



HAL
open science

L'accès des ménages aux services dans l'espace périurbain francilien

Benjamin Motte-Baumvol

► **To cite this version:**

Benjamin Motte-Baumvol. L'accès des ménages aux services dans l'espace périurbain francilien. Strates: Matériaux pour la recherche en sciences sociales, 2008, 14, pp.149-164. hal-00368188

HAL Id: hal-00368188

<https://hal.science/hal-00368188>

Submitted on 16 Mar 2009

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.

L'accès des ménages aux services dans l'espace périurbain francilien

Access to local services in the outer suburbs of Paris

Benjamin Motte-Baumvol

Maître de conférences en géographie,
Université de Bourgogne, laboratoire ThéMa,
2 boulevard Gabriel, 21000 Dijon,
benjamin.motte@u-bourgogne.fr

Résumé :

Le recul actuel des services de proximité dans les espaces périurbains franciliens ne s'explique pas seulement par la concurrence des grandes surfaces, mais bien plutôt par le rôle croissant de l'automobile dans les déplacements des ménages. Nos analyses fondées sur les inventaires communaux de 1988 et 1998 et des matrices de temps de déplacement mettent en évidence l'effet de l'équipement automobile sur la mise à distance des services par rapport aux territoires et aux populations. Ceci conduit à une recomposition des territoires quotidiens des habitants de la grande couronne parisienne, mais pour une partie seulement d'entre eux, ceux qui résident dans les espaces les plus périphériques. Pour une large majorité des ménages, l'accès à des services proches du domicile reste une réalité : 9 habitants sur 10 disposent de services de proximité dans leur commune de résidence. L'évolution récente tend à renforcer les écarts entre les ménages périurbains : nombreux sont ceux pour qui l'accès aux services dans la commune de résidence n'est pas remis en cause, alors que pour d'autres, disposer d'une voiture constitue désormais la seule alternative.

Mots clés : automobile ; commerces ; services ; proximité ; accessibilité ; périurbain ; Île-de-France.

Abstract:

The actual draw back of local services in peri-urban spaces could not be associated to supermarket competition, but rather to consequent place of car in household's mobility. Our analyses, based on communal inventories of 1988 and 1998 as well as time matrices for car and public transportation highlight the effect of automobile equipment on distances between services, territories and populations. All this led to recombine daily territories of the inhabitants of outer suburbs of Paris, but only for part of them. For vast majority access to services close to home remains reality: 9 out of 10 have local services in their commune. However, recent evolution tends to reinforce the differences between peri-urban households. Many are those for which access to services close to home does not call question, whereas for others, having a car is almost the only alternative.

Keywords: automobile; population services; proximity; accessibility; peri-urban spaces; Île-de-France.

Introduction

Les services aux ménages ont connu, depuis une cinquantaine d'années, des mutations profondes, tel que le recul marqué des services de proximité. Ainsi, des petits commerces alimentaires, des cafés ou des bureaux de poste disparaissent dans de nombreux territoires, ce qu'élus et populations locales perçoivent comme une perte d'accessibilité et un appauvrissement des fonctions de leur commune. Les causes du repli territorial des services de proximité sont diverses et ne se limitent pas à la concurrence que leur font les grandes surfaces.

Jean Baudrillard dans *La société de consommation* (1970) voit dans l'évolution de l'offre, le reflet d'une mutation des modes de vie et de l'émergence de nouveaux rapports des individus aux marchandises et à l'espace. Ainsi, la fréquence des approvisionnements des ménages en produits de base est passée d'un rythme quasi quotidien au lendemain de la Seconde Guerre mondiale à 4,4 approvisionnements par semaine en 1988 et 3,2 en 1995 (Babayou, Volatier, 1998). La montée du travail féminin, le développement des supermarchés rendant possible l'approvisionnement dans un lieu unique (Coutras, 1987) et enfin l'arrivée de l'électroménager, notamment des réfrigérateurs et des congélateurs, permettent de comprendre le recul des services de proximité. D'un autre point de vue, Jean-Pierre Orfeuill (2000) voit dans ce repli une mise à distance des services et des populations, liée au fait que l'automobile s'est peu à peu imposée comme norme de mobilité des ménages et d'accès aux services (Motte, 2006). Les services aussi bien que les populations ont choisi des localisations basées sur l'hypothèse d'un accès en automobile (Orfeuill, 2003).

L'impact de l'automobile sur la configuration spatiale de l'offre de services et notamment de services de proximité constitue une explication, parfois évoquée dans certains travaux mais dont les effets ont été assez peu étudiés empiriquement. Cet article s'attachera donc à mettre en évidence comment l'automobile tend à se constituer en tant que norme d'accès aux services et joue un rôle décisif dans leur mise à distance par rapport aux populations. Notre analyse portera sur un type d'espace particulier : le périurbain. Tout d'abord, parce que la place de la voiture dans les mobilités y est particulièrement importante et que son impact sur la distribution des commerces et services devrait s'y manifester pleinement. D'autre part, parce que les espaces périurbains enregistrent de fortes dynamiques en termes de peuplement et de diffusion des services, ce qui permet de mettre en évidence les tendances à l'œuvre sur une période d'étude relativement courte.

Nous présenterons, tout d'abord, l'évolution de la distribution spatiale des services, mettant en évidence la mise à distance des populations et des services dans les espaces périurbains : nous constaterons qu'elle ne repose pas, ou peu, aujourd'hui, sur un mécanisme de concurrence entre les grandes surfaces et les services de proximité. Nous observerons ensuite, à partir des temps d'accès aux services en transports en commun et en voiture, comment cette dernière s'installe comme norme de mobilité et tend à favoriser le recours aux grandes surfaces plutôt qu'aux services de proximité. Enfin nous verrons que les populations périurbaines contribuent par leurs migrations à renforcer cette tendance. Auparavant, nous allons présenter les données, la méthode et la classification des commerces et services qui ont servi de base à notre étude.

Une classification pour l'étude des services

Le champ de l'étude

Notre recherche concerne la grande couronne francilienne et s'appuie sur les matrices de temps de déplacement de commune à commune de la Direction régionale de l'équipement d'Île-de-France (DREIF) et du Syndicat des transports d'Île-de-France (STIF). Les distances et les temps d'accès aux services ont été évalués à partir d'indicateurs d'accès potentiel aux ressources et non pas à partir de données de mobilité effective. En effet, notre objectif n'est pas d'observer « le type de déplacement que font effectivement les populations, mais d'estimer ce qu'elles pourraient faire » (Wenglenski, 2004). La rareté des données disponibles concernant la mobilité effective vers les services et la disponibilité de matrices de temps exhaustives permettant la construction d'un indicateur d'accès potentiel aux ressources nous ont conduit à faire ce choix. Cette recherche s'inscrit donc dans la lignée des travaux théoriques et empiriques de Jean Poulit (1974), Chang-Woon Lee et Rémy Prud'Homme (1999) et Sandrine Wenglenski (2004). Nos analyses prennent comme unité de base la commune. Certes le territoire d'une commune peut être vaste, ses aménités et ses populations dispersées. Toutefois, les données n'étant pas disponibles à une échelle plus fine et notre étude portant sur plus de 1 000 communes afin de mettre en évidence les disparités à l'échelle régionale, cette limite ne semble pas devoir peser sur la portée des résultats.

Trois niveaux de services

Les localisations des commerces et services aux ménages en grande couronne francilienne ont été repérées à partir de l'inventaire communal¹. Un travail typologique préalable a été nécessaire, fondé à la fois sur les présupposés théoriques du modèle des lieux centraux de Walter Christaller (1933) et sur l'étude des pratiques d'achat et de fréquentation des services. Nous avons identifié trois niveaux qui permettent de décrire d'une manière satisfaisante les dynamiques territoriales des services dans l'aire urbaine francilienne et validé cette démarche à partir d'une analyse empirique sur notre terrain d'étude.

La théorie des places centrales est notamment fondée sur l'existence d'une hiérarchisation des villes ou des centres du fait de l'existence de plusieurs niveaux de services définis chacun par des portées spatiales (distance que le consommateur accepte de parcourir pour se procurer le service) et des seuils d'apparition (fixés par le volume de clientèle nécessaire à la rentabilité de l'offre de service). « Elle est fondée sur une forme d'organisation spatiale de la production des biens et des services fortement contrainte par l'exigence de proximité entre le producteur et ses clients, soit du fait d'une forte sensibilité aux coûts de transport (boulangerie artisanale, poste), [...] soit du fait de la nature du service rendu (coiffeur, médecin) » (Pumain, 2005). Les services d'usage fréquent et bon marché sont offerts dans de nombreux petits centres proches des consommateurs, tandis que ceux dont la fréquentation est plus rare se localisent dans des centres plus importants mais plus éloignés. Pour W. Christaller, les zones d'influence des centres sont emboîtées, car les centres de niveau supérieur offrent généralement aussi tous les services de portée inférieure.

Cette structuration des services en niveaux déterminés par la fréquence des consommations est très largement vérifiée par l'observation des pratiques. Ainsi, l'enquête « Lieux et habitudes d'achat » insérée dans le dispositif de l'Enquête permanente sur les conditions de vie (EPCV)² met en évidence un comportement moyen de consommation qui s'appuie sur le recours à trois ensembles emboîtés de services (Babayou, Volatier, 1998). Selon ces enquêtes, un ménage moyen fréquente de façon quasi quotidienne les services de proximité, de façon hebdomadaire ou bihebdomadaire une grande surface à dominante alimentaire, et avec une fréquence mensuelle ou bimensuelle un centre commercial important de type centre

¹ Il s'agit d'enquêtes réalisées par l'INSEE auprès des communes depuis 1970 avec une périodicité d'environ dix années : en 1970, 1980, 1988 et 1998. Dans chaque commune, une commission *ad hoc* de cinq à six personnes se réunit sous la responsabilité du maire pour répondre à un questionnaire.

² Ce dispositif d'enquêtes permet, depuis janvier 1996, d'étudier l'évolution d'indicateurs sociaux divisés en trois groupes, chacun faisant l'objet d'une enquête annuelle en janvier, en mai et en octobre auprès d'un échantillon représentatif d'environ 8 000 ménages en France métropolitaine.

commercial régional (CCR) comprenant, en plus d'une grande surface à dominante alimentaire et d'une ou plusieurs grandes surfaces spécialisées, une centaine de boutiques et de services. Ces pratiques diffèrent peu en fonction des espaces considérés (Eymard, Séguin, 2000). La fréquence est un peu plus faible dans les espaces périurbains que dans les espaces urbains centraux. Ainsi, un ménage résidant dans les espaces périurbains fréquente en moyenne 3,4 fois par semaine une boulangerie contre 3,7 fois pour un ménage habitant un pôle urbain. De même, dans le périurbain, la fréquentation d'une grande surface alimentaire est de 1,9 fois par semaine contre 2,1 dans les pôles urbains. Mais le poids de chacun des services dans les pratiques de consommation des ménages varie peu selon le type d'espace de résidence.

Aucun service : Aucune offre de service équivalente aux trois niveaux supérieurs

Services de proximité : Magasin d'alimentation générale (ou supérette ou épicerie)

Grande surface : Supermarché ou hypermarché

Bouquet de services : 1 grande surface : supermarché ou hypermarché

5 commerces de proximité : boulangerie, café, coiffeur, journaux, tabac

4 commerces spécialisés : vêtements, chaussures, grande surface spécialisée, librairie

3 services de santé : médecin généraliste, dentiste, pharmacien

2 services généraux : poste, banque

L'observation des pratiques de consommation confirme donc la structure postulée par la théorie des lieux centraux, ce qui nous a conduit à retenir une classification des commerces et services aux ménages basée sur 3 niveaux emboîtés. Le premier niveau correspond à la présence dans la commune d'un service de proximité : plutôt que d'une boulangerie ou tout autre service de proximité, nous avons retenu l'existence d'un magasin d'alimentation générale, car ce service joue le rôle d'offre de base minimum nécessaire à l'approvisionnement des ménages, comme l'ont montré Olivier Coutard, Gabriel Dupuy et Sylvie Fol (Coutard *et al.*, 2002). Selon ces auteurs, dans un petit pôle rural, en l'absence d'un supermarché, le magasin d'alimentation générale constitue un substitut au moins partiel sans lequel la localisation résidentielle de certains ménages pourrait faire question, malgré la présence d'autres services de proximité (comme une boulangerie). Pour définir le second niveau, nous avons retenu la présence dans la commune d'une grande surface à dominante

alimentaire, compte tenu de son importance dans l'approvisionnement des ménages et dans leurs pratiques de fréquentation des services, choix qui a été pleinement validé par les analyses empiriques. Le troisième niveau correspond à la présence dans une commune de plusieurs services regroupés sous la notion de « bouquet de services ». C'est celui d'un espace commercial régional qu'un ménage fréquente au moins une fois par mois, comportant un ensemble de services de proximité, une grande surface à dominante alimentaire, et au moins une grande surface spécialisée. Enfin, un quatrième niveau (qui est en fait le premier) correspond aux communes ne disposant d'aucun de ces services.

Pour valider cette typologie, nous avons mesuré la coprésence des services dans les communes et vérifié l'existence d'une hiérarchie dans leur distribution (*Tableau 1*). La présence dans une commune d'un des services qui nous ont servi de référence s'accompagne le plus souvent de celle des autres services ayant une diffusion équivalente. Par exemple la présence d'un magasin d'alimentation générale signifie également, dans plus de 9 cas sur 10, celle d'un café, d'un point de vente de journaux, d'un dépôt de pain ou d'une classe enfantine ; dans près de 8 cas sur 10, celle d'une boulangerie, d'un restaurant, d'une école primaire ou d'un tabac. Cette analyse de coprésence confirme la pertinence de l'utilisation des magasins d'alimentation générale pour traduire la diffusion territoriale des services de proximité en grande couronne francilienne. Le constat pour les grandes surfaces n'est pas aussi net : leur diffusion territoriale pourtant proche de celle des banques ou des magasins de vêtements ne leur assure pas des associations aussi fortes. Le choix de ce service comme indicateur du niveau 3 repose sur son importance dans les pratiques d'approvisionnement des ménages et sur la présence d'une vaste palette de services de proximité dans les communes équipées d'une grande surface. L'analyse de coprésence confirme donc à la fois les fortes corrélations dans la distribution des services de proximité et l'emboîtement des trois niveaux de services. L'échelle de référence ainsi constituée nous a servi à étudier successivement la diffusion territoriale des services, leur accessibilité et leurs localisations relatives par rapport aux populations.

Tableau 1. Proportion de communes disposant de certains services et commerces en fonction de leur niveau d'équipement en 1999

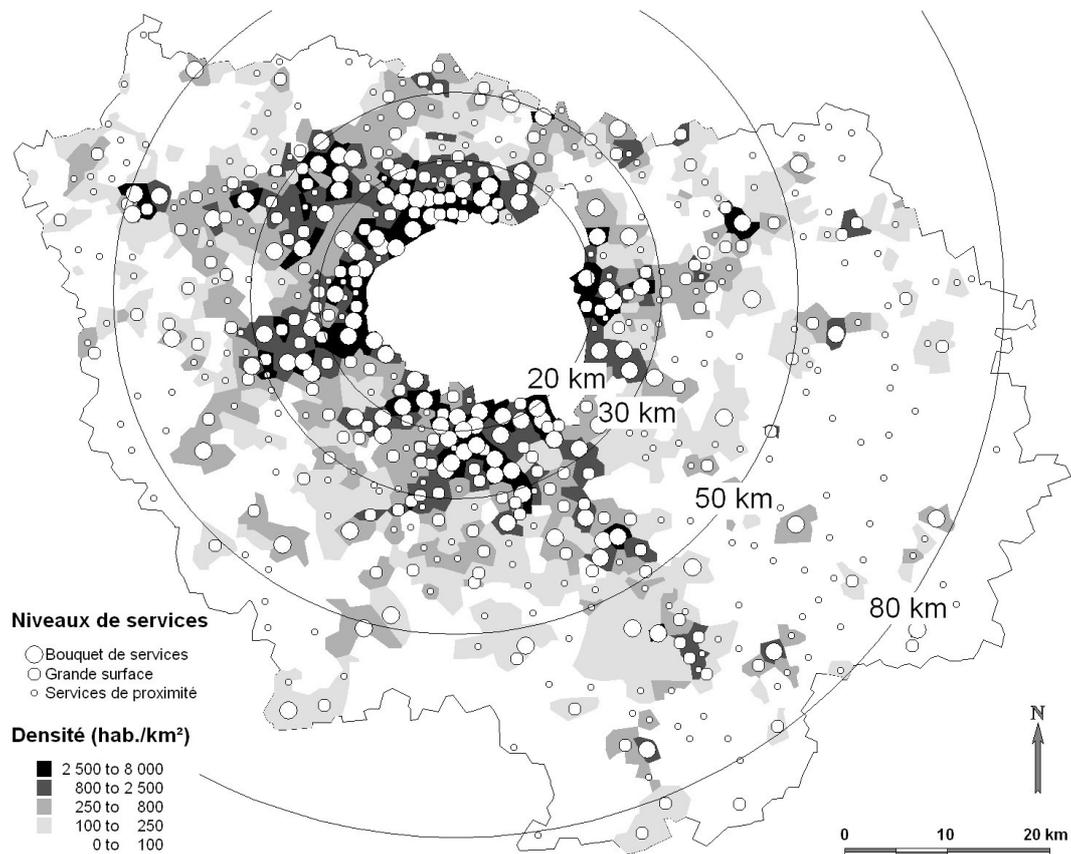
Ensemble	Niveau de services				Ensemble
	Aucun	Services de proximité	Grande surface	Bouquet de services	
Magasin d'alimentation générale	0 %	100 %	100 %	100 %	49 %
Grande surface à dominante alimentaire	0 %	0 %	100 %	100 %	24 %
École primaire	80 %	99 %	99 %	100 %	89 %
Café	41 %	96 %	98 %	100 %	68 %
École maternelle	57 %	92 %	98 %	100 %	75 %
Journaux	22 %	92 %	97 %	100 %	57 %
Salon de coiffure	9 %	68 %	97 %	100 %	45 %
Tabac	21 %	85 %	93 %	100 %	54 %
Boulangerie	15 %	77 %	91 %	100 %	49 %
Médecin généraliste	10 %	72 %	91 %	100 %	45 %
Pharmacie	5 %	60 %	91 %	100 %	40 %
Dentiste	4 %	51 %	83 %	100 %	36 %
Bureau de poste	11 %	67 %	82 %	100 %	43 %
Librairie	1 %	37 %	79 %	100 %	31 %
Banque	0 %	21 %	65 %	100 %	25 %
Magasin de vêtements	1 %	16 %	63 %	100 %	23 %
Magasin de chaussures	1 %	7 %	36 %	100 %	17 %
Magasin d'électroménager	1 %	11 %	48 %	92 %	19 %
Laboratoire d'analyses	0 %	11 %	44 %	92 %	19 %
Grande surface spécialisée	0 %	5 %	18 %	92 %	13 %
Cinéma	0 %	0 %	12 %	61 %	8 %
Hôpital	2 %	6 %	14 %	60 %	10 %
Hypermarché	0 %	0 %	11 %	58 %	8 %

Source : Inventaire Communal 1998 ; calculs de l'auteur.

Le tableau se lit de la façon suivante : 68 % des communes de grande couronne possèdent au moins un café. Pour les communes ayant au moins un magasin d'alimentation générale (MAG), ce pourcentage monte à 96 %, il est de 98 % pour les communes disposant au moins d'une grande surface alimentaire (GSA) et de 100 % pour les communes équipées d'un bouquet de services.

La diffusion territoriale des services en grande couronne francilienne

Figure 1. Niveaux de services et densités de population en grande couronne francilienne en 1999

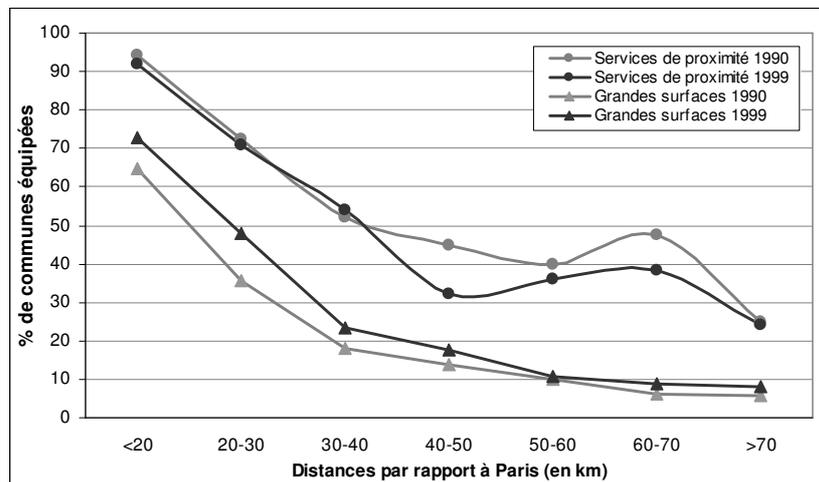


Sources : Inventaire Communal 1998, RGP 1999 ; réalisation de l'auteur.

En 1999, près de la moitié des communes de grande couronne francilienne (554 sur 1 157) disposent de services de proximité. Cette large diffusion territoriale se traduit par une faible distance d'accès qui n'est que de 2,1 km en moyenne, supérieure toutefois d'environ 14 % à ce qu'elle était en 1990. Si les services de proximité reculent (ils ont disparu dans 8 % des communes), le nombre de communes disposant de grandes surfaces commerciales a progressé d'environ 10 % dans la même période : elles équiperont désormais 1 commune sur 4. En 1999, il ne faut plus que 4,3 km en moyenne pour atteindre une grande surface, soit une baisse de 13 % en 10 ans des distances d'accès. On observe donc à la fois un recul des services de proximité et une forte progression des grandes surfaces. De leur côté, les bouquets de services ne connaissent pas d'évolution notable sur une décennie. Ces tendances semblent ainsi

traduire le passage d'une distribution spatiale des services fondée sur la proximité physique à une proximité basée sur l'accessibilité automobile (Orfeuill, 2000).

Figure 2. Distribution des communes équipées de services de proximité en 1990 et en 1999 selon leur distance à Paris (en % de communes équipées)



Source : Inventaire communal 1988 et 1998 ; calculs et réalisation de l'auteur.

Mais ce constat doit être nuancé : en effet, les services sont inégalement répartis dans l'espace (*Figures 1 et 2*). Concentrés autour de la petite couronne, en doigt de gant autour des principales infrastructures ferroviaires ou regroupés autour des centres anciens (Meaux, Fontainebleau,...) et des villes nouvelles, ils n'équipent qu'environ 1 commune sur 3 dans les espaces périphériques de la grande couronne (situés à plus de 50 km de Paris) au lieu de 4 sur 5 dans les espaces centraux (à moins de 30 km de Paris). Ce sont les localisations périphériques qui ont le plus souffert du recul de la diffusion territoriale des services de proximité entre 1990 et 1999, alors que dans les communes plus proches de Paris le niveau d'équipement est resté stable. À l'inverse, c'est dans les espaces centraux et intermédiaires (entre 30 et 50 km de Paris) que la diffusion des grandes surfaces a été la plus forte (respectivement +10 points et +5 points) tandis que leur progression dans les espaces périphériques a été relativement faible (environ 2 points).

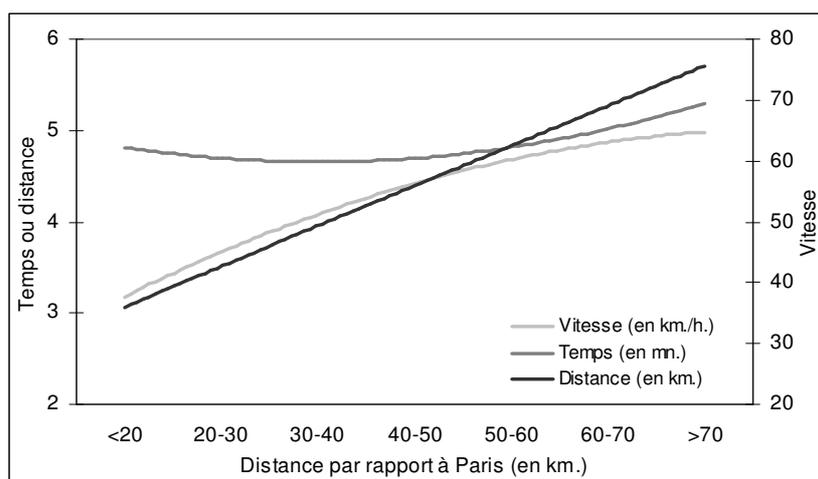
Ces résultats mettent en évidence la dualité de la grande couronne francilienne. D'un côté, dans les zones densément peuplées contiguës avec la petite couronne, autour des principales villes et le long des principales infrastructures ferroviaires, l'offre de services de proximité déjà importante s'étoffe et se renforce avec l'installation de grandes surfaces. De l'autre côté, on observe, dans les espaces périphériques, un recul prononcé des services de proximité alors

que les grandes surfaces ne s’y installent pas, ou peu. Le recul des services de proximité n’affecte donc pas les zones les plus centrales et les plus densément peuplées, alors qu’il est accentué dans les espaces plus périphériques et de faibles densités. La diffusion territoriale des services de proximité ne souffre pas directement de la concurrence des grandes surfaces, mais plutôt d’une tendance à la concentration des services dans un nombre de lieux réduits, nécessitant des déplacements de plus longue portée plus largement favorables à la voiture.

L’accès des ménages aux services

La voiture privilégiée par ses temps d’accès

Figure 3. Distances, vitesses et temps d’accès aux services de proximité en voiture en 1999 selon la distance à Paris des communes de résidence

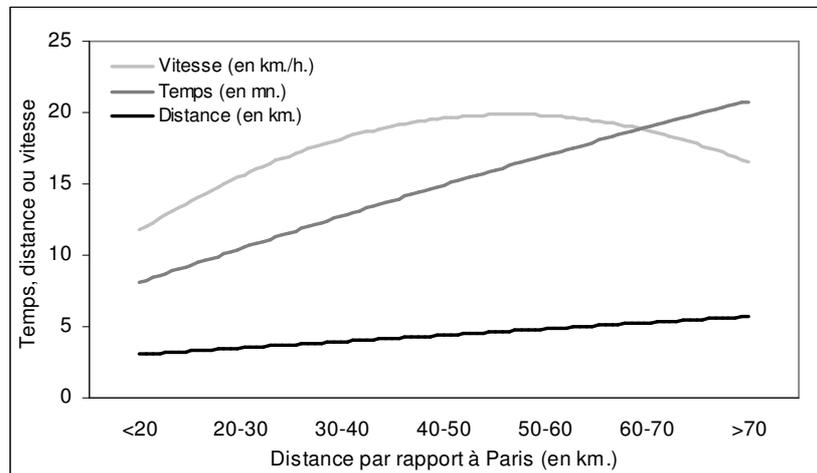


Sources : Inventaire Communal 1998, DREIF 1999 ; calculs et réalisation de l’auteur.

La voiture particulière s’affirme comme un mode privilégié pour l’accès aux services parce qu’elle offre les temps d’accès les plus réduits. Il faut seulement 6 minutes pour accéder à une grande surface en voiture alors qu’il en faut 15 en transports en commun pour atteindre un service de proximité. En moyenne, accéder à un service en transports en commun nécessite trois fois plus de temps qu’en voiture : ceci concorde avec les observations réalisées par David Caubel (2006) dans l’agglomération lyonnaise. Au-delà de ces valeurs moyennes, l’avantage de la voiture est renforcé par le fait qu’elle offre des temps d’accès relativement homogènes quelle que soit la position de la commune, alors que les temps d’accès en

transports en commun sont très hétérogènes, notamment entre les communes situées dans les espaces centraux de la grande couronne et celles situées en périphérie (*Figures 3 et 4*).

Figure 4. Distances, vitesses et temps d'accès aux services de proximité en transports en commun en 1999, selon la distance à Paris des communes de résidence



Sources : Inventaire Communal 1998, STIF 1999 ; calculs et réalisation de l'auteur.

Ce sont les vitesses croissantes, à mesure que l'on s'éloigne du centre, qui permettent à l'automobile d'offrir des temps d'accès aux services à peine plus élevés dans les communes périphériques alors que les distances à parcourir y sont très supérieures. Pour les transports en commun, la situation est très différente : la vitesse de déplacement est plus faible et n'augmente pas avec la distance au centre, d'où l'explosion des temps d'accès aux services dans les espaces périphériques, alors qu'ils ne sont que faiblement supérieurs, dans les espaces centraux, à ceux des trajets en voiture. S'y ajoutent les handicaps résultant du niveau de l'offre et de la configuration des réseaux.

Les transports en commun désavantagés par les effets d'offre et de réseau

La grande couronne francilienne est ainsi marquée par le nombre non négligeable de communes ne bénéficiant pas de liaisons en transports en commun avec les communes équipées de services. Dans le cas des services de proximité, cette proportion atteint environ 10 % de l'ensemble des communes. Les communes concernées constituent plusieurs ensembles d'un seul tenant, localisés dans les espaces périphériques de la grande couronne. Ces ensembles de communes « non reliées » se trouvent souvent en continuité avec des

communes ayant des temps élevés d'accès aux services. On observe donc dans les espaces intermédiaires et périphériques de la grande couronne de vastes enclaves ayant un accès aux services en transports en commun nul ou très dégradé.

Les ménages fréquentent-ils les services les plus proches ou les plus rapidement accessibles ?

Dans l'Enquête générale transport (EGT) qui recense l'ensemble des déplacements d'un échantillon de ménages franciliens, on observe que près de 83 % des déplacements à destination des services de proximité, tous modes confondus, se font vers la commune la plus proche (en distance). Pour les déplacements à destination des grandes surfaces, ce pourcentage est un peu moins élevé mais atteint encore 70 %. Dans les deux cas, les ménages qui ne se dirigent pas vers le service le plus proche de leur domicile n'effectuent en moyenne qu'un kilomètre supplémentaire.

Si l'on s'intéresse aux temps de déplacement, on s'aperçoit que le service le plus rapidement accessible en voiture particulière coïncide avec celui effectivement fréquenté dans plus de 80 % des cas pour les services de proximité et dans environ 70 % des cas pour les grandes surfaces. Ce sont des résultats équivalents à ceux observés quant aux distances.

Dans le cas des déplacements en transports en commun, le service fréquenté est dans plus de 60 % des cas le service le plus rapidement accessible. Il faut souligner toutefois la faiblesse des effectifs considérés.

D'autre part, dans de nombreuses communes, la configuration des réseaux conduit les populations qui utilisent les transports en commun à se rendre vers des destinations différentes de celles vers lesquelles s'orientent les automobilistes. Ces différences sont potentiellement porteuses de mécanismes de ségrégation sociospatiale nuisant à l'utilisation des transports en commun pour l'accès aux services.

Ainsi, les destinations les plus rapidement accessibles en transports en commun et en voiture ne sont pas les mêmes dans 20 % des communes concernant les services de proximité et dans près de 30 % concernant les grandes surfaces. Pour les habitants de communes situées autour de Meaux, Dourdan ou Étampes par exemple, il est souvent plus rapide, en transports en commun, d'aller chercher un service de proximité ou un supermarché dans ces centres situés au point de convergence des réseaux. À l'inverse, en voiture particulière, la destination la plus éloignée de ces centres sera généralement la plus rapidement accessible car les plus faibles densités et la congestion moindre permettent des vitesses de déplacements supérieures.

Ces différences entre les modes n'ont pas pour origine des « effets d'aubaines » mais plutôt des « effets de contraintes » : les populations qui y sont confrontées ne bénéficient pas de

temps d'accès moins importants, mais à l'inverse de temps de 10 à 40 % supérieurs aux moyennes, selon le mode et le niveau de service observé. Or, si ces effets de réseaux peuvent être facilement dépassés en voiture moyennant un peu de temps supplémentaire pour se rendre vers la destination de son choix, en transports en commun, cette possibilité n'est parfois pas offerte et elle est souvent très coûteuse en termes de temps d'accès.

Les tendances enregistrées entre 1990 et 1999 favorisent encore la voiture

Tableau 2. Évolution des temps d'accès aux services à partir des communes non équipées en voiture particulière et en transports en commun entre 1990 et 1999

Service de destination	Évolution du temps d'accès en voiture (en %)	Évolution du temps d'accès en transports en commun (en %)
Services de proximité	3,8	3,4
Grandes surfaces	-8,1	-3,9
Bouquets de services	-6,3	-0,2

Sources : Inventaire Communal 1988 et 1998, DREIF 1999, STIF 1999 ; calculs de l'auteur.

Au cours de cette décennie, l'évolution des temps d'accès aux services à partir des communes non équipées est faible mais plus favorable à la voiture particulière qu'aux transports en commun (*Tableau 2*). Elle est fortement liée à celle de la localisation des différents niveaux de services³. On enregistre une augmentation des temps d'accès aux services de proximité du fait de la diminution du nombre de communes équipées, tandis que pour les grandes surfaces, leur baisse coïncide avec l'augmentation du nombre de communes équipées. Cependant l'évolution de la diffusion territoriale des services a joué avec une ampleur différente selon le mode de déplacement considéré. Si le recul des services de proximité a peu affecté les temps d'accès tous modes confondus, la forte diffusion des grandes surfaces a plus largement profité aux déplacements en voiture qu'à ceux effectués en transports en commun. En dix ans, la baisse des temps d'accès à ce niveau de services atteint ainsi -3,9 points en transports en commun, alors que celle enregistrée pour la voiture dépasse les -8 points, soit plus du double. Les travaux existants montrent que les grandes surfaces privilégient des localisations sur les principaux axes et carrefours de circulation automobile parce que c'est le moyen de capter la

³ L'évolution des temps d'accès telle que nous l'avons calculée ne prend pas en compte celle des réseaux ni celle de l'offre de transports en commun. Elle nous renseigne sur l'effet des évolutions des localisations des services sur les temps d'accès.

population la plus large et que la clientèle motorisée est celle qui dépense le plus (Beauvais Consultant, 2003). Cette stratégie paraît indéniable au vu de nos observations en grande couronne parisienne. En effet, entre 1990 et 1999, l'augmentation de la vitesse d'accès en voiture aux grandes surfaces a été de l'ordre de 2 % d'où une forte diminution de la durée des trajets, alors que leurs localisations sont peu favorables aux transports en commun pour lesquels les vitesses de déplacement ont diminué de 3 %. Ainsi, les différences de performances entre la voiture particulière et les transports en commun, déjà importantes, ont eu tendance à s'accroître. L'évolution de la diffusion territoriale des services favorise la voiture, particulièrement pour l'accès aux grandes surfaces pour lequel les temps de déplacement en voiture ont fortement diminué et ont creusé l'écart avec les transports en commun.

Les logiques de diffusion des services par rapport aux populations

Les services se localisent au plus près des populations

Si les services aux ménages ont une distribution inégale en grande couronne francilienne, c'est qu'ils se localisent au plus près des populations (voir figure 1). Seule une petite moitié des communes est équipée de services, mais ces dernières regroupent environ 90 % de la population. Plus de 98 % de la population réside à moins de 5 km de services de proximité, 95 % d'une grande surface et 80 % d'un bouquet de services. En moyenne, un habitant de grande couronne n'est qu'à 1 km du service de proximité le plus proche, à 1,6 km d'une grande surface, à 3,3 km d'un bouquet de services.

Les évolutions enregistrées entre 1990 et 1999 ont eu tendance à maintenir globalement le lien entre la diffusion territoriale des services et les concentrations de populations malgré le recul des services de proximité. En effet, celui-ci n'a eu qu'un impact modeste puisque seulement 60 000 personnes (moins de 1 % de la population de la grande couronne) ont vu ce type de services disparaître de leur commune de résidence. Pour le reste de la population et notamment ceux qui ne disposaient pas, en 1990, de services de proximité dans leur commune de résidence, leur recul s'est traduit par une augmentation limitée des distances d'accès (de l'ordre de 4,5 %)⁴. Par contre, 360 000 personnes (près de 10 % de la population) ont profité

⁴ Pour calculer les temps moyens d'accès aux services pour les populations non équipées nous avons rapporté les temps d'accès aux services pour les communes non équipées de services à leurs populations respectives.

de l'installation d'une grande surface dans leur commune de résidence, et leur diffusion a conduit à une réduction de 1 % des distances à ce niveau de services pour les populations qui n'en disposent pas dans leur commune de résidence. Ainsi, si le lien de proximité entre populations et services a tendance à se distendre pour les services de proximité, il se renforce nettement pour les grandes surfaces.

L'étalement résidentiel favorise l'accès aux services en voiture

Mais si l'évolution de la localisation des services vise à maintenir un lien avec celle des populations, ces dernières tendent aussi à s'éloigner des équipements. En effet, dans leurs migrations résidentielles, les habitants de la grande couronne francilienne ont le plus souvent privilégié des localisations éloignées des services. Ainsi, les communes les plus éloignées des services de proximité (dernier quartile) ont enregistré un solde migratoire positif de 15 % contre moins de 8 % pour les communes qui en sont les plus proches (1^{er} quartile). On peut évaluer à 30 % l'accroissement de l'éloignement des populations par rapport aux services de proximité résultant du jeu des migrations résidentielles⁵. Concernant les grandes surfaces, l'évolution démographique a également joué dans le sens d'un accroissement de l'éloignement moyen des populations par rapport à ce niveau de service, mais cet effet a été absorbé par la forte progression de leur diffusion, qui a conduit à une diminution de l'ordre de -1,5 points de leur distance aux populations des communes non équipées.

Les migrations résidentielles ont donc contribué à éloigner les populations des services et à favoriser l'accès en voiture. En effet, lorsqu'on examine l'impact des migrations résidentielles sur les temps d'accès aux services par mode, on s'aperçoit qu'elles vont dans le sens d'un accroissement des différences entre la voiture et les transports en commun. Les populations tendent à s'installer toujours plus loin des services mais retiennent des localisations à partir desquelles ceux-ci sont rapidement accessibles en voiture, pas en transports en commun. Si l'installation de nouvelles populations dans les communes non équipées de services n'a guère pesé sur l'évolution des temps moyens d'accès aux services en voiture, elle a contribué à alourdir ceux en transports en commun de l'ordre de 1,5 %.

⁵ Pour discerner, dans l'évolution des temps d'accès, les effets de la diffusion territoriale des services et ceux des évolutions démographiques, nous avons employé la méthode suivante. Nous avons, dans un premier temps, mesuré la progression des distances en faisant évoluer les localisations des services mais en conservant les populations communales de 1990. Puis dans un second temps, nous avons fait varier les populations communales.

Conclusion

En grande couronne francilienne, l'automobile est devenue une norme d'accès aux services parce qu'elle est le mode le plus rapide (offrant des temps d'accès en moyenne trois fois inférieurs à ceux des transports en commun), mais également parce qu'elle offre pour tous les territoires une garantie d'accès aux différents niveaux de services, un choix des destinations et des temps maîtrisés, alors que toutes les communes ne sont pas desservies par des transports en commun, dont les vitesses sont par ailleurs réduites.

Comme l'a montré J.-P. Orfeuil (2003), l'automobile doit ce statut de norme au fait que services et populations retiennent les uns par rapport aux autres des localisations basées sur la mobilité automobile. Les évolutions enregistrées en grande couronne francilienne dans les années 1990 montrent que les nouvelles localisations des services favorisent l'accès en voiture et sont moins favorables aux transports en commun. L'étalement résidentiel des populations vers les espaces périphériques de la grande couronne va dans le même sens.

Cette norme automobile incitant les ménages à s'affranchir de la proximité physique explique le recul des services de proximité au profit des grandes surfaces, qui deviennent le niveau de base de la proximité automobile. Entre 1990 et 1999, l'accessibilité en voiture s'est plus renforcée pour les grandes surfaces que pour les autres niveaux de services. La concurrence des grandes surfaces ne constitue donc pas le facteur principal du recul des services de proximité.

Ces évolutions conduisent à une recomposition profonde des territoires quotidiens des habitants de la grande couronne parisienne, mais pour une partie seulement d'entre eux. Pour une large majorité des ménages, l'accès à des services proches du domicile reste une réalité : 9 sur 10 disposent de services de proximité dans leur commune de résidence, 8 sur 10 y trouvent aussi une grande surface. Mais l'évolution récente tend à renforcer les écarts entre territoires et ménages : nombreux sont ceux pour qui la proximité des services n'est pas remise en cause, alors que pour d'autres, disposer d'une voiture constitue la seule possibilité d'accéder aux services. On a souvent souligné l'inégalité d'accès aux emplois pour les habitants de la grande couronne francilienne. Il en est de même pour l'accès aux services. L'hétérogénéité que nous avons observée, tant pour les distances à parcourir que pour les durées des trajets et l'existence de destinations alternatives, incite à s'interroger sur une délimitation des espaces périurbains fondée exclusivement sur la distance au centre de l'agglomération ou la dépendance en termes d'emplois. La distribution des services aux

ménages et leur accessibilité constituent aussi un facteur de différenciation qu'il faudrait prendre en compte dans la description des espaces périurbains d'une grande métropole.

Remerciements : Cet article fait état de résultats obtenus dans le cadre d'une thèse de doctorat soutenue à l'Université de Paris I-Panthéon Sorbonne, menée au sein du Laboratoire Ville Mobilité Transport et ayant bénéficié du financement de l'INRETS et de la Région Île-de-France. L'auteur remercie également la DREIF et le STIF, pour les données qui ont servi de base à cette étude, ainsi que Martine Berger pour ses conseils avisés.

Bibliographie

Babayou P., Volatier J.-L., 1998, *Prospective de la mobilité locale*, Paris, CREDOC Collection des rapports, 186.

Baudrillard J., 1970, *La société de consommation*, Paris, Denoël.

Beauvais Consultant, 2003, *Évolution du commerce et utilisation de la voiture. Distribution des biens de consommation et usage de la voiture particulière pour motif « achats » dans les agglomérations françaises*, Paris, Rapport, PREDIT, 134 p.

Caubel D., 2006, « Politique de transports et accès à la ville pour tous ? Une méthode d'évaluation appliquée à l'agglomération lyonnaise », thèse de doctorat en sciences économiques sous la direction de Mignot D., Université de Lyon II, 444 p.

Christaller W., 1933, *Die zentralen Orte in Süddeutschland*, Iéna, Fisher.

Coutard O., Dupuy G., Fol S., 2002, « La pauvreté périurbaine : dépendance locale ou dépendance automobile ? », *Espaces et sociétés*, p. 155-175.

Coutras J., 1987, *Des villes traditionnelles aux nouvelles banlieues, l'espace public au féminin*, Paris, SEDES.

Eymard I., Séguin S., 2000, « Les lieux d'achats alimentaires des urbains et des périurbains », in *Données urbaines*, 3, Mattei M.-F., Pumain D. (dir.), Paris, Anthropos, coll. « Villes », p. 81-89.

Motte B., 2006, « La dépendance automobile pour l'accès aux services aux ménages en grande couronne francilienne », thèse de doctorat en géographie sous la direction de Beaucire F., Massot M.-H., Université de Paris 1-Panthéon Sorbonne, 380 p.

Orfeuill J.-P., 2000, *Stratégies de localisation. Ménages et services dans l'espace urbain*, Paris, La Documentation Française, 75 p.

Orfeuil J.-P., 2003, « L'automobilisme : entre autonomie et dépendance », *Cahiers du Conseil*, 7, Conseil général des Ponts et Chaussées, p. 20-23.

Poulit J., 1974, *Urbanisme et transport : les critères d'accessibilité et de développement urbain*, Paris, S.E.T.R.A., Division urbaine, Ministère de l'Équipement.

Prud'Homme R., Lee C.W., 1999, « Size, Sprawl, Speed and Efficiency of Cities », *Urban Studies*, vol. 36, n° 11, p. 1849-1858.

Pumain D., 2005, *Lieux centraux*, Hypergéométrie (hypergeo.free.fr).

Wenglenski S., 2003, « Une mesure des disparités sociales d'accessibilité au marché de l'emploi en Ile-de-France », thèse de doctorat en urbanisme, aménagement et politiques urbaines sous la direction de Orfeuil J.-P., Université de Paris XII-Val de Marne, 373 p.