seine	17	20	32 861	30 982	5,7 %	30 661	22 308	6,3 %	15 992
Seine-Saint-Denis	16	20	57 765	31 783	8,0 %	13 510	30 558	5,2 %	6 764
Val-de-Marne	15	20	51 465	26 124	6,9 %	50 485	26 124	9,1 %	16 067
Petite couronne	48	60	142 091	88 889	20,6 %	94 656	78 990	20,6 %	38 823
Seine-et-Marne	60	80	117 359	245 926	32,4 %	65 428	205 132	32,1 %	70 169
Yvelines	46	37	99 815	99 571	17,8 %	86 435	80 153	19,8 %	36 550
Essonne	36	50	53 455	120 940	15,6 %	48 037	63 314	13,2 %	23 103
Val-d'Oise	25	35	45 627	40 698	7,7 %	33 510	26 567	7,1 %	30 587
Grande couronne	167	202	316 256	507 135	73,5 %	233 410	375 166	72,3 %	160 409
Île-de-France	238	293	482 204	638 443	100,0 %	350 857	490 743	100,0 %	218 717

* Les dossiers faisant l'objet d'un recours ne sont pas comptés dans les surfaces autorisées.

Sources : Préfectures des départements/CNIEC/traitement Iaurif

à proximité immédiate de Belle Épine, un projet de parc d'activités commerciales développé par Altarea qui devrait ouvrir en été 2007 : 33 450 m² de surface de vente avec comme enseignes Ikéa, Décathlon, Boulanger et la FNAC. Un second projet nettement plus modeste à Villiers-sur-Marne dans la ZAC des Portes de Villiers, à proximité du magasin Ikéa, un ensemble commercial d'une petite dizaine de magasins spécialisés sur 7 186 m².

Mais c'est dans trois départements de grande couronne, la Seine-et-Marne au premier chef, que l'envolée est la plus spectaculaire.

Comme presque chaque année depuis 1998, la **Seine-et-Marne** est le département le plus sollicité, à la fois en nombre de dossiers et en surfaces. En 2004 et 2005, près du tiers des surfaces de l'Île-de-France y a été déposé et autorisé. Les chiffres témoignent de l'attractivité de ce département auprès des enseignes et des investisseurs au cours de ces deux années : 140 dossiers traités, 365 000 m² déposés et 270 500 m² autorisés soit 27 % du parc de commerces de plus de 300 m² de 2003⁽⁶⁾. Comment expliquer cette envolée ? De nouveaux consommateurs à satisfaire du fait d'une croissance démographique élevée (entre 1999 et 2004 le département a gagné 60 000 habitants, le dou-

ble des autres départements, mis à part les Hauts-de-Seine), des disponibilités foncières en zones d'activités abondantes, l'effet de mode des « retail park », produits attractifs pour les élus locaux. Dans cette catégorie, pas moins de 23 ensembles de commerces ont été autorisés, portant sur des surfaces au total très importantes : le premier d'entre eux, localisé à Cesson, à côté du centre commercial Boisénart, a fait l'objet d'un agrandissement et d'une rénovation achevée en octobre 2006. La cité du meuble sera développée sur 35 000 m² et sera consacrée à l'équipement de la maison. Second projet majeur à Varennes-sur-Seine, un centre commercial autour d'un hypermarché Leclerc, d'une jardinerie et d'une galerie commerciale sur 42 000 m² de surface de vente. Troisième projet à Montévrain-Coutevroult, parc d'activités de 41 commerces sur 28 000 m². Quatrième projet enfin, Carré 2, seconde phase du projet commercial de Carré Sénart, 18 commerces sur près de 15 000 m².

Les **Yvelines**, avec 83 dossiers déposés représentant près de 200 000 m² déposés et 166 600 m² autorisés, à peu près également répartis entre 2004 et 2005, occupent la seconde place derrière la Seine-et-Marne. Le taux d'autorisation y a été légèrement supérieur à la

La réglementation française de l'urbanisme commercial sur la sellette

Le dispositif mis en place par les lois Royer-Raffarin est remis en cause sur deux points par les instances communautaires : l'opacité des décisions prises par les CDEC et les effets de distorsion de concurrence qu'elles provoquent. Pour répondre à l'injonction de l'Europe, le ministre en charge du Commerce a mis en place en octobre 2006 la « commission sur la modernisation de l'urbanisme commercial » en vue de proposer de nouveaux critères opérationnels pour l'attribution des autorisations. Le principal enjeu est notamment la suppression des CDEC et l'intégration de l'urbanisme commercial dans un régime de droit commun (les commerces seraient réglementés comme les autres constructions par les documents d'urbanisme). Une première synthèse des travaux a été proposée en février 2007. Elle prévoit le maintien d'une législation spécifique à l'urbanisme commercial un peu réformée (critères, répartition entre CD et CN, compositions) et l'intégration de l'activité commerciale dans les documents d'urbanisme avec une autorisation fondée sur le plan local d'urbanisme. La réflexion doit se poursuivre après les élections nationales.

(6) Source : Territoires et implantations commerciales en Île-de-France, consolidation cartographique, étude réalisée par la CCIP pour le compte de la DRCA dans le cadre des travaux de l'OECEF ; mai 2005.

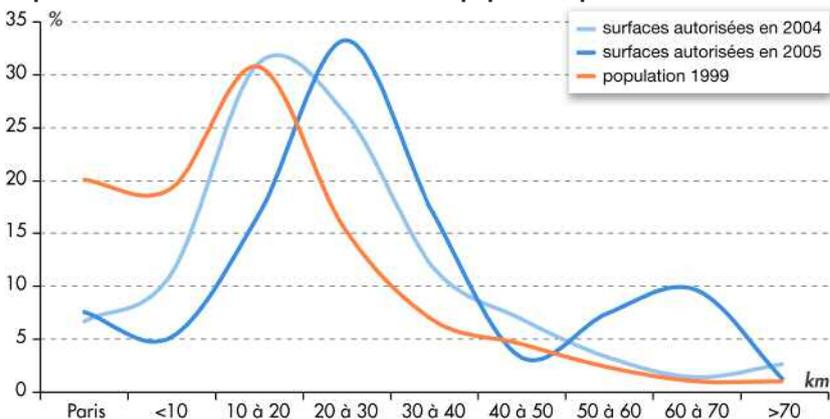
**Forte reprise de l'activité
des commissions d'équipement
commercial franciliennes
en 2004 et 2005**

moyenne francilienne (80 %). Deux projets majeurs, le Family Village d'Aubergenville développé par Altaréa, parc commercial et de loisirs développé sur 33 400 m² et, à Les Clayes-sous-Bois, un ensemble commercial moins intégré que celui d'Aubergenville, concerne un Castorama et huit moyennes surfaces.

Fort dynamisme également en **Essonne**, qui a compté en 2004 et 2005 un total de 86 projets représentant 174 500 m². Le taux d'autorisation particulièrement faible en 2005 s'explique par le retrait du projet de Corbeil-Essonnes sur la zone d'activités des Coquibus, projet finalement réexaminé et approuvé en novembre 2005. Un seul grand projet donc, celui de Corbeil-Essonnes qui porte sur 27 000 m² de commerces spécialisés, les autres dossiers portant sur des commerces de taille moyenne correspondant à du renouvellement denseignes dans les principales concentrations commerciales du département (Maison Neuve à Brétigny-sur-Orge, La Croix Blanche à Sainte-Geneviève-des-Bois...)

Le **Val-d'Oise** est le seul département qui enregistre, en 2004 et 2005, une baisse de l'activité de sa CDEC par rapport à 2003 : 60 dossiers et 86 000 m² examinés. Comme en 2003, le taux d'autorisation est inférieur à la moyenne

Répartition des surfaces autorisées et de la population par couronne



Sources : Préfectures des départements/CNEC/traitement Iaurif

francilienne (70 % au lieu de 75 %). Cette politique de sélection des projets a conduit à n'autoriser ces deux années que 60 000 m². Les deux dossiers les plus significatifs consolideront deux polarités commerciales existantes : le long de la RD 14 à Franconville et Herblay avec l'arrivée de nouvelles surfaces spécialisées sur 5 980 m² et à Moisselles sur la RN 1, avec l'extension de l'hypermarché Leclerc et de sa galerie marchande sur 4 830 m².

Dans un contexte où l'augmentation du pouvoir d'achat reste faible et la croissance démographique modérée, on peut s'interroger sur l'opportunité de ces très nombreux projets commerciaux qui, souvent, se font concurrence et risquent de déstabiliser les équipements

existants. C'est particulièrement le cas dans le sud-est de la région en limite d'agglomération, où des opérations analogues en termes d'offre sont programmées.

Par ailleurs, la vogue des «retail parks» pose question : en proposant des produits plus attractifs, élus et décideurs ont tendance à oublier que ces opérateurs privilégient trop souvent des localisations à l'écart des zones urbanisées et des formes très consommatrices d'espaces, favorisant le recours à l'automobile. Avec ou sans modification de la réglementation actuelle sur le commerce, les objectifs de développement durable que la Région s'est fixés doivent être davantage pris en compte pour fonder les décisions d'autorisations.

Pour en savoir plus :

Carole Delaporte, Pascale Guéry, *Synthèse régionale de l'offre commerciale existante et en projet en Île-de-France – État à la fin du premier semestre 2006*, Iaurif décembre 2006. Groupe de travail composé de la DRCA, la DREIF, la CMA IDF, la CRCI, la CCIP, la CCI 77, la CCIV, la CCIE, l'APUR.

INSTITUT D'AMÉNAGEMENT ET D'URBANISME DE LA RÉGION D'ÎLE-DE-FRANCE

Directeur de la publication : François Dugéy
Rédactrice en chef : Marie-Anne Portier
Article : Carole Delaporte
Conception-réalisation : Jean-Eudes Tilloy et Élodie Beaugendre

Cartographie : Pascale Guéry
Diffusion par abonnement :
76 € les 40 numéros (sur deux ans), le numéro : 5 €
Service diffusion-vente Tél. : 01.53.85.79.38

Librairie d'Île-de-France :
15, rue Falguière 75015 Paris
Tél. : 01.53.85.77.40
<http://www.iaurif.org>
ISSN 1161-7578