



**HAL**  
open science

## Rétraction du commerce de détail dans les villes petites et moyennes : l'érosion de la diversité commerciale des communes entre 1979 et 2014

Sophie Baudet-Michel, Hadrien Commenges, Matthieu Delage, Julie Vallée

### ► To cite this version:

Sophie Baudet-Michel, Hadrien Commenges, Matthieu Delage, Julie Vallée. Rétraction du commerce de détail dans les villes petites et moyennes : l'érosion de la diversité commerciale des communes entre 1979 et 2014. Deprez, Samuel. Commerces consommation et territoires Le temps des transitions, des futurs incertains, Presses Universitaires de Rouen et du Havre - PURH, pp.119-153, 2022, 9791024015958. halshs-03777503

**HAL Id: halshs-03777503**

**<https://shs.hal.science/halshs-03777503>**

Submitted on 27 Sep 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



# COMMERCES CONSOMMATION ET TERRITOIRES

LE TEMPS DES TRANSITIONS,  
DES FUTURS INCERTAINS

SOUS LA DIRECTION DE **SAMUEL DEPREZ**



# **Commerces, consommation et territoires**

## **Le temps des transitions, des futurs incertains**

Sous la direction de Samuel Deprez

PRESSES UNIVERSITAIRES DE ROUEN ET DU HAVRE



## Remerciements

Le présent ouvrage s'inscrit dans le prolongement du colloque *Commerce du futur, futurs du commerce*<sup>1</sup> organisé au Havre du 30 mai au 1<sup>er</sup> juin 2018 par Samuel Deprez, maître de conférences en géographie, au titre de la commission Géographie du commerce du Comité national français de géographie et de l'UMR Identités et différenciations de l'environnement des espaces et des sociétés (IDEES) du CNRS.

Sa publication intervient avec le soutien financier des différents partenaires de cet évènement :

- l'Agence universitaire de la francophonie (AUF) ;
- la Chambre de commerce et d'industrie Seine Estuaire ;
- le Comité national français de géographie (CNFG) ;
- la Communauté d'agglomération havraise, aujourd'hui Communauté urbaine Le Havre Seine Métropole ;
- l'Institut d'urbanisme de Normandie ;
- l'Institut pour la ville et le commerce ;
- l'UFR des Lettres et Sciences humaines de l'université Le Havre Normandie ;
- l'UMR IDEES CNRS ;
- l'Union européenne ;
- l'université Le Havre Normandie ;
- la région Normandie.

Qu'ils en soient tous ici chaleureusement remerciés.

---

1. Site internet du colloque : <https://futurducommerce.sciencesconf.org/>.

Tous droits de traduction, d'adaptation, sous quelque forme que ce soit,  
réservés pour tous pays.

Composition : Hervé BOULIER

© Presses universitaires de Rouen et du Havre, 2022  
Place Émile Blondel – 76821 Mont-Saint-Aignan Cedex  
[www.purh.univ-rouen.fr/](http://www.purh.univ-rouen.fr/)  
ISBN : 979-10-240-1595-8

# Rétraction du commerce de détail dans les villes petites et moyennes : l'érosion de la diversité commerciale des communes entre 1979 et 2014

Sophie BAUDET-MICHEL, Hadrien COMMENGES,  
Matthieu DELAGE et Julie VALLÉE

## Introduction

Au cours des dernières années<sup>1</sup>, la presse<sup>2</sup>, les associations de maires (Soutra, 2017), l'inspection des finances (Duhamel *et al.*, 2016) et des journalistes (Razemon, 2016) ont évoqué des phénomènes de dévitalisation commerciale dans les centres des villes françaises. Des travaux scientifiques attestent aussi de cette dévitalisation : Barczak et Hilal (2016) montrent le recul important des petits commerces alimentaires (boucherie, supérette, boulangerie) et des commerces spécialisés (électroménager, chaussures, meubles, droguerie).

Partant de ce constat de dévitalisation commerciale, cet article interroge les mutations voire la rétraction de l'appareil commercial dans les villes petites et moyennes. En effet, si la presse ou encore les fédérations de villes mettent en avant le caractère récent de cette baisse, celle-ci est enregistrée dès les années 1970 et a déjà fait l'objet de politiques publiques au succès attesté. Les plans de déplacement, la piétonnisation des centres-villes souvent mis en place par les villes à partir des années 1980 ont ainsi permis de favoriser le maintien des centralités historiques, tant pour le commerce, que l'emploi ou la résidence. Ces politiques n'ont pourtant pas empêché l'avènement de centralités périphériques tournées vers l'activité commerciale ou l'emploi, sous la forme de zones d'activités parfois peu régulées (Desse, 2013).

- 
1. Cette étude a été conduite avec le soutien du Labex DynamiTe, de la Banque des territoires et du Commissariat général à l'égalité des territoires (désormais Agence nationale de la cohésion des territoires) dans le cadre du projet de recherche sur « La Rétraction des services et commerces dans les villes petites et moyennes : modalités et logiques à l'échelle interurbaine ».
  2. Voir notamment Grimault (2018), Nossiter (2017), Prudhomme (2016), Decorse (2009).

Après avoir présenté les transformations des caractéristiques et de la répartition de l'offre commerciale dans les villes petites et moyennes françaises au cours des dernières décennies, le propos se concentre sur la construction d'indicateurs pour mesurer la rétraction de leur appareil commercial. La rétraction est envisagée comme un phénomène spatial de diminution de la diversité commerciale au niveau communal. Cette notion est directement traduite de l'anglais *shrinking* et a été utilisée dans les travaux sur les *shrinking cities* ou les *Schrumpfende Städte*, qui appréhendent les processus de décroissance urbaine des villes. La rétraction est analysée à partir d'indicateurs originaux d'érosion pour quatre périodes successives (1979-1988, 1988-1998, 1998-2009, 2009-2014) au regard des facteurs évoqués dans la littérature : taille et dynamique du marché, mobilités des consommateurs, localisation des commerces, présence d'une offre concurrente. L'érosion désigne quant à elle la diminution statistique du nombre et de la diversité des équipements commerciaux au niveau d'une commune. Deux sources d'information principales sont mobilisées, l'une relative aux commerces – la base permanente des équipements (BPE) et l'inventaire communal –, l'autre aux populations – le recensement général de la population puis le recensement de la population à partir de 2006.

### Depuis 2000 : la vacance commerciale se diffuse dans les centres-villes et dans les centres commerciaux de périphéries

Depuis quelques années, la question de la dévitalisation en centre-ville constitue une préoccupation importante des villes petites et moyennes. Elle s'inscrit à la fois dans une réflexion sur la décroissance urbaine et sur les rapports centre-périphérie au sein des villes. À travers les cas de Saint-Étienne, Béziers, Périgueux, Privas, Soissons, le journaliste Olivier Razemon (2016) envisage la vacance commerciale comme une forme de dévitalisation structurelle des villes petites et moyennes françaises. Madry confirme cette idée en constatant qu'en 2015, 100 centres-villes et 87 centres commerciaux de périphérie présentent une vacance commerciale supérieure à 10 % (Madry, 2016). Pour Madry, c'est l'ensemble de la structure commerciale des villes qui est affectée et pas uniquement le centre-ville<sup>3</sup>. À partir de données publiques portant sur l'emploi et en

3. La délimitation du centre-ville reflète la perception des clients de Codata (promoteurs, investisseurs). Elle correspond davantage à un hypercentre (Madry, 2016).



mobilisant une méthode originale, Bessière et Trévien (2016) étudient la dynamique centre-périphérie du commerce entre 2004 et 2014, dans les 250 aires urbaines de plus de 20 000 habitants (hors Paris)<sup>4</sup>. Ces deux auteurs constatent aussi que le commerce a particulièrement régressé dans les centres-villes des aires urbaines : les centres-villes regroupaient en 2014 moins d'un quart de l'emploi des boulangeries, charcuteries, pharmacies ; les grandes surfaces étaient également peu présentes même si plus de deux tiers des grands magasins et des librairies restaient localisés en centre-ville.

La baisse de la présence des petits commerces n'est pas nouvelle : elle est attestée dès les années 1960

La progression de la fermeture des petits commerces n'est pas nouvelle : entre 1920 et 1960, la moitié des boutiques ont fermé sur le territoire français et la baisse s'est poursuivie dans les années 1960 à 1980 (Madry, 2013, 2016). De l'émergence des grands magasins et des magasins populaires avant la seconde guerre mondiale aux multiples formes du développement de la grande distribution qui ont accompagné l'élévation du niveau de vie et de consommation de la population française à partir des années 1960, les activités de commerces se sont considérablement transformées. Souvent rassemblées sous la forme de grands groupes, elles se sont implantées à la périphérie des villes, accompagnant la périurbanisation (Chaze, 2014). À l'heure actuelle, une autre révolution commerciale serait en marche, liée au développement de l'usage des technologies de l'information (*ibid.* ; Moati, 2009). Entre la fin des années 1990 et le début des années 2000, l'expansion et la transformation de l'activité commerciale se sont effectuées au détriment du commerce de proximité (CREDOC, 2011).

Ces transformations se sont accompagnées d'une montée en puissance des polarités commerciales de périphérie et d'un affaiblissement des centralités secondaires ou de centre-ville. Delobez et Péron (1991) identifient deux phases spatiales dans cette évolution : de 1965 à 1985, les centres-villes perdent leur monopole commercial et les surfaces de vente se répartissent de façon plus homogène dans l'ensemble de l'agglomération. Les pôles centraux gardent toutefois leur suprématie. À partir de 1985, les

---

4. Les deux auteurs délimitent en fonction d'un carroyage les pôles commerçants de centre-ville (pôles regroupant au moins 100 boutiques, distantes de 50 mètres en moyenne les unes des autres).

centres-villes sont menacés par l'essor des moyennes surfaces spécialisées. Par la suite, entre 1997 et 2008, le taux de croissance de la densité commerciale a été plus élevé dans les banlieues que dans les villes-centres.

### Une baisse de la présence commerciale et une transformation dans les centres-villes à partir des années 1970

Dans une étude portant sur une dizaine de villes en Europe<sup>5</sup>, Mérenne-Schoumaker (1979) observe pour la période 1960-1970 une diminution progressive du nombre d'établissements commerciaux dans les centres-villes. D'autres études montrent que cette diminution du nombre de points de vente s'accompagne d'une baisse du nombre et des surfaces de vente en centre-ville : à Dijon (Chemla, 1992), Aix-en-Provence (Vaudour-Jouve, 1992), Saint-Nazaire et Brest (Desse, 1991), Tours (Bachelard, 1991), Chartres (Anquez-Vrinat, 1992), Rouen (Lemarchand, 1992), ou encore de Cerizay, Melle et Saint-Maixent-L'École (Soumagne, 1975).

Parallèlement, les magasins affiliés à un réseau d'enseignes ont acquis un poids croissant (Mérenne-Schoumaker, 2003 ; Delobez et Péron, 1991). Outre ces phénomènes de diminution et d'affiliation à des enseignes, la plupart des études mettent en avant des transformations correspondant à un affinage de l'offre en centre-ville. Elles correspondent à une spécialisation de l'offre commerciale vers les biens rares et de qualité dans un nombre restreint d'artères et au déploiement dans les autres artères commerçantes d'établissements franchisés tournés vers l'équipement de la personne, les cafés, restaurants et les services, notamment bancaires.

### Les commerces de recours fréquent : une diminution persistante dans les centres-villes

Depuis le milieu des années 1970, parfois depuis les années 1960, quelle que soit la taille des villes concernées, l'offre commerciale des centres-villes a muté (Mérenne-Schoumaker, 2003), et s'est tournée vers des spécialisations non alimentaires (Delobez et Péron, 1991). Si les commerces alimentaires ont régressé, particulièrement dans les pôles urbains, les services, notamment de soins, ont plutôt progressé (Barczak et Hilal, 2016). Ainsi, la disparition des magasins d'alimentation générale a concerné entre 1980 et 2013 la moitié (56 %) des communes françaises. Les

---

5. Cannes, Chartres, La Rochelle, Courbevoie, Le Mans, Lille, Limoges, Namur, Verviers.

boucheries, présentes dans 12 890 communes en 1980, n'équipent plus que 7 961 communes en 2013. En revanche, les boulangeries résistent mieux : elles équiperont 15 407 communes (dont bon nombre de communes rurales) en 1980 contre 13 298 en 2013, soit 36 % des communes en 2013. Du côté des commerces et services de recours fréquent (plus d'une fois par mois), les pharmacies et magasins de coiffure ont partout progressé entre 1980 et 2013. Récemment, Cazaubiel et Guymarc (2019) ont aussi montré, à partir de données d'emploi salarié, que les activités commerciales des centres-villes des 368 villes de taille intermédiaire (Vierzon, Guéret, Draguignan, etc.) sont structurées autour de l'équipement de la personne, de la restauration et des débits de boissons, des commerces alimentaires, agences bancaires et immobilières.

Les pôles commerçants intermédiaires des banlieues ont aussi souffert : la fonction commerciale s'est concentrée sur quelques points privilégiés, souvent situés dans les périphéries à fort pouvoir d'achat (Delobez et Péron, 1991).

Les commerces de niveau intermédiaire ou supérieur :  
une diminution dans les centres-villes et une croissance  
en périphérie

Les commerces dits intermédiaires et supérieurs regroupent des équipements auxquels la population a recours de manière moins fréquente. 36 équipements constituent la gamme intermédiaire, et 47 la gamme supérieure de l'INSEE (BPE). L'évolution de la répartition de ces équipements dans l'espace témoigne aussi d'un recul, particulièrement attesté dans les espaces ruraux, mais n'épargne pas les communes urbaines ou périurbaines des pôles urbains.

Les études de cas (Vaudour-Jouve et Metton, 2012) mentionnent pour la période 1970-1990 une forte rotation des magasins d'entretien et d'équipement de la personne et de la maison dans les centres-villes, que cela soit à Aix-en-Provence (Vaudour-Jouve, 1992), Dijon (Chemla, 1980), Roubaix (Bondue, 1992), ou encore Toulouse (Lévy, 1992). Ce double mouvement de rétraction et de spécialisation de l'offre commerciale supérieure dans les centres-villes s'accompagne d'une disparition des pôles commerçants qui proposaient ce type de biens dans les banlieues des villes (Delobez et Péron, 1991 ; Mérenne-Schoumaker, 2003). Cette mutation s'accompagne d'un renforcement de l'offre dans les périphéries des villes. Le rapport entre centre et périphérie au cours de la période

1975-1990 s'inverse, les surfaces commerçantes des périphéries dépassant celles du centre. Des formes de différenciation interne aux périphéries apparaissent, en écho aux différenciations résidentielles des catégories socioprofessionnelles. Delobez et Péron (1991) parlent ainsi d'effets de ségrégation sociale des aires d'approvisionnement. Enfin, entre 1980 et 2013, le nombre de communes équipées diminue à l'exception des magasins de vêtements (Barczak et Hilal, 2016). Le recul est particulièrement fort pour les chaussures et l'électroménager.

Les villes petites et moyennes sont particulièrement affectées par ces mutations.

Pour Delobez et Péron (1991), les villes moyennes ont été particulièrement exposées au développement des périphéries commerciales. Mérenne-Schoumaker (2003) indique qu'elles ont subi la double transformation déjà évoquée entre 1970 et 2000 : diminution du nombre d'établissements commerciaux de centres-villes et de première couronne, augmentation en deuxième couronne. Les travaux de Bessière et Trévien (2016) l'attestent, le commerce et l'emploi ayant particulièrement régressé dans les centres-villes pour les aires urbaines de moins de 500 000 habitants, la baisse de l'emploi dans le secteur commercial touche 85 % des aires urbaines moyennes contre 31 % des très grandes aires urbaines.

Du point de vue de la dynamique récente, les petites villes (ayant un seuil plancher de 3 000 habitants selon Édouard [2008]) ont enregistré des trajectoires plus complexes. Dans les années 1980-2000, les petites villes ont plutôt été caractérisées par une augmentation et une diversification de leur offre commerciale (Mérenne-Schoumaker, 2003). Ainsi, Soumagne (1991) souligne que la forte croissance de la population dans de petites unités urbaines a favorisé l'appareil commerçant de centre-ville au détriment de celui des bourgs et villages alentour. Les travaux de Mignon (2001) sur 57 bourgs centres en Auvergne entre 1988 et 1998 le confirment : la concentration des activités commerciales dans les petites villes a accompagné le dépérissement des commerces ruraux (en nombre et en surface). La fonction commerciale du bourg et de la petite ville a évolué vers la distribution de produits courants, en s'appuyant sur le supermarché, dont la diffusion y est plus tardive (Chaze, 2014) plus qu'en étant concurrencé par ce dernier. Toutefois Cazaubiel et Guymarc (2019) ont montré une baisse de 1,4 % annuel des effectifs salariés du commerce de proximité en centre-ville entre 2009 et 2015 pour la moitié des villes de taille intermédiaire, avec une tendance à une évolution négative pour

82 % d'entre elles. Ces deux auteurs ont d'ailleurs souligné le lien entre dynamique de l'emploi salarié du commerce de proximité en centre-ville et dynamique démographique des villes.

### Six grandes familles de facteurs explicatifs de l'érosion commerciale

Six grandes familles de facteurs explicatifs de la baisse du commerce de centre-ville et de l'augmentation du commerce en périphérie ressortent des études de terrain.

- 1) La baisse de l'activité commerciale est souvent associée à la diminution absolue ou relative de la population dans les villes-centres : ainsi à Saint-Nazaire, l'offre commerciale baisse de 14 % entre 1981 et 1991, tandis que la ville perd 13 % de sa population (Desse, 1992). Des situations similaires sont observées à Aix-en-Provence (Vaudour-Jouve, 1992), Brest (Desse, 1992), Dijon (Chemla, 1992), Libourne (Hays, 1992), ou encore La Rochelle (Soumagne, 1992). Les petites villes connaissent les mêmes évolutions négatives (*ibid.*).
- 2) Les contraintes exercées par le site et l'organisation spatiale des centres-villes sont aussi évoquées au Mans, à Limoges (Mérenne-Schoumaker, 1979), ou encore Libourne (Hays, 1992). Le réinvestissement des locaux commerciaux de centre-ville pour des activités commerciales plus modernes peut nécessiter des investissements trop importants au regard de la rentabilité attendue dans ces villes petites et moyennes, et justifier une localisation périphérique moins coûteuse.
- 3) La concurrence entre le commerce de centre-ville et le commerce de périphérie est fréquemment mobilisée. La baisse des commerces alimentaires serait liée à une difficulté à résister à la vive concurrence des hypermarchés et supermarchés (Delobez et Péron, 1991). Des stratégies de reconquête de clientèle existent pourtant, notamment via les opérations de management de centres-villes ou encore les outils numériques.
- 4) D'autres facteurs explicatifs sont liés aux stratégies des acteurs, aux politiques publiques et à des dynamiques endogènes à l'activité commerciale. Delobez et Péron (1991) soulignent le rôle des acteurs et des réglementations dans les évolutions observées : la recherche de nouvelles surfaces d'exposition-vente, la spéculation foncière dans les centres-villes, mais aussi la régulation lâche des commissions départementales d'urbanisme (puis d'aménagement) commercial

(devenues CDAC par la suite) ont favorisé les installations des moyennes surfaces spécialisées en périphérie dans les années 1980. Les villes moyennes ont été particulièrement touchées par ces transformations. Cependant des politiques publiques peuvent freiner ce déclin. Ainsi, les actions engagées par les pouvoirs publics pour lutter contre la régression du commerce de centre-ville sont mises en avant dans la plupart des études.

- 5) Les évolutions dans les pratiques de mobilité des consommateurs, marquées par des déplacements automobiles plus fréquents, des achats de plus en plus réalisés au cours d'autres trajets, la boucle d'achat autour du domicile ne représentant plus que 70 % des achats (Delage, 2012) et la bonne accessibilité des zones périphériques, ont contribué à l'essor des zones commerciales périphériques au détriment des centres-villes.
- 6) Les ventes réalisées en ligne, grâce à la diffusion d'Internet, connaissent un essor d'importance : l'inflexion dans les courbes de vente en ligne a eu lieu au début de la décennie 2010. Ce support de vente concurrence l'appareil commercial existant, avec des effets discutés dans la littérature scientifique (Desse, 2016).

Duhamel *et al.* (2016) proposent des facteurs explicatifs complémentaires : niveau élevé du chômage, de la pauvreté, de la vacance des logements, absence de fonctions touristiques, pression fiscale élevée, diminution de l'offre d'équipement et de soins, augmentation des loyers.

### Problématique : mesurer et expliquer la rétraction commerciale dans les villes petites et moyennes

L'appréhension de la transformation de l'appareil commercial se fait à partir de l'évolution de la diversité des types de commerces présents au niveau des communes françaises. Nous examinons l'évolution de la diversité commerciale à partir de deux bouquets de commerce, un bouquet « de base » constitué de commerces de proximité, et un bouquet « supérieur » regroupant des commerces intermédiaires et supérieurs. Les analyses comparent le profil des communes qui ont enregistré une diminution de leur diversité commerciale (nommée érosion) et le profil de celles pour lesquelles aucune érosion de la diversité commerciale n'a été observée. L'érosion commerciale, mesurée et expliquée au niveau des communes permet de documenter le phénomène de rétraction qui concerne un ensemble de communes.

L'objectif de cette analyse quantitative est de discuter à l'échelle des communes françaises des villes petites et moyennes des changements documentés par la littérature sur la transformation du commerce. Après avoir précisé le nombre de communes françaises des villes petites et moyennes touchées par l'érosion de la diversité commerciale au cours des quatre périodes étudiées (1979-1988, 1988-1998, 1998-2009, 2009-2014), il s'agit de tester la validité des huit hypothèses de travail construites à partir de l'état de la question :

- quelle que soit la catégorie de commerces, le nombre de communes concernées par l'érosion commerciale augmente au cours du temps ;
- l'érosion concerne précocement le bouquet de base, plus tardivement le bouquet supérieur ;
- les situations d'érosion du bouquet de base se retrouvent autant dans les communes-centres des agglomérations que dans les communes périphériques ;
- les situations d'érosion du bouquet supérieur concernent davantage les communes-centres des agglomérations ;
- l'érosion est liée à la taille des communes et des villes : plus la commune et la ville dans laquelle la commune est située sont petites, plus il est probable d'y observer une érosion commerciale ;
- l'évolution démographique est aussi un élément à prendre en compte : plus les dynamiques démographiques de la commune et de la ville sont faibles, voire négatives, plus l'érosion est probable ;
- la présence d'une offre concurrente de la grande distribution (super et hypermarché) au sein de la commune favoriserait l'érosion ;
- enfin, la mobilité quotidienne est un facteur à considérer : l'érosion serait moindre dans les communes qui attirent des personnes pour l'emploi, car cet apport de population présente au cours de la journée augmenterait la demande en commerce.

## Expliquer l'évolution de la diversité commerciale communale

Une étude des villes petites et moyennes entre 1979 et 2014  
à deux échelles

Depuis les années 1970, la transformation de la répartition des activités commerciales dans les villes touche plus les villes petites et moyennes (Barczak et Hilal, 2016). La définition des villes petites et moyennes fait

l'objet de nombreux questionnements : ainsi, une littérature abondante (Édouard, 2008 et 2012 ; Santamaria, 2000 ; Vadelorge, 2013) interroge les critères de définition<sup>6</sup>. Nous retenons dans cette étude les aires urbaines fonctionnelles dont l'unité urbaine centre est inférieure à 100 000 habitants ainsi que les unités urbaines de moins de 100 000 habitants hors des aires urbaines. Deux motivations guident notre choix : avec la définition fonctionnelle des aires urbaines, les espaces périurbains, terre d'accueil de développements commerciaux de périphérie, sont pris en compte, tandis qu'avec la prise en compte des unités urbaines hors aires urbaines, nous prenons en compte les petites villes qui rayonnent directement sur l'espace rural alentour. Par commodité, nous nommons entité supérieure dans la suite du texte l'aire urbaine ou l'unité urbaine prise en compte selon ces critères. Notre périmètre d'étude de 1 235 villes petites et moyennes (regroupant 9 189 communes) constitue ainsi l'envers urbain des grandes villes françaises.

### Deux bouquets de commerces pour regarder l'évolution de l'appareil commercial

La combinaison de la fréquence de recours aux commerces et de la distance parcourue pour s'y rendre (Barzack et Hilal, 2016) permet de définir deux catégories – des *bouquets* – de commerces. Le bouquet de base regroupe cinq établissements commerciaux de recours quotidien ou de courte portée : les boulangeries, les supérettes et alimentations générales, les boucheries, les salons de coiffure et les pharmacies. Le bouquet supérieur regroupe quatre établissements commerciaux de recours intermédiaire ou de moyenne portée : les magasins de vêtements, les magasins de chaussures, les magasins de meubles et les magasins d'électroménager.

### Un indicateur pour mesurer l'érosion de l'appareil commercial dans les communes françaises

Pour chacune des communes et périodes, un indice de diversité commerciale est calculé. Correspondant au type de commerces présents dans la commune, l'indice varie de 1 à 5 pour le bouquet de base, de 1 à 4 pour le bouquet supérieur. Les communes qui ont maintenu à l'identique (ou augmenté) leur diversité commerciale sont distinguées de celles qui ont

---

6. Les auteurs arrivent à un seuil de 100 000 habitants, ne précisant pas nécessairement si ce critère de taille s'applique à une délimitation fonctionnelle, morphologique ou municipale.



perdu de la diversité commerciale. Ces dernières sont qualifiées comme ayant connu une érosion de leur diversité commerciale. Ainsi, une commune qui avait en 1979 des commerces de base de trois types (par exemple une boulangerie, une boucherie, une pharmacie) et qui, en 1988, n'a plus qu'une boulangerie sera identifiée comme ayant été affectée par l'érosion commerciale. En revanche, une autre commune avec deux boulangeries et une pharmacie en 1979 et seulement une boulangerie et une pharmacie en 1988 n'est pas considérée comme ayant été affectée par l'érosion commerciale, le nombre de types de commerces différents reste le même. Pour chacune des quatre périodes considérées, l'échantillon est constitué de communes dotées d'au moins un commerce en début de période. L'évolution de cet indice de diversité permet de documenter la rétraction pour un ensemble de communes à partir d'une transformation de l'appareil commercial que l'on ne peut saisir autrement sur le temps long : l'inventaire communal n'indique pour chaque commune que l'absence ou la présence d'un commerce, le nombre de commerces présents pour chaque type n'est pas connu avant la mise en place de la base permanente des équipements (2006).

#### Quatre catégories de variables explicatives

L'érosion commerciale repose sur différents facteurs, constituant autant de variables explicatives :

- La taille et la dynamique du marché sont saisies avec des variables de population (stock à chacune des dates, discrétisation entre villes très petites, petites villes et moyennes, et évolution annuelle moyenne intercensitaire). Deux échelles spatiales sont prises en compte, celle de la commune, caractérisant la demande très locale, et celle de l'entité supérieure, pour saisir la capacité d'attraction du pôle central.
- La localisation des types d'établissements commerciaux est caractérisée par la position de la commune dans l'unité urbaine (centre, banlieue, périurbain). L'INSEE propose une différenciation des communes en plusieurs catégories, commune-centre, de banlieue, rurale, ou commune isolée en s'appuyant sur les stocks de population et la continuité du bâti. Dans notre échantillon, les communes identifiées comme rurales correspondent de fait aux communes périurbaines au sens des aires urbaines. Aussi, nous renommons cette catégorie rurale en périurbain.

- Le rôle des mobilités dans les pratiques commerciales est pris en compte avec deux indicateurs caractérisant les bassins d'emploi. Le premier, nommé autocontention communale<sup>7</sup>, permet de mesurer la capacité à maintenir sur place les populations résidentes pour leur emploi. Le second, nommé autosuffisance communale<sup>8</sup>, mesure la capacité d'une commune à attirer les populations actives alentour. Il permet de voir si le marché local de l'emploi se suffit à lui-même ou si la commune importe des actifs pour occuper les emplois non occupés par les résidents.
- Les concurrences au sein de l'appareil commercial sont saisies avec un indicateur de présence d'un supermarché et/ou d'un hypermarché dans la commune.

### Méthodes statistiques : les régressions logistiques

Une première analyse est menée afin de comparer l'évolution du taux d'érosion de la diversité commerciale des communes entre les quatre périodes. Des modèles de régression logistique sont ensuite appliqués au même jeu des huit variables explicatives pour les quatre périodes (1979-1988, 1988-1998, 1998-2009, 2009-2014) et pour les deux bouquets (de base et supérieur) : soit huit modèles au total, dont les coefficients peuvent être analysés conjointement. L'intérêt d'utiliser la régression multiple est de pouvoir interpréter chaque coefficient *ceteris paribus*, toutes choses égales par ailleurs quant aux autres variables incluses dans le modèle.

### Résultats et discussions : une rétraction sensible du commerce, répondant pour partie aux facteurs explicatifs

En 1979, les communes disposant d'au moins un commerce du bouquet de base sont deux fois plus nombreuses que celles disposant d'un commerce du bouquet supérieur (6 612 *versus* 3 089 communes). Ce différentiel s'explique par le fait que les commerces de base (de « proximité ») sont plus fréquents et répartis de manière plus diffuse dans l'espace que les commerces supérieurs. Pour chacune des quatre périodes considérées,

7. Autocontention communale = (population active résidente travaillant dans la commune) / (ensemble de population active résidente qui travaille dans la commune ou en dehors hors de la commune).

8. Autosuffisance communale = (population active résidente travaillant dans la commune) / (population active travaillant dans la commune qu'elle réside ou non dans la commune).

la proportion des communes touchées par l'érosion est systématiquement plus élevée pour le bouquet supérieur que pour le bouquet de base, en raison de la présence dans le bouquet de base d'établissements commerciaux qui continuent de se diffuser dans l'espace des communes (les pharmacies et les salons de coiffure).

### L'érosion des deux bouquets témoigne d'un phénomène de rétraction entre 1979 et 2014

Pour les deux bouquets et à toutes les périodes, la rétraction est minoritaire : l'érosion de la diversité commerciale concerne selon les périodes entre 919 et 1 938 communes (soit 16 à 35 % des communes) pour le bouquet de base, et entre 629 et 1 342 communes (25 à 46 % des communes) pour le bouquet supérieur.

	Période 1 1979-1988		Période 2 1988-1998		Période 3 1998-2009		Période 4 2009-2014	
Nombre total de communes considérées	6 612		6 062		5 591		5 614	
	Sans érosion*	Avec érosion	Sans érosion*	Avec érosion	Sans érosion*	Avec érosion	Sans érosion*	Avec érosion
Nombre de communes	5 035	1 577	4 194	1 868	3 653	1 938	4 695	919
% de communes	76	24	69	31	65	35	84	16

**Tableau 1**

*Érosion du bouquet de base.*

Source : Sophie Baudet-Michel, Hadrien Commenges, Matthieu Delage, Julie Vallée.

	Période 1 1979-1988		Période 2 1988-1998		Période 3 1998-2009		Période 4 2009-2014	
Nombre total de communes considérées	3 089		2 940		2 486		2 518	
	Sans érosion*	Avec érosion	Sans érosion*	Avec érosion	Sans érosion*	Avec érosion	Sans érosion*	Avec érosion
Nombre de communes	2 077	1 012	1 598	1 342	1 385	1 101	1 889	629
% de communes	67	33	54	46	56	44	75	25

**Tableau 2**

*Érosion du bouquet supérieur.*

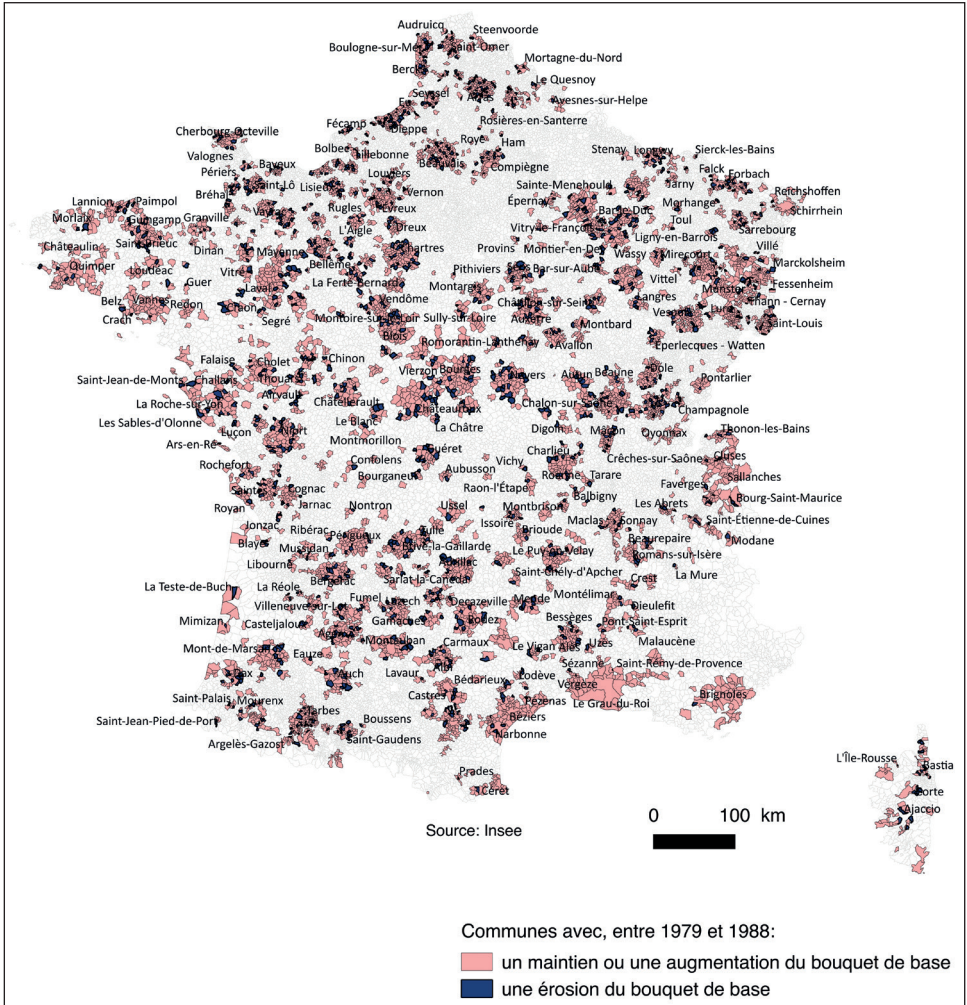
Source : Sophie Baudet-Michel, Hadrien Commenges, Matthieu Delage, Julie Vallée.

Les figures 2 à 10 localisent les communes où l'on observe une érosion (en bleu) et une absence d'érosion (en rose) pour chacune des quatre périodes, pour le bouquet de base (3 à 6) et le bouquet supérieur (7 à 10).

Pour le bouquet de base et la période 1979-1988, les communes qui présentent des phénomènes d'érosion sont très représentées en Lorraine, Champagne-Ardenne, Bourgogne, Normandie, Picardie, Midi-Pyrénées ; en revanche elles sont moins représentées en Pays de la Loire, sur le littoral du Languedoc-Roussillon ou de Provence-Alpes-Côte d'Azur, dans la vallée du Rhône. Aux deux périodes suivantes, l'intensité de leur présence semble s'être accentuée sur l'ensemble du territoire et aucune région n'est épargnée. Lors de la dernière période, les communes enregistrant une érosion sont dispersées sur le territoire : l'intensité de la rétraction est plus faible, en raison très probablement de la durée deux fois plus courte de la période d'observation (cinq au lieu de dix ans). Ces figures témoignent à la fois de l'expansion et de l'ubiquité du phénomène d'érosion.

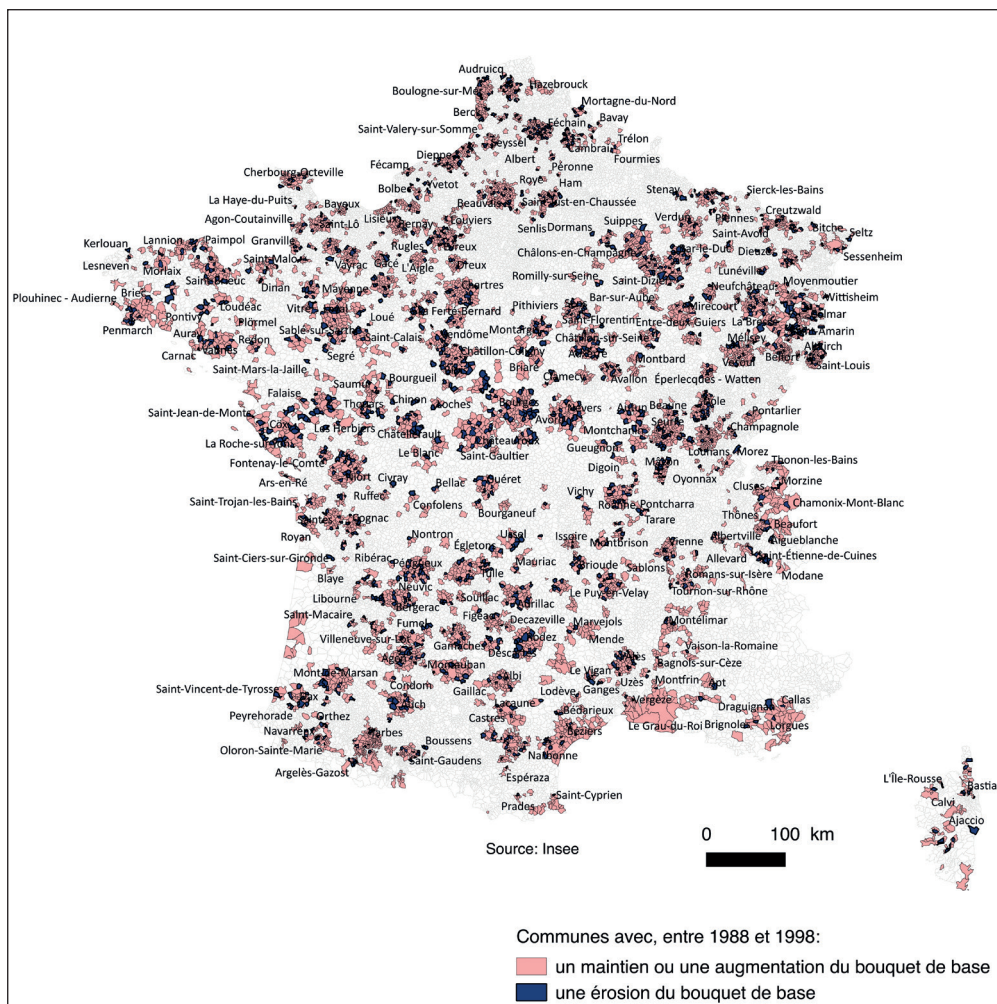
Dans le cas du bouquet supérieur, les communes ayant enregistré une érosion sont réparties de manière diffuse sur l'ensemble du territoire. Les figures témoignent de l'intensification et du maintien de l'ubiquité de la diffusion spatiale de l'érosion entre 1988 et 2009 : toutes les régions et la plupart des villes sont concernées là aussi.

Comment cette rétraction évolue-t-elle dans le temps ? En comparant le taux annuel d'érosion pour chacune des quatre périodes et chacun des bouquets (cf. graphique 11), on remarque dans les deux cas une hausse, suivi d'une légère baisse : le taux de communes affectées par l'érosion pour le bouquet de base est minimal entre 1979 et 1988 (taux annuel d'érosion de 3,5 %) et maximal entre 1998 et 2009 (taux annuel de 4,8 %). Pour le bouquet supérieur, le taux annuel d'érosion minimal (5,4 %) est observé entre 1979 et 1988 et le taux maximal (8,4 %) entre 1988 et 1998. On retrouve ici une périodisation évoquée par les auteurs en termes de transformation de l'appareil commercial. La rétraction est bien sensible, elle s'accélère puis ralentit dans un deuxième temps.



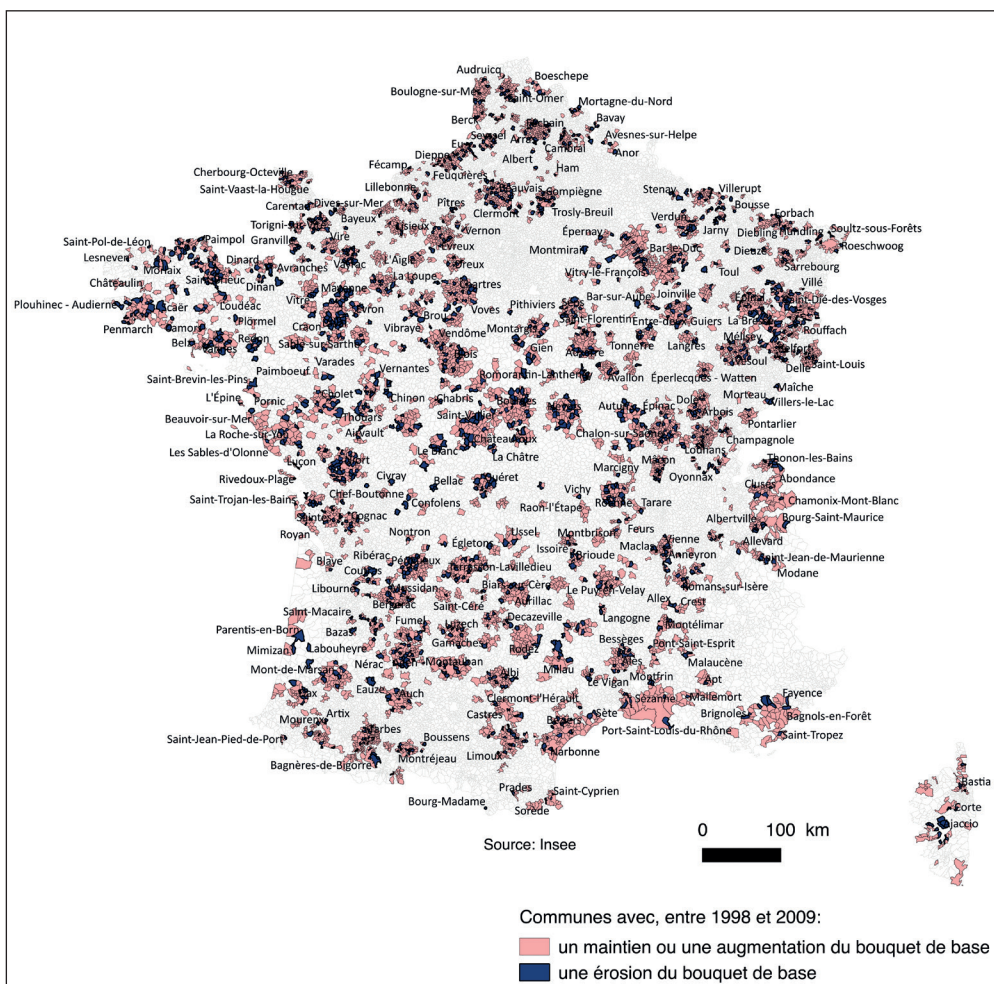
**Figure 3**

*Évolution de la diversité commerciale du bouquet de base entre 1979 et 1988.*



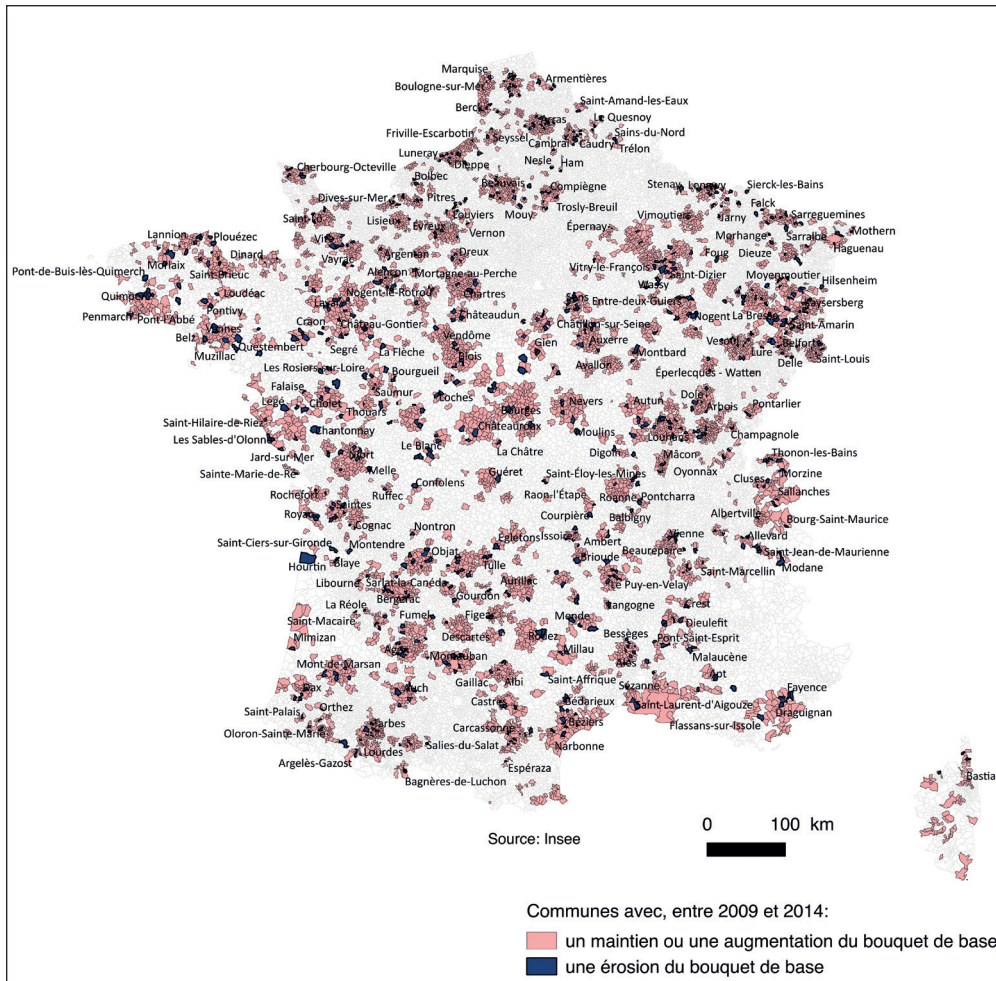
**Figure 4**

*Évolution de la diversité commerciale du bouquet de base entre 1988 et 1998.*



**Figure 5**

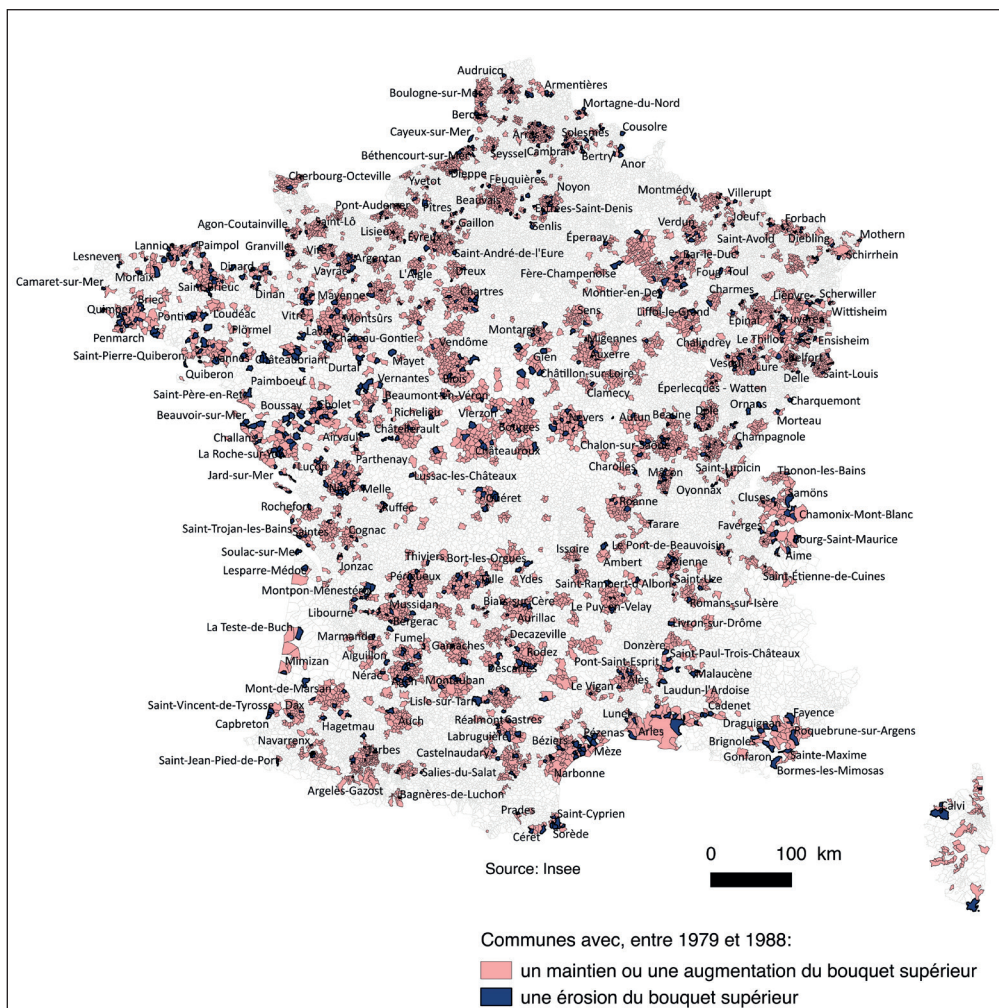
*Évolution de la diversité commerciale du bouquet de base entre 1998 et 2009.*



**Figure 6**

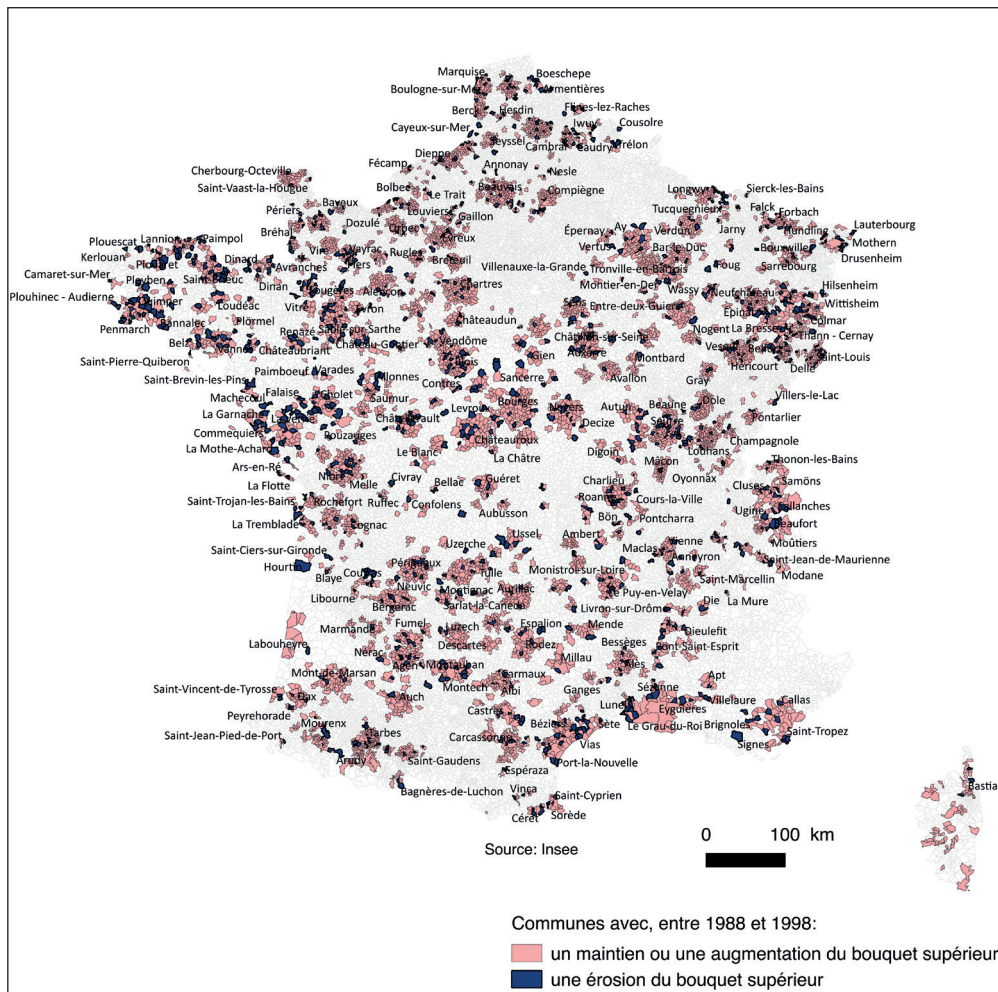
*Évolution de la diversité commerciale du bouquet de base entre 2009 et 2014.*





**Figure 7**

*Évolution de la diversité commerciale du bouquet supérieur entre 1979 et 1988.*



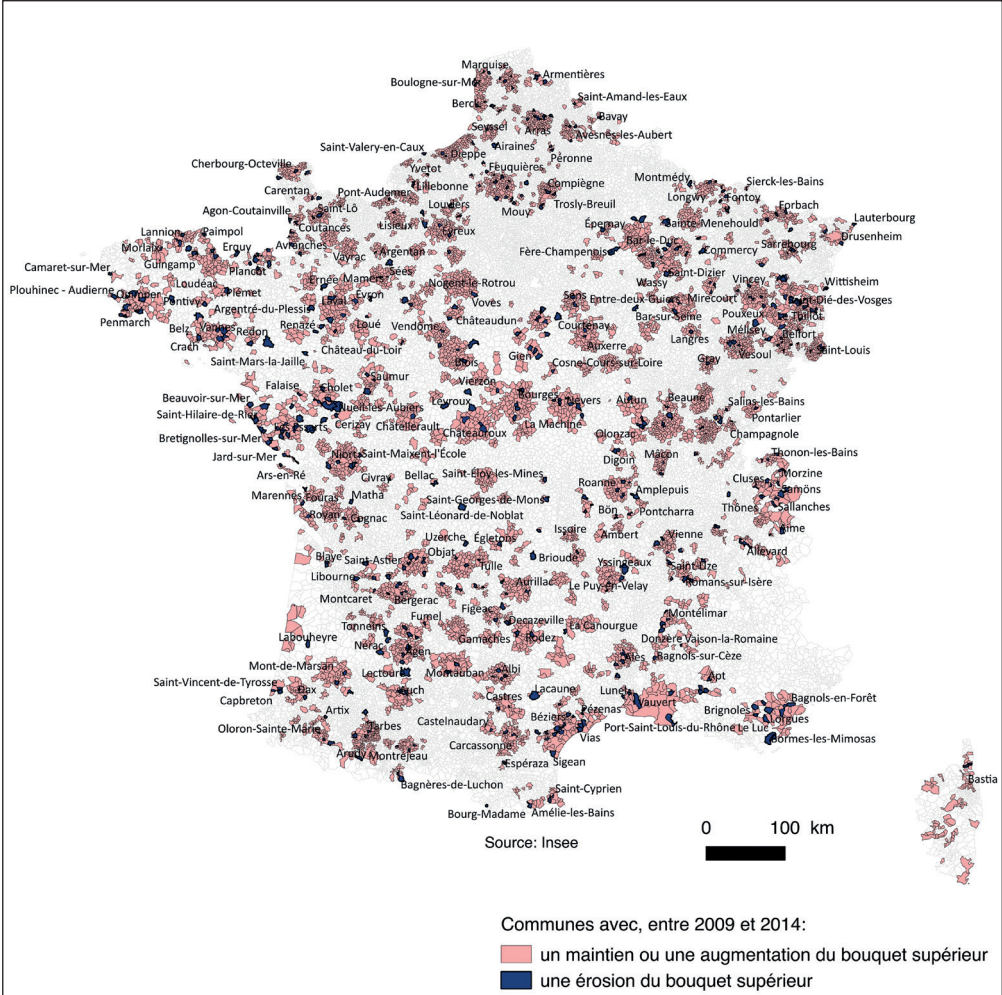
**Figure 8**

*Évolution de la diversité commerciale du bouquet supérieur entre 1988 et 1998.*



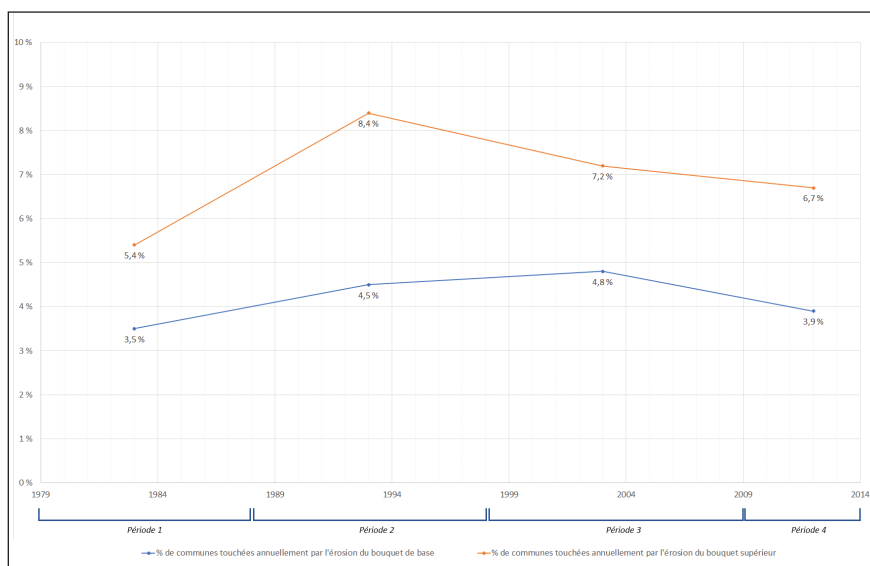
**Figure 9**

*Évolution de la diversité commerciale du bouquet supérieur entre 1998 et 2009.*



**Figure 10**

*Évolution de la diversité commerciale du bouquet supérieur entre 2009 et 2014.*



**Graphique 11**

*Taux annuel d'érosion de la diversité commerciale.*

Les modèles de régression logistique : un pouvoir explicatif significatif qui n'épuise pas la réalité de la rétraction commerciale

Les variables intégrées dans les régressions logistiques expliquent entre 6 % et 27 % de l'érosion commerciale entre les périodes (cf. valeur du  $R^2$  dans les tableaux 12 et 13). La combinaison des variables intégrées dans les modèles est plus performante pour expliquer l'érosion commerciale pour les deux premières périodes que pour les deux dernières. Ces niveaux d'explication peuvent paraître faibles de prime abord : il convient de rappeler que le modèle logistique construit a été établi pour tester des facteurs explicatifs mesurables sur une temporalité longue (quarante ans). De plus, il ne permet pas de prendre en compte les stratégies entrepreneuriales, le rôle des acteurs et les politiques publiques, qui font pourtant partie de la famille de facteurs explicatifs de l'érosion commerciale. Les modèles permettent toutefois d'attester le rôle joué par chaque variable au sein de la combinaison des huit variables.

Des similarités ressortent au cours des quatre périodes et entre les deux bouquets. Premièrement, *toutes choses égales par ailleurs*, la taille de la commune est toujours statiquement associée à l'érosion commer-

ciale : plus une commune est peuplée, plus la probabilité d'érosion commerciale est faible. Deuxièmement, *toutes choses égales par ailleurs*, plus le pourcentage d'habitants travaillant dans leur commune de résidence (autocontention communale) est élevé, plus la probabilité d'érosion commerciale est faible. Ces deux variables confirment donc le rôle de la hiérarchie des systèmes de peuplement et d'emploi locaux dans le maintien de l'offre commerciale, favorisant des marchés avec une forte population et fonctionnant sur des logiques de courte portée.

On observe aussi que d'autres variables mentionnées dans notre état de l'art fonctionnent différemment face à l'érosion de la diversité commerciale selon les périodes et les bouquets.

- 1) La croissance démographique joue bien un rôle dans l'érosion commerciale au niveau communal. Ainsi, *toutes choses égales par ailleurs*, une évolution démographique positive de la commune permet de limiter l'érosion commerciale du bouquet de base de 1979 à 1998, et celle du bouquet supérieur de 1979 à 2009. Notre hypothèse est donc confirmée pour les premières décennies. Toutefois, elle n'est plus associée à l'érosion de la diversité commerciale à partir des années 2000. Au niveau de l'entité spatiale supérieure, le rôle de la dynamique démographique contribue globalement peu à expliquer l'érosion. Notre hypothèse est donc infirmée : la dynamique démographique de l'entité spatiale supérieure ne favorise ni ne limite le maintien de la diversité commerciale. Le rôle de la catégorie de taille de l'entité supérieure dans laquelle est localisée la commune ne joue qu'en début de période et fin de période (1979-1988, et 2009-2014) pour le bouquet de base.
- 2) La situation géographique de la commune entre en compte de manière différentielle dans la probabilité d'érosion commerciale. Concernant les deux bouquets, la période 1979-1988 est marquée par des situations plus favorables pour les communes-centres que pour les autres localisations. Ainsi, *toutes choses égales par ailleurs*, la probabilité d'érosion commerciale est plus forte dans les communes périurbaines, les banlieues, les bourgs isolés (pour le bouquet supérieur seulement) que dans les communes-centres entre 1979 et 1988. Cette situation se maintient pour les communes ayant un bouquet de base entre 1988 et 1998, alors que les coefficients ne sont plus significatifs pour le bouquet supérieur. Ces résultats invitent à préciser les rôles des centres et des bourgs ruraux. *Toutes choses égales par ailleurs*, la diversité commerciale se maintient

mieux dans les centres pour le bouquet de base et le bouquet supérieur, pour la période 1979-1998. À partir de 1998, et dès 1988 pour le bouquet supérieur, la situation géographique de la commune ne contribue plus à expliquer les différences d'érosion.

- 3) Les dynamiques de mobilité jouent de manière négative pour les deux bouquets en ce qui concerne l'autocontention. Lorsque l'autocontention est élevée, c'est-à-dire que la part de la population active résidant et travaillant dans la commune est élevée, la probabilité d'érosion est plus faible pour les deux bouquets, à toutes les périodes. Ce résultat vient confirmer notre hypothèse de départ, selon laquelle les communes qui retiennent plus leurs actifs ont plus de chances de maintenir leur diversité commerciale. L'autre variable de mobilité, l'autosuffisance, liée à l'arrivée d'actifs extérieurs à la commune ne joue que pour le bouquet supérieur. Cela signifie qu'à l'inverse les communes pôles d'emplois attirant des travailleurs non-résidents ont, *toutes choses égales par ailleurs*, de meilleures chances de garder les commerces composant le bouquet supérieur. Ces résultats confirment l'hypothèse de départ.
- 4) Notre dernière hypothèse postulait que la présence d'un hyper ou d'un supermarché accentuait la concurrence et favoriserait l'érosion de la diversité commerciale pour les deux bouquets. Nos résultats infirment pour partie cette hypothèse : la présence d'un hypermarché a au contraire un rôle protecteur pour la diversité des commerces du bouquet supérieur à toutes les périodes. Elle favorise toutefois l'érosion du bouquet de base pendant la première période. Le rôle de la concurrence jouée par les grandes surfaces dans la disparition des commerces ne transparaît pas pour les indicateurs de diversité et pour l'échantillon des communes des villes petites et moyennes. Il convient ici de rappeler que nous ne travaillons toutefois pas sur les stocks ni les formes de commerce. Par exemple, la fermeture de quelques commerces indépendants de vêtements n'apparaît pas dans notre indicateur de diversité. En effet, si au moins un commerce de chacun des types du bouquet supérieur initialement présent s'est maintenu cela ne signifie pas que la diversité du bouquet supérieur s'est maintenue, pourtant une partie des commerces de chacun des types peut avoir fermé.

Ces facteurs explicatifs confirment pour partie les études empiriques précédemment évoquées. Ainsi, nos travaux confirment le rôle positif

de la quantité de population résidente dans le maintien de l'activité commerciale. Au-delà de ce résultat trivial et attendu, nous retrouvons les périodisations accompagnant la transformation de l'appareil commercial : de 1979 à 1988, les centres-villes, et notamment les pôles centraux, gardent leur suprématie et sont les plus à même de limiter l'érosion commerciale des deux bouquets commerciaux, notamment quand les communes et aires et unités urbaines gardent leur population. Cependant, on remarque une érosion précoce des commerces de proximité dans les pôles de commerce intermédiaires en banlieue et dans les communes périurbaines, déjà remarqués par Delobez et Péron (1991).

La situation est différente pour les communes-centres des plus petites villes, celles qui sont les moins peuplées : elles subissent une érosion commerciale plus marquée, notamment pour les établissements commerciaux du bouquet de base. Cette première période coïncide avec le déploiement des supermarchés dans les villes les moins peuplées (Chaze, 2014), et les supermarchés et hypermarchés qui s'y implantent accentuent l'érosion des établissements commerciaux du bouquet de base, notamment dans les communes périurbaines autour des petites villes (Mignon, 2001). Les établissements commerciaux relevant du bouquet supérieur subissent quant à eux les concurrences des pôles centraux des entités supérieures en croissance démographique, notamment quand ils sont localisés dans les bourgs ruraux et les communes périurbaines autour des villes moyennes. Cette situation ne persiste pas dans les périodes suivantes, rejoignant les conclusions de Mérenne-Schoumaker (2003) qui souligne que dans les villes moyennes, entre 1970 et 2000, on observe une diminution du nombre d'établissements commerciaux de centres-villes et de première couronne, et une augmentation en deuxième couronne.

À partir de 1988, les concurrences des établissements commerciaux installés en périphérie continuent d'accentuer l'érosion commerciale du bouquet de base, notamment dans les centralités commerciales secondaires de première et seconde couronne des villes. Les établissements spécialisés constituant le bouquet supérieur bénéficient quant à eux de la présence des hypermarchés et supermarchés, qui assurent un rôle protecteur en drainant des clientèles. Cela se renforce entre 1998 et 2009, les établissements commerciaux du bouquet supérieur de banlieue résistant mieux que ceux des communes-centres.



VARIABLES ASSOCIÉES À L'ÉROSION DE LA DIVERSITÉ COMMERCIALE / BOUQUET DE BASE		Période 1 – 1979-1988 Multivarié Coef. P		Période 1 – 1988-1989 Multivarié Coef. P		Période 1 – 1998-2009 Multivarié Coef. P		Période 1 – 2009-2014 Multivarié Coef. P				
<b>Taille et dynamique du marché</b> Population de la commune Population au niveau supérieur G1 : les 23 % les plus petites = le 1 <sup>er</sup> quartile en taille G2 : les 50 % autour de la médiane G3 les 25 % plus grandes Croissance démographique de la commune Croissance démographique au niveau de l'entité supérieure	1982	-0,1251	<0,0001	1990	-0,053	<0,0001	1999	-0,0264	<0,0001	2006	-0,0176	<0,0001
	1982	Ref.		1990	Ref.		1999	Ref.		2006	Ref.	
		-0,2015	0,0355		-0,0708	0,4464		-0,059	0,5187		-0,1743	0,0355
		-0,1858	0,0842		-0,0605	0,5595		-0,1725	0,0856		-0,2726	0,0265
	1982/1975	-0,7969	<0,0001	1990/1982	-1,0711	<0,0001	1999/1990	-0,2701	<0,4499	2006/1999	-0,6419	0,1539
	1982/1975	-0,1441	0,8256	1990/1982	-0,843	0,1595	1999/1990	-2,3218	0,0012	2006/1999	-1,091	0,2078
<b>Situation géographique</b> Situation de la commune dans l'UU Centre Banlieue Isolé Périurbain	2013	Ref.		2013	Ref.		2013	Ref.		2013	Ref.	
		0,7646	0,0002		0,4854	0,0005		0,0687	0,0575		0,0567	0,7117
		-0,1276	0,7277		-0,0285	0,8782		0,0944	0,4927		-0,0074	0,9671
		0,7264	0,001		0,3611	0,0215		0,1386	0,3162		0,0888	0,6097
<b>Mobilité des populations</b> Autocontention communale Autosuffisance communale	1982	-0,1124	<0,0001	1990	-0,0169	<0,0001	1999	-0,0131	<0,0001	2010	-0,0158	<0,0001
	1982	0,0013	0,4385	1990	0,0027	0,0912	1999	0,0022	0,2583	2010	0,0025	0,2113
<b>Équipement commercial supérieur dans la commune</b> Super/hypermarché Absence Présence	1979	Ref.		1988	Ref.		1998	Ref.		2009	Ref.	
		0,6511	0,0018		0,1974	0,0989		0,1433	0,1542		0,0021	0,986
		R <sup>2</sup>	0,267		R <sup>2</sup>	0,205		R <sup>2</sup>	0,135		R <sup>2</sup>	0,064

**Tableau 12**

**Résultats des régressions logistiques pour le bouquet de base.**

\* clef de lecture : exemple : pour la situation géographique dans la commune en 1979-1988 :

toutes choses égales par ailleurs une commune de banlieue a plus de chances d'enregistrer une érosion qu'une commune centre (les chances de se tromper en écrivant cela sont inférieures à 0,1 %). Pour les communes isolées, le coefficient ne peut être interprété car les chances de se tromper sont de 73 %. Toutes choses égales par ailleurs les communes périurbaines ont plus de chances d'enregistrer une érosion que les communes centres.

	Période 1 – 1979-1988 Multivarié Coef. P	Période 1 – 1988-1998 Multivarié Coef. P	Période 1 – 1998-2009 Multivarié Coef. P	Période 1 – 2009-2014 Multivarié Coef. P
<b>VARIABLES ASSOCIÉES À L'ÉROSION DE LA DIVERSITÉ COMMERCIALE / BOUQUET SUPÉRIEUR</b>				
<b>Taille et dynamique du marché</b>				
Population de la commune	1982 1982	1990 1990	1999 1999	1982 1982
Population au niveau supérieur	<0,000 1	<0,000 1	<0,000 1	<0,000 1
<i>G1 : les 23 % les plus petites = le 1<sup>er</sup> quartile en taille</i>	Ref.	Ref.	Ref.	Ref.
<i>G2 : les 50 % autour de la médiane</i>	0,0916 0,4558	-0,0155 0,8995	-0,1702 0,2008	0,1323 0,3436
<i>G3 : les 25 % plus grandes</i>	0,071 0,6048	0,2362 0,0946	0,021 0,894	0,1094 0,5005
Croissance démographique de la commune	1982/1975	1990/1982	1999/1990	1982/1975
Croissance démographique au niveau de l'entité supérieure	1982/1975	1990/1982	1999/1990	1982/1975
	1,5496 0,0169	-0,6983 0,3542	-1,6341 0,1208	-1,3775 0,7319
<b>Situation géographique</b>				
Situation de la commune dans l'UU	2013	2013	2013	2013
<i>Centre</i>	Ref.	Ref.	Ref.	Ref.
<i>Banlieue</i>	0,295 0,0385	-0,1133 0,4071	-0,4262 0,0031	-0,0022 0,9889
<i>Isolé</i>	0,3302 0,198	0,1757 0,1638	0,1266 0,3107	0,2943 0,0466
<i>Périurbain</i>	0,5823 0,0006	0,1414 0,4092	-0,0687 0,7218	0,0888 0,8822
<b>Mobilité des populations</b>				
Autocentention communale	1982	1990	1999	1999
Autosuffisance communale	1982	1990	1999	1999
	<0,000 1	<0,000 1	<0,000 1	<0,000 1
	0,0079 0,0022	0,0116 1	0,0193 1	-0,0179 1
<b>Équipement commercial supérieur dans la commune</b>				
Super/hypermarché	1979	1988	1998	2009
Absence	Ref.	Ref.	Ref.	Ref.
Présence	-0,389 0,0021	<0,000 1	-0,2489 0,0322	0,1379 0,2738
	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup>
	0,216	0,274	0,235	0,114

**Tableau 13**

Résultats des régressions logistiques pour le bouquet supérieur.

Des configurations spécifiques, relatives aux mobilités des populations, ressortent comme des facteurs de limitation de l'érosion commerciale : les petites villes et villes moyennes qui n'ont pas de concurrence directe et qui captent l'essentiel de l'emploi local voient leur appareil commercial se maintenir. Un autre facteur semble limiter l'érosion du bouquet supérieur, celui des pôles d'emploi très attractifs sur les populations alentour, confirmant ainsi la mutation de l'activité commerciale vers les populations non résidentes du territoire, comme le montre Madry (2016).

La combinaison des facteurs explicatifs de l'érosion ne permet cependant pas de prédire l'ensemble des facteurs de dévitalisation. On touche là aux limites de la combinaison de facteurs explicatifs envisagée. Ceci devrait rassurer les acteurs sur leurs marges de manœuvre : le rôle des stratégies des acteurs, qu'ils soient publics ou privés, est probablement déterminant.

## Conclusion

L'érosion commerciale dans les villes petites et moyennes est bien une réalité, et elle est non négligeable : une centaine de communes par an perdent un type de commerce, que cela soit pour le bouquet de base ou le bouquet supérieur, et cela depuis les années 1970. Expliquer ce mouvement de fond de rétraction de l'activité commerciale est pourtant une entreprise ambitieuse. Les facteurs mobilisés dans cet article (taille de la commune, dynamique démographique, localisation centre ou périphérie, mobilité des individus, concurrence des hypermarchés) expliquent pour partie l'érosion, mais ne l'épuisent pas. Notre étude invite donc à prendre en compte d'autres facteurs, relatifs aux acteurs du commerce (indépendants *versus* franchisés, petites surfaces *versus* grandes surfaces), aux acteurs publics ou encore aux comportements des consommateurs, pour saisir les dynamiques d'érosion, et ainsi être à même de répondre à la réalité des situations locales.

En effet, la diversité commerciale est au cœur de la dynamique des centres-villes et des axes commerçants, car elle est vectrice de la centralité. Elle est aussi le support de représentations, les places et rues commerçantes avec des petits commerces variés restant l'un des symboles forts des villes petites et moyennes, que ce soit dans leurs centres-villes, ou dans les bourgs alentour. Laisser diminuer la diversité, c'est alors aussi remettre en cause l'une des forces du paysage urbain français.

## Bibliographie

- ANQUEZ-VRINAT Marie-Claude (1992). De l'épicerie-buvette à la galerie marchande ou les mutations commerciales dans l'espace central chartrain de 1957 à 1990. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 251-273.
- BACHELARD Mireille (1992). Les mutations commerciales dans le centre de Tours (1982-1991). Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 80-88.
- BARCZAK Aleksandra et HILAL Mohamed (2016). L'accès aux commerces et services dans les territoires de vie du quotidien. *Campagnes contemporaines. Enjeux économiques et sociaux des espaces ruraux français*. Versailles : Quæ, p. 97-116.
- BESSIÈRE Sabine et TRÉVIEN Corentin (2016). Le commerce de centre-ville : une vitalité souvent limitée aux grandes villes et aux zones touristiques. *Les entreprises en France*. Paris : INSEE.
- BONDUE Jean-Pierre (1992). Deux centres pour trois périphéries : le commerce à Roubaix-Tourcoing. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 49-69.
- CASSOU-MOUNAT Micheline (1992). L'évolution récente du centre-ville de Bordeaux. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 141-152.
- CAZAUBIEL Arthur et GUYMARC Gaël (2019). La déprise du commerce de proximité dans les centres-villes des villes de taille intermédiaire. *INSEE Première*, n° 1782.
- CHAZE Milhan (2014). *Le commerce des petites villes : organisation géographique et stratégies d'aménagement. Étude du centre-est de la France*. Thèse en géographie. Université de Clermont-Ferrand, 739 p.
- CHEMLA Guy (1992). 15 ans d'aménagement piétonnier à Dijon. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 183-207.

- CREDOC (2011). L'évolution de la géographie du commerce de détail. Une approche par les déclarations annuelles de données sociales. *Cahier de recherche*, n° 285, 85 p.
- DECORSE Jean-Marie (2009). Patrons des petits commerces cherchent repreneurs. *La Dépêche*, 26 février.
- DELAGÉ Matthieu (2012). *Mobilités pour achats et centralités métropolitaines. Le cas de la métropole parisienne*. Thèse en géographie, université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 371 p.
- DELOBEZ Annie et PÉRON René (1991). Les zones d'activités commerciales périphériques et le commerce de centre-ville. Dans G. Pallier et A. Metton (dir.). *Le commerce des centres-ville*. Limoges : Presses de l'université de Limoges et du Limousin, p. 264-282.
- DESSE René-Paul (1991). Les mutations commerciales dans l'espace central brestois (1982-1990). Dans G. Pallier et A. Metton (dir.). *Le commerce des centres-ville*. Limoges : Presses de l'université de Limoges et du Limousin, p. 222-238.
- (1992). Commerce et aménagement urbain à Saint-Nazaire ou une ville à la recherche de son centre. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 125-140.
- (2013). La fin de l'urbanisme commercial à la française. *Les Annales de la recherche urbaine*, p. 4-15.
- et LESTRADE Sophie (2016). *Mutations de l'espace marchand*. Rennes : PUR.
- DUHAMEL Philippe, MUNCH Julien, FREPPEL Camille, NARRING Pierre et LE DIVENAH Jean-Paul (2016). *La Revitalisation commerciale des centres-villes*. Rapport de l'Inspection générale des finances et du Conseil général de l'environnement et du développement durable, 471 p.
- ÉDOUARD Jean-Charles (2008). La petite ville : contexte scientifique et enjeux de développement-aménagement. *Bulletin de l'Association de géographes français*, mars, 2008-1, p. 3-12.
- (2012). La place de la petite ville dans la recherche géographique en France : de la simple monographie au territoire témoin. *Annales de géographie*, n° 683, p. 25-42
- GRIMAUT Vincent (2018). Des centres-villes en mode survie. *Alternatives économiques*, n° 376.

- HAYS Danielle (1992). Évolution de l'équipement commercial de Libourne 1975-1991. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 164-180.
- KFOURY Julien et TREVIEN Corentin (2017). Les points de vente du commerce de détail. *INSEE Première*, n° 1668, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3126810>.
- LEMARCHAND Nathalie (1992). Création de commerces dans l'agglomération rouennaise en 1975, 1982, 1990. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 89-108.
- LÉVY Jean-Paul (1992). Commerce de détail et commerçants dans le centre-ville de Toulouse : la nouvelle donne. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 20-31.
- MADRY Pascal (2013). Vacance commerciale, côte d'alerte. *Études foncières*, n° 164, p. 12-17.
- (2016). *Ville et commerce à l'épreuve de la déterritorialisation*. Thèse en géographie et aménagement. Université de Bretagne occidentale, 330 p.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER Bernadette (1979). Les structures commerciales des villes moyennes. Situation actuelle et mutations récentes. *Analyse de l'espace*, n°s 3-4, p. 10-24.
- (2003). *Géographie des services et des commerces*. Rennes : PUR, 239 p.
- METTON Alain (1989). Centre-ville et périphéries. Complémentarité ou concurrence commerciale ? *Bulletin de l'Association de géographes français*, n° 4, p. 265-276.
- MIGNON Christian (2001). *Commerces et services dans les campagnes fragiles, régions intérieures françaises et ibériques*. Clermont-Ferrand : Presses universitaires Blaise Pascal, 290 p.
- MOATI Philippe (2009). La vente à distance dans la nouvelle révolution commerciale. *Cahiers de recherche*, n° 261, 132 p.
- NOSSITER Adam (2017). As France's Towns wither, Fears of a Decline in « Frenchness ». *The New York Times*, 28 février.
- PALLIER Ginette (1991). Permanences et mutations commerciales dans le centre-ville de Limoges au cours des dix dernières années. Dans G. Pallier et A. Metton (dir.). *Le commerce des centres-ville*. Limoges : Presses de l'université de Limoges et du Limousin, p. 177-195.

- PRUDHOMME Cécile (2016). Le déclin des centres-villes s'aggrave. *Le Monde*, 20 octobre.
- RALLET Alain (2001). Commerce électronique et localisation urbaine des activités commerciale. *Revue économique*, n° 52, p. 267-288.
- RAZEMON Olivier (2016). *Comment la France a tué ses villes*. Paris : Rue de l'échiquier, 224 p.
- SANTAMARIA Frédéric (2000). La notion de « ville moyenne » en France, en Espagne et au Royaume-Uni. *Annales de géographie*, n° 613, p. 227-239.
- SOUMAGNE Jean (1975). Les activités commerciales de trois petites villes poitevines : Cerizay, Melle, Saint-Maixent-l'École. *Norois*, n° 87, p. 401-423.
- (1991). Les spécificités du commerce central dans les petites villes (Exemples dans le Centre-Ouest français). Dans G. Pallier et A. Metton (dir.). *Le commerce des centres-ville*. Limoges : Presses de l'université de Limoges et du Limousin, p. 62-74.
- (1992). Les mutations commerciales à La Rochelle. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, 1992, p. 32-47.
- SOUTRA Hugo (2017). Régulation de l'urbanisme commercial : tiraillements au sommet de l'État. *Le Courrier des maires*, 23 octobre.
- TALANDIER Magali (2014). Les villes moyennes, des espaces privilégiés de la consommation locale. *Métropolitiques* [en ligne], 4 p.
- VADELORGE Loïc (2013). Les villes moyennes ont une histoire. *L'Information géographique*, n° 77, p. 29-44.
- VAUDOUR-JOUBE Nicole (1992). L'organisation de l'espace commercial aixois. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 7-19.
- et METTON Alain (dir.) (1992). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence.
- WACKERMANN Gabriel (1992). La mutation du centre-ville de Strasbourg depuis 1975. Dans N. Vaudour-Jouve et A. Metton (dir.). *L'évolution commerciale des villes françaises : 1975-1990*. Aix-en-Provence : université d'Aix-en-Provence, p. 153-163.

# Table des matières

Introduction générale .....	9
-----------------------------	---

## CHAPITRE I

### CLIENTS ET COMMERÇANTS

#### ÉVOLUTIONS DES PRATIQUES ET STRATÉGIES D'ADAPTATION

Introduction	
Michaël Pouzenc et Hélène Yildiz .....	19
La relation client-commerçant-territoire dans le renouvellement de l'offre commerciale du centre-ville : l'exemple messin Mathias Boquet, Nicolas Dorkel et Hélène Yildiz .....	23
Les cafés ruraux à l'épreuve des recompositions sociales et culturelles des campagnes Nicolas Cahagne .....	43
Parcours client et expérience d'achat : deux voies à explorer pour revisiter les relations entre les consommateurs et les points de vente à l'heure du digital Pascale Ezan .....	61
YouTube, <i>haul</i> et <i>swap</i> Quand les publics du cinéma réinventent le commerce des produits dérivés de films Stéphanie Marty .....	73
Conclusion	
Michaël Pouzenc et Hélène Yildiz .....	93



CHAPITRE II  
 RECOMPOSITIONS DES STRUCTURES COMMERCIALES  
 ET DE L'ESPACE MARCHAND  
 LE COMMERCE DE DÉTAIL, UNE RÉALITÉ EN RÉÉCRITURE

Introduction	
Jean Soumagne et Colette Renard-Grandmontagne .....	99
De la saturation de l'espace commercial belge et de ses causes	
Jean-Pierre Grimmeau et Benjamin Wayens .....	105
Rétraction du commerce de détail dans les villes petites et moyennes : l'érosion de la diversité commerciale des communes entre 1979 et 2014	
Sophie Baudet-Michel, Hadrien Commenges, Matthieu Delage et Julie Vallée .....	119
La recomposition d'Actisud, la plus grande zone commerciale près de Metz : nouveau laboratoire urbain des projets publics-privés ?	
Laura Jehl .....	153
Conclusion	
Jean Soumagne et Colette Renard-Grandmontagne .....	171

CHAPITRE III  
 STRATÉGIES D'IMPLANTATION ET STRUCTURATION  
 DE L'OFFRE COMMERCIALE ENTRE PERMANENCES ET MUTATIONS

Introduction	
Benjamin Wayens et Pascal Madry .....	177
Jumia : l'inscription spatiale d'une plateforme de commerce électronique en Côte d'Ivoire	
Dabié Axel Désiré Nassa, Mansé Bamba et Gngoran Alida Thérèse Adou .....	181

En même temps <i>start-up</i> et innovation sociale ? Géographie de La Ruche qui dit Oui ! en Midi-Pyrénées Michaël Pouzenc et Julien Frayssignes .....	195
---	-----

Étude sur le commerce de proximité au Brésil : le cas des supermarchés Pinheiro Denio Igor Silva De Pontes, Marília Marinho De Andrade Oliveira, Honorio Pinheiro, Falk Wagenhausen et Abdelkader Chehik .....	213
--	-----

Conclusion Pascal Madry et Benjamin Wayens .....	233
---	-----

## CHAPITRE IV

### LA LOGISTIQUE URBAINE, MIROIR DES ÉVOLUTIONS DU COMMERCE DE DÉTAIL DÉTERMINANTS, ENJEUX, PRATIQUES ET PERSPECTIVES

Introduction Samuel Deprez et Laetitia Dablanç .....	239
---	-----

Les mouvements de marchandises générés par les petits commerces urbains. Enseignements des enquêtes « Transport de marchandises en ville » réalisées à Bordeaux Florence Toilier .....	245
---	-----

Un concept pour mesurer les nouvelles pratiques d'achats des ménages : le découplage de l'achat et de la récupération des marchandises Mathieu Gardrat et Alban Cordier .....	267
--	-----

Optimisation des livraisons urbaines toulousaines Regard croisé sur la viabilité d'un outil logistique traditionnel, le point relais commerçant Laureline Angot .....	291
--	-----

Conclusion	
Laetitia Dablanc et Samuel Deprez .....	317
Conclusion générale	
René-Paul Desse .....	321

Le commerce de détail vit depuis quelques années une période troublée, faite d'incertitudes et de craintes sur le devenir de cette fonction et de sa place dans les territoires. Des centres-villes aux zones périphériques, la vacance commerciale partout s'installe et témoigne des difficultés du secteur. Dans le même temps, de nouveaux modèles de distribution émergent autour du numérique. La vente en ligne s'installe dans les pratiques et modifie le rapport des clients à l'acte d'achat et aux lieux du commerce. L'offre marchande se renouvelle dans ses formes, ses localisations et initie de nouveaux parcours de consommations, parfois éloignés de la boutique, du magasin ou de la grande surface. D'autres acteurs cherchent dans l'affirmation de valeurs montantes au sein de la société les voies de leur maintien ou de leur renouveau.

Chacune de ces dynamiques redéfinit en profondeur les besoins en matière d'approvisionnement des points de vente, initie de nouvelles pratiques logistiques pour la livraison des colis issus de la vente en ligne, induisent de nouveaux flux dont la gestion devient plus que jamais un enjeu majeur, en ville comme dans les territoires moins urbanisés.

De l'Europe à l'Afrique, des centres-villes aux zones périphériques, au prisme des consommateurs comme des professionnels du secteur, cet ouvrage propose des regards singuliers sur ces transitions à l'œuvre en matière de commerce et de consommation et sur leurs conséquences.

**Ont contribué à cet ouvrage :** Gngoror Alida Thérèse Adou, Marilia Marinho De Andrade Oliveira, Laureline Angot, Mansé Bamba, Sophie Baudet-Michel, Mathias Boquet, Nicolas Cahagne, Adbelkader Chehieh, Hadrien Commenges, Alban Cordier, Laetitia Dablanc, Matthieu Delage, Samuel Deprez, René-Paul Desse, Nicolas Dorkel, Pascale Ezan, Julien Frayssignes, Mathieu Gardrat, Jean-Pierre Grimeau, Laura Jehl, Pascal Madry, Stéphanie Marty, Dabié Axel Désiré Nassa, Honorio Pinheiro, Denio Igor Silva De Pontes, Michaël Pouzenc, Colette Renard-Grandmontagne, Jean Soumagne, Florence Toilier, Julie Vallée, Falk Wagenhausen, Benjamin Wayens et Hélène Yildiz.

## PRESSES UNIVERSITAIRES DE ROUEN ET DU HAVRE

ISBN 979-10-240-1595-8



9 791024 015958 21 €

