



HAL
open science

Inégalités dans l'accessibilité spatio-temporelle aux commerces dans l'aire de vie avignonnaise. Etat des lieux et perspectives de réduction

Cyrille Genre-Grandpierre

► **To cite this version:**

Cyrille Genre-Grandpierre. Inégalités dans l'accessibilité spatio-temporelle aux commerces dans l'aire de vie avignonnaise. Etat des lieux et perspectives de réduction. Espace Populations Sociétés, 2007, 2/3 (2/3), pp.421 - 432. hal-00402882

HAL Id: hal-00402882

<https://hal.science/hal-00402882>

Submitted on 18 Jan 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.

Cyrille Genre-Grandpierre

L'accessibilité aux commerces dans l'aire de vie avignonnaise

Inégalités et perspectives de réduction

Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

revues.org

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

Référence électronique

Cyrille Genre-Grandpierre, « L'accessibilité aux commerces dans l'aire de vie avignonnaise », *Espace populations sociétés* [En ligne], 2007/2-3 | 2007, mis en ligne le 01 décembre 2009, consulté le 14 octobre 2013. URL : <http://eps.revues.org/3266>

Éditeur : Université des Sciences et Technologies de Lille

<http://eps.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur : <http://eps.revues.org/3266>

Ce document PDF a été généré par la revue.

© Tous droits réservés

Cyrille GENRE-GRANDPIERREUMR 6012 ESPACE
Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse
74 rue Louis Pasteur
84029 Avignon Cedex
cyrille.genre-grandpierre@univ-avignon.fr

L'accessibilité aux commerces dans l'aire de vie avignonnaise. Inégalités et perspectives de réduction

INTRODUCTION

La fin du 20^{ème} siècle a vu se produire de profonds bouleversements dans la structure des territoires urbains et dans la façon d'y vivre. Les capacités de déplacement offertes par l'automobile et la généralisation de son usage ont en effet permis la séparation des fonctions urbaines (zones résidentielles, commerciales, d'activités, etc.), qui se concrétise dans le zonage fonctionnaliste des plans locaux d'urbanisme. Les lieux de vie individuels se sont espacés, en particulier le domicile et le travail, avec comme contrainte toutefois de maintenir relativement constant le budget temps de transport quotidien autour d'une heure. La dépendance automobile [Dupuy, 1999] s'est ainsi peu à peu installée, car seule la voiture rend cohérent et possible ce choix de lieux de vie espacés pensés dans une proximité en temps. Cet éclatement des lieux de vie se traduit par ailleurs par des schémas de déplacements de plus en plus complexes. Aux navettes domicile-travail massives, orientées principalement centre-périphérie et se produisant à heures fixes, ont succédé des « pérégrinations » plus complexes où les destinations, les motifs et parfois les modes s'enchaînent. Nouvelle

comportements de mobilité induisent de très fortes variations dans la distribution spatio-temporelle quotidienne de la population. Les zones résidentielles se vident ainsi le jour au profit des secteurs concentrant les emplois et les activités commerciales, et se remplissent à nouveau la nuit lorsque la population regagne son logement. Ce fonctionnement des territoires urbains fortement basé sur le recours à l'automobile exclut de fait les non motorisés, qui voient leurs choix d'opportunités réduits à ce qui se trouve physiquement proche de leur domicile.

Ces évolutions spatiales de la ville se sont de plus accompagnées d'une forte évolution des rythmes de vie. Avec la mondialisation, la production en flux tendus, l'exigence des consommateurs pour des services toujours plus rapides, etc. Les temporalités du travail deviennent de moins en moins standardisées. Temps partiel, travail de nuit, le week-end, irrégularités des horaires augmentent sans cesse. En France en 2000 par exemple, 37% des salariés ne travaillaient pas le même nombre d'heures chaque jour et 22% pas le même nombre de jours par semaine [Boulin, Mückenberger, 2002]. Par ailleurs, grâce aux technologies de la communication

(téléphone et ordinateurs portables, connexion Internet), le travail s'insinue de plus en plus dans les autres temps du quotidien (temps de la famille, des loisirs, du repos), provoquant un chevauchement des temps [Ascher, 1997]. Enfin, on observe une individualisation des rythmes de vie, qui est pour partie à relier à la montée du taux d'activité des femmes. À titre d'illustration, le temps familial partagé qu'était le repas tend à disparaître au profit de repas pris seul ou à deux ou trois selon les opportunités, souvent hors de la maison et à des heures très variables.

Ces évolutions spatiales et temporelles de la ville interpellent l'offre de services publics et privés. Des problèmes d'inadéquation des localisations des lieux de services peuvent notamment se poser lorsque leur distribution n'a pas suivi celle de la population. Tel est le cas de certains services publics dont les localisations historiques, le plus souvent situées dans les zones centrales des villes, n'ont pas évolué bien qu'elles ne correspondent plus à la distribution réelle et à la fréquentation de la population, qui pratique aujourd'hui davantage les centres commerciaux périphériques que les centres historiques. Se posent également des questions d'accès temporel lorsque les horaires d'ouverture n'ont pas accompagné l'évolution des besoins de la population. Fermés entre 12 et 14 h et à partir de 18 h, de nombreux commerces ou services, comme les crèches et garderies, posent par exemple de redoutables problèmes d'organisation aux couples biactifs. Enfin, se posent aussi des problèmes d'inadéquation dans la définition même des services proposés face à une demande renouvelée. Par exemple, les transports en commun classiques paraissent de plus en plus inadaptés à la demande. La structure des réseaux reste très largement basée sur des flux centre-périphérie alors que leur part ne cesse de décroître dans le total des déplacements. Le service cesse souvent dès 20 h alors que les déplacements de nuit, notamment d'actifs, progressent. Les fréquences trop faibles ne correspondent plus à la valeur élevée que les individus accordent à leur temps.

Face à ces évolutions des rythmes quotidiens, qu'ils soient subis ou choisis, ceux qui s'en sortent le mieux sont les plus mobiles (i.e. les motorisés), ceux qui jouent le mieux des technologies de l'information et

de la communication et ceux qui sont en mesure « d'acheter du temps » en externalisant certaines tâches (ménage, courses, gardes d'enfants, etc.). On rejoint ici le constat de Kaufman (2004) pour qui « de l'ingéniosité des solutions trouvées et appliquées pour se jouer des contraintes spatiales et temporelles multiples dans lesquelles chacun d'entre nous est pris va souvent dépendre la qualité de vie ». Ainsi, en fonction de leur localisation résidentielle, de leur degré de motorisation, de leur capacité à jongler avec les nouvelles technologies, de leur niveau de revenus, les individus d'un même lieu ne sont pas toujours en mesure de vivre le même territoire urbain, d'avoir accès aux mêmes aménités.

Dans cet article, nous chercherons tout d'abord à illustrer concrètement quelques-unes de ces inégalités socio-spatiales en termes d'accès aux aménités urbaines, à travers l'exemple de l'accessibilité aux commerces dans l'aire de vie avignonnaise. Une fois le constat effectué des dysfonctionnements et disparités dans l'accessibilité spatio-temporelle aux commerces, nous aborderons la question des leviers qu'il est possible d'actionner afin de réduire ces inégalités. S'il paraît difficile de régenter les nouvelles temporalités, notamment celles liées à l'économie mondialisée, l'aménagement urbain peut en revanche essayer de donner plus d'autonomie, de liberté aux individus dans leurs usages du temps : les rendre maîtres de leur temps pour limiter les inégalités. Cet enjeu de la maîtrise du temps passe avant tout par la question de l'accessibilité aux aménités. Il s'agit d'être en mesure de faire ce qu'on a à faire quand on a à le faire.

Cette question de l'accessibilité se décline en trois composantes :

- l'accessibilité spatiale, qui touche à la question de la localisation des aménités et aux moyens de transport disponibles pour les atteindre ;
- l'accessibilité temporelle qui renvoie à la question des horaires auxquels les services sont accessibles ;
- l'accessibilité économique qui concerne la question du coût des services.

Cette dernière n'entrant pas dans le cadre de la problématique de cet article, seuls les moyens d'amélioration de l'accessibilité spatiale et temporelle aux commerces seront abordés. Il s'agira en particulier d'identifier,

à partir des résultats d'une enquête menée en face-à-face auprès de 600 individus du bassin de chalandise d'Avignon, quelles sont les attentes des consommateurs par rapport à la question des horaires d'ouverture des magasins et des autres moyens de rendre les commerces plus accessibles (courses en lignes, création de magasins multiservices, etc.). L'échantillon de l'enquête a été constitué de façon proportionnelle au nombre de ménages et stratifié en fonction de la distance aux pôles commerciaux avignonnais¹. Pour traiter la question de l'accessibilité spatiale aux commerces nous discuterons

dans quelle mesure une offre de transport public renouvelée (type transport à la demande) peut constituer un moyen efficace et adapté aux attentes de mobilité des individus pour améliorer, à court terme, l'accessibilité spatiale aux commerces. À plus long terme, nous montrerons en quoi le ralentissement des vitesses de circulation automobile est un moyen majeur pour modifier en profondeur la structure commerciale afin de tendre vers la « ville à portée de main », plus égalitaire et équitable, que les tenants d'une mobilité durable appellent de leurs vœux [Wiel, 2002].

1. LES INÉGALITÉS SPATIO-TEMPORELLES DANS L'ACCESSIBILITÉ AUX COMMERCES

1.1. Une accessibilité aux commerces essentiellement fonction des capacités de mobilité individuelles

Afin d'analyser avec précision les disparités dans l'accessibilité spatio-temporelle aux commerces dans l'aire de vie avignonnaise, une base de données géoréférencées à l'adresse postale de tous les commerces a été élaborée. Intégrées dans un système d'information géographique et couplées avec la base Géoroute, qui décrit la morphologie et les attributs de l'ensemble des routes, ces données rendent possible une description très fine de l'accessibilité. On est ainsi en mesure de calculer des distances kilométriques ou des distances temps (variables selon le mode de transport utilisé) qui séparent un lieu de un ou plusieurs commerces. Pour illustrer les inégalités spatiales d'accès au commerce nous prendrons l'exemple du commerce alimentaire dont la fréquentation est la plus forte.

À l'échelle du Schéma de cohérence territoriale d'Avignon (partie vaclusienne), 90% de la surface bâtie cadastrale se situent à moins de 5 minutes en voiture d'un commerce alimentaire de plus de 300 m², le reste l'étant à moins de 10 minutes. À l'échelle de

la commune d'Avignon, tous les habitants sont à moins de 5 minutes en voiture d'une épicerie d'alimentation générale, une supérette, un supermarché ou un hypermarché. On voit ici que l'usage de la voiture assure une excellente accessibilité aux commerces, quel que soit le lieu de résidence.

Toutefois, tous les ménages n'étant pas motorisés, surtout les plus pauvres et les plus âgés, et le membre du ménage chargé des courses alimentaires n'ayant pas nécessairement une voiture à disposition, le plus souvent utilisée par le membre actif du ménage, nous avons mesuré dans un deuxième temps l'accessibilité aux commerces alimentaires à pied. Le transport en commun, très peu présent à l'échelle de l'agglomération à l'exception de la commune d'Avignon, n'a pas été pris en compte. À l'échelle du Schéma de cohérence territoriale d'Avignon (SCOT) en marchant à 4,5 km/h, ce ne sont plus que 12% de la surface bâtie qui sont à moins de 5 minutes à pied d'un commerce alimentaire de plus de 300m², 26% l'étant à moins de 10 minutes. Si ce relatif déficit d'accessibilité piétonne aux grands magasins n'a rien de surprenant quand on sait que la dispersion de l'habitat s'est accompagnée d'une

¹ Cette enquête a été réalisée dans le cadre de l'atelier professionnel 2007 du Master « Géomatique et conduite de projets de développement territoriaux » de l'Université d'Avignon intitulé « Le service com-

mercial à la population dans l'aire de vie avignonnaise : état des lieux et prospective », pour le compte de la Chambre de commerce et d'industrie du Vaucluse.

concentration de l'offre alimentaire dans la grande distribution, la même analyse effectuée à la commune montre en revanche des résultats moins triviaux. Ainsi, pour la commune d'Avignon, 13% seulement du bâti sont à moins de 5 minutes à pied d'un commerce alimentaire de plus de 300 m², soit seulement 1% de plus que les communes périphériques. Cette situation s'explique par le fait que le mouvement de population vers la périphérie a été suivi de près par celui des commerces et des autres activités. Bien que la part du bâti proche des commerces alimentaires passe à 29% quand on prend en compte tous les types de magasins alimentaires (supérette, épicerie, etc.), elle reste toutefois relativement modeste. Ces valeurs moyennes cachent de plus des situations surprenantes. Ainsi, il est possible d'habiter au cœur de la ville dense (*i.e.* à 2 km des remparts d'Avignon et de n'avoir accès à aucun commerce alimentaire à moins de 27 minutes à pied ! Cette situation caractérise particulièrement les lotissements, avec des réseaux viaires conçus pour l'automobile, organisés autour d'un système d'impasses qui obligent à de longs détours. Comme le rappelle Gourdon (1997) : « si l'on parcourt ces espaces en suivant le linéaire des voies, comme la sève dans l'arbre, on circule très lentement... les itinéraires que les aménageurs nomment sauvages (plus directs), ne sont pas toujours possibles à qui pousse un landau ou circule à vélo ». De plus les lotissements subissent souvent les effets de coupure dus aux grandes infrastructures urbaines de transport du type rocades et boulevards qui les enserrent.

Ces premiers résultats montrent, s'il en était besoin, que la ville s'est construite depuis plus de 30 ans par et pour l'automobile. Pour les exclus du système automobile, il est possible d'habiter la ville dense, sans pour autant bénéficier des avantages qu'elle est censée procurer. Le recours à l'automobile revenant à niveler les niveaux d'accessibilité aux commerces et aux autres aménités entre ville-centre et périphérie, les désagréments liés à la ville dense (coût foncier et immobilier, bruit, problème de stationnement, etc.) tendent à prendre le pas sur ses avantages qui sont de plus en plus partagés spatialement et au premier rang desquels figurait l'accessibilité.

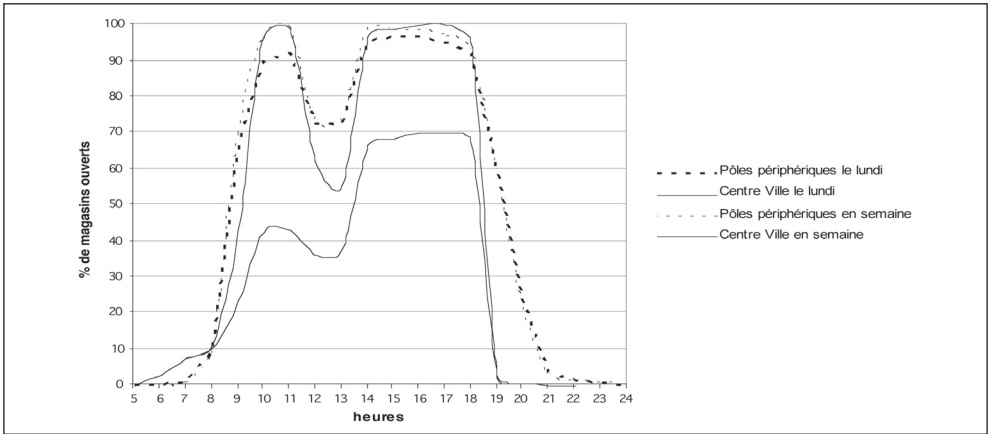
1.2. Des horaires d'ouverture qui engendrent des inégalités dans l'accessibilité temporelle aux commerces

À la dimension spatiale de l'accessibilité aux commerces, s'ajoute la dimension temporelle qui contribue souvent à renforcer les inégalités. L'accessibilité commerciale c'est en effet pouvoir rejoindre aisément un commerce, mais c'est aussi pouvoir le faire quand on le veut, ce qui présuppose que le commerce soit ouvert. Or si les rythmes de vie ont beaucoup évolué ces vingt dernières années, les horaires d'ouverture n'ont quant à eux que peu changé. Les disparités s'accroissent ainsi entre ceux dont le rythme de vie reste « traditionnel » (femmes au foyer, retraités, une certaine part des actifs) et ceux qui subissent ou choisissent des rythmes plus décalés : travail de nuit, fin tardive du travail le soir, travail le week-end, etc. Pour ceux-ci, acheter une baguette de pain peut parfois relever de la véritable gageure.

Pour analyser cette dimension temporelle de l'accessibilité aux commerces, nous avons relevé les horaires d'ouverture des commerces de l'aire de vie d'Avignon, à la fois en centre-ville et dans les 5 principales zones commerciales périphériques, ce qui permet d'analyser la variation de l'offre commerciale au cours de la journée ou de la semaine. Sur la figure 1, on voit par exemple qu'à partir de 18h30 moins de 20% des commerces de l'intra-muros restent ouverts (ont été exclus de l'analyse les bars et restaurants), alors que cette part est de 60% en moyenne dans les grands pôles commerciaux périphériques. Cette offre très réduite en centre-ville correspond à celle qui s'offre réellement à un couple de biactifs qui terminent le travail relativement tard, mais aussi à une femme au foyer contrainte d'attendre le retour de la voiture du ménage après la journée de travail du mari pour pouvoir sortir de son lotissement pour se distraire ou consommer. Ainsi, ce graphique suffit presque à expliquer d'une part les difficultés du commerce de centre-ville et d'autre part la généralisation de la bimotorisation au sein de foyers.

On observe par ailleurs que 50% seulement de l'offre commerciale est accessible entre 12h30 et 14 h en centre-ville. Cette situation peut paraître paradoxale quand on sait que c'est en journée que la population de l'intra-muros est la plus importante

Figure 1 : Les horaires d'ouverture des magasins en centre-ville et en zones commerciales à Avignon

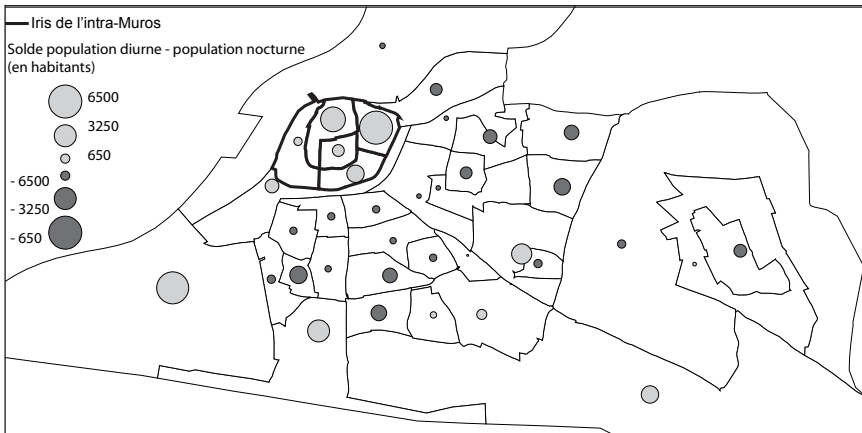


(14 000 individus supplémentaires par rapport à une population nocturne de 11 000 habitants), en raison de la présence d'emplois (administratifs surtout), de services, collèges et d'une partie de l'Université.

Sur la figure 2 on peut voir la différence à l'Iris (îlots regroupés pour l'information statistique, qui sont les briques de base en matière de diffusion des données locales)

entre la population nocturne (population résidente donnée par l'Insee) et la population diurne, que nous avons estimée en soustrayant à la population résidente les navetteurs sortant du secteur et en y ajoutant le nombre d'emplois, le nombre de collégiens, de lycéens et la moitié des universitaires (car plus rarement présents simultanément sur le site).

Figure 2 : Des concentrations spatio-temporelles de population changeantes au cours de la journée



Même s'il est évident que la totalité de ces populations n'est pas strictement présente au même moment dans l'intra-muros, cette carte illustre toutefois l'extrême variation entre populations nocturne et diurne à qui il conviendrait de plus d'ajouter le flux touristique très présent à Avignon. C'est donc au moment où la population est la plus importante

et où elle a le temps de consommer pendant la pause déjeuner, que l'offre commerciale est la plus réduite. Ce constat, illustre bien la nécessité de se pencher sur la question des horaires d'ouverture du commerce pour le rendre réellement accessible à toute la population au moment où elle le désire. Ceci est d'autant plus vrai que les achats constituent

de moins en moins une activité individualisée et le magasin un lieu de destination en soi. Ainsi, 70% des enquêtés affirment ne pas planifier le jour et l'heure auxquels se feront les courses alimentaires, ce chiffre pouvant atteindre selon les types d'individus plus de 95% pour les achats non alimentaires (en particulier en centre-ville). Dans la même logique, un tiers des enquêtés travaillant effectuent leurs achats sur leur trajet domicile-travail (particulièrement les professions et catégories socioprofessionnelles les plus qualifiées). Ainsi, l'achat paraît de plus en plus spontané, il s'effectue dans des fenêtres de temps non régulières laissées libres par les autres activités (ce qui se traduit

par exemple en France par la diminution du temps passé en grandes surfaces pour faire les courses alimentaires de 90 minutes en moyenne en 1980 à moins de 50 minutes aujourd'hui, [Bellanger, 2005], ce qui nécessite une accessibilité temporelle plus large des commerces.

Après avoir donné quelques exemples d'inégalités et de dysfonctionnements dans l'accessibilité spatio-temporelle aux commerces, la seconde partie de cet article cherchera à montrer quelles peuvent être les voies à explorer, dans le court et le long terme, pour limiter ces inégalités d'accessibilité d'un point de vue temporel et d'un point de vue spatial.

2. REPENSER L'ACCESSIBILITÉ SPATIO-TEMPORELLE AUX COMMERCES POUR S'ADAPTER AUX TEMPORALITÉS URBAINES CONTEMPORAINES

2.1. Modifier les heures d'ouverture des commerces pour rendre les individus maîtres de leur temps

Comme nous l'avons vu précédemment, revisiter les heures et jours d'ouverture des commerces qui correspondent à des temporalités urbaines en décalage avec la réalité vécue des individus paraît de première importance pour limiter les inégalités dans le service commercial rendu aux différentes catégories de population. Les résultats de notre enquête traduisent bien l'acuité de cette question. À la question « sur une échelle de satisfaction croissante allant de 1 à 10, quel est votre degré de satisfaction concernant les créneaux et jours d'ouverture des magasins ? », 50% des enquêtés donnent une note inférieure ou égale à 5. Si cette proportion évolue peu en fonction du statut de l'enquêté (en couple, avec ou sans enfant), elle évolue en revanche fortement si l'on ne retient que les actifs. Ainsi, 91% d'entre eux donnent une note de satisfaction inférieure ou égale à 5. La note tombe même en dessous de 3 pour les catégories sociales supérieures et les commerçants qui figurent parmi les plus insatisfaits !

Concernant les changements à apporter quant à l'ouverture des commerces, l'ouverture en soirée constitue la modalité la plus citée spontanément (par 43 % des enquêtés), devant l'ouverture entre 12h et 14 h (30%) et

enfin l'ouverture le dimanche (23%). La faiblesse de cette dernière modalité relativise l'importance du débat actuel sur l'ouverture dominicale et montre que d'autres modifications sont à envisager préalablement. Plus qu'une ouverture de la ville 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 [Gwiazdzinski, 2002] qui place le citoyen dans une situation de schizophrénie puisqu'il peut être tour à tour en situation de profiter d'un service 24h/24 h mais aussi de le rendre (ce que rappelle Edmond Hervé pour qui « quand on pose la question de savoir qui est favorable à ce que les magasins soient ouverts le dimanche, il faut poser en même temps la question de savoir qui souhaite travailler le dimanche », CDC, 2001), il semble que la population soit surtout dans l'attente d'horaires d'ouverture plus variés, pas nécessairement fixes (cf. mise en place de nocturnes une ou deux soirées par semaine) lui permettant, quelles que soient les situations individuelles, de pouvoir effectivement accéder à l'offre commerciale.

Plus encore, élargir les horaires d'ouverture n'apparaît pas comme la seule modalité pour rendre les individus davantage maîtres de leur temps. Ainsi, à la question « pour faire évoluer la qualité de l'offre commerciale, quelles innovations souhaiteriez vous ? », parmi les deux tiers des enquêtés attendant effectivement des évolutions :

- 36% souhaitent voir se mettre en place de nouveaux modes de livraison (par exemple la livraison à domicile ou dans des lieux prédéfinis pour le ramassage des courses) ;
- 35% voudraient pouvoir accéder à différents types de services sur les lieux d'achat (poste, sécurité sociale, etc.) dans la logique du concept « ville facile » de l'enseigne Monoprix qui propose un bouquet de services de proximité (France Télécom, Poste, service municipaux, ANPE) au sein de certains de ses magasins ;
- 30% sont dans l'attente de système de garderie leur permettant de faire leurs achats plus librement ;
- 20% désireraient pouvoir davantage faire leurs courses en ligne.

Toutes ces modifications relèvent en réalité d'une même logique. Tout comme pour les plages d'ouverture plus larges des magasins, ces changements visent tous à rendre l'achat le moins contraignant possible, en particulier en termes de temps consommé, pour en faire une activité moins individualisée, qui s'insère au mieux dans un ensemble de tâches à accomplir. On est donc ici dans la logique de « l'achat gain de temps » qui, avec l'achat loisir-plaisir (*fun shopping*) constituent les deux tendances à venir auxquelles devront s'adapter les commerces [Bondué, 2004 ; Bellanger, 2005].

Si la modification des créneaux d'ouverture des magasins et plus généralement une certaine redéfinition de la qualité de service liée à l'offre commerciale est en mesure de réduire les inégalités en termes d'accessibilité temporelle aux commerces et de faciliter le quotidien de nombre d'individus, la question des inégalités dans l'accès physique aux magasins reste posée, même si le recours de plus en plus important au e-commerce en réduit la prégnance.

2.2. Renforcer pour tous la dimension spatiale de l'accessibilité aux commerces

Afin d'améliorer l'accessibilité physique aux commerces deux options sont possibles : d'une part, permettre aux clients de se rendre plus facilement sur les lieux de commerce et, d'autre part rapprocher les commerces des clients, ce qui revient à modifier la structure commerciale.

2.2.1. Trouver des alternatives à l'accessibilité automobile

Avec 90% de la surface bâtie du Scot d'Avignon à moins de 5 minutes en voiture d'un commerce alimentaire de plus de 300 m², l'accessibilité aux commerces peut de prime abord être considérée comme excellente. C'est toutefois oublier un peu vite que tous les membres d'un ménage n'ont pas en continu accès à la mobilité automobile. Accéder aux commerces pour les non motorisés, jeunes, personnes âgées, femmes au foyer peut ainsi être très difficile et ce d'autant plus que l'on habite la lointaine périphérie. Pour ces « astreints » à résidence, l'offre commerciale est souvent réduite à une peau de chagrin (ce qui vaut également pour le reste des aménités urbaines). Une solution simple consiste à mettre une voiture à disposition de chacun pour lui rendre la ville accessible. Cette solution se pratique notamment aux États-Unis où existent des aides publiques pour l'achat de véhicule afin de favoriser l'accès au marché de l'emploi pour les non motorisés. En France, la mise en place du permis de conduire à 1 euro relève de la même logique : pour diminuer les inégalités, plutôt que de jouer sur la localisation des aménités on les rend accessibles en renforçant les capacités de mobilité des individus.

Comme il paraît difficile, coûteux et peu souhaitable dans une logique environnementale, de tabler sur la seule hausse de la motorisation pour limiter les inégalités d'accès aux aménités urbaines, d'autres solutions permettant d'augmenter l'accessibilité doivent être envisagées au premier rang desquelles figure le développement du transport en commun. Il s'agit ici tout à la fois de développer l'offre de transport public pour limiter la dépendance automobile et de faire en sorte que les localisations d'aménités urbaines, commerciales notamment, soient pensées en fonction du transport public, c'est-à-dire qu'elles soient placées là où l'accessibilité en transport public est de qualité. Ainsi, le transport public n'aura plus à "courir après la ville" comme c'est le cas depuis 30 ans, où les localisations se font en fonction de l'accessibilité automobile, mais la ville s'organisera, à l'image de ce qui se fait en Suisse ou en Allemagne, autour des réseaux de transport en commun.

L'importance du transport public pour le fonctionnement de la ville dans une logique d'équité et les moyens pour favoriser son usage ayant fait l'objet de nombreux travaux, nous nous contenterons ici de mentionner un segment de l'offre de transport public qui reste encore insuffisamment exploité, bien que correspondant totalement aux nouveaux rythmes urbains : les transports à la demande.

Système de transport à mi-chemin entre le transport public et le transport individuel, l'offre consiste en une sorte de taxi collectif optimisé (type minibus). Il s'agit pour l'opérateur du transport de regrouper les individus se rendant en un même lieu dans un même véhicule afin de limiter les coûts, tout en s'assurant que la durée du trajet, pour chaque individu, n'excédera pas une durée maximale fixée dans le contrat client. Le principe du regroupement dans de petits véhicules permet notamment la desserte de lieux ne générant pas de flux suffisants pour faire l'objet d'une desserte par le transport public classique. En effet, comme le service n'est activé qu'à la demande, il peut se contenter de petits flux sans pour autant être trop coûteux pour la collectivité. Permettant des trajets plus rapides que le transport public classique, grâce à des véhicules de petite taille n'ayant pas l'obligation de faire des pauses à tous les arrêts, favorisant des trajets se rapprochant plus du porte-à-porte (caractéristique importante quand on a à transporter des achats), pouvant être disponible sur des plages de temps larges, y compris de nuit, le transport à la demande semble bien pouvoir répondre aux besoins de mobilité contemporains et ainsi être une solution alternative pour les exclus du système automobile [Josselin, Genre-Grandpierre, 2004].

Transports publics, transport à la demande, développement des modes doux, toutes ces options paraissent nécessaires à explorer pour proposer des alternatives à l'accessibilité automobile et limiter ainsi les inégalités dans l'accessibilité aux commerces. Il s'agit dans une logique de solidarité et d'équité, propre notamment à la loi SRU (Solidarité et Renouvellement Urbains de décembre 2000), de faire en sorte que les individus qui vivent en un même lieu soient en mesure de vivre le même territoire, c'est-à-dire

avoir accès aux mêmes aménités quelle que soit leur situation, notamment en termes de capacités de mobilité.

2.2.2. (Re)mettre le commerce à portée de main

Avec l'augmentation des vitesses de circulation due à la généralisation de l'automobile et aux très forts investissements publics sur le réseau routier (rochades, boulevards, 2x2 voies etc.), la mise en concurrence des magasins s'effectue à des échelles toujours plus larges. Plus aucun magasin n'a de clientèle « réservée » du seul fait de sa proximité physique. Comme le notent Fellman et Morel (1998) pour le cas de grandes surfaces « la demande est pour l'essentiel abordée de manière a-territoriale. L'offre précède la demande. La métropole est le champ de bataille des distributeurs ». Cette mise en concurrence élargie conduit à l'élimination progressive des commerces les plus petits et les moins bien placés, qui ne bénéficient pas du principe des rendements croissants. Par voie de conséquence la taille moyenne des magasins augmente, ainsi que leur concentration dans les lieux les plus accessibles en automobile. Phénomène que la généralisation des zones d'aménagement concertées (ZAC) accentue encore. Ces concentrations commerciales périphériques générant un fort trafic et restant partiellement inaccessibles aux non motorisés, la question qui se pose ici dans une logique d'équité spatiale et de solidarité est de savoir s'il est possible de limiter ces concentrations pour mieux répartir les lieux de commerces.

Même si la toute puissance des grands magasins, en particulier de la grande distribution pour l'alimentaire est aujourd'hui incontestable, les évolutions récentes du fonctionnement urbain et des temporalités de la ville tendent à montrer que des reconfigurations de l'offre commerciale sont possibles. Tout d'abord avec le vieillissement de la population ces localisations périphériques répondent mal à une part croissante de la population, à fort pouvoir d'achat de surcroît, qui même si elle reste souvent motorisée, n'est plus nécessairement prête à se déplacer en voiture avec la pénibilité que cela engendre, surtout pour des achats qui relèvent le plus souvent du loisir. Par ailleurs, la diminution de la taille des ménages fait que les achats,

surtout alimentaires, se font en moins grande quantité, ce qui relativise l'intérêt économique de l'achat en grande surface, surtout quand on intègre dans le calcul coût-bénéfice de l'achat en périphérie le coût du déplacement, notamment en temps. Cette donnée est d'autant plus importante que les populations sont aisées, en raison de la valeur élevée qu'elles accordent au temps. Ainsi, un jeune couple biactif est moins prêt qu'auparavant, quand au début de la grande distribution la sortie en grande surface pouvait relever de la distraction, à passer une partie de son week-end à assurer les courses alimentaires en zones commerciales. Ces zones tendent enfin à être les victimes de leur succès. Parkings surchargés, rocades d'accès saturées, magasins bondés, etc. font que l'accessibilité qui a été le pilier de leur succès est aujourd'hui remise en cause. L'augmentation actuelle du coût des carburants ne fait que renforcer ce phénomène. Ainsi, dans une période où une part croissante de la population est surtout à la recherche de « l'achat gain de temps », ce qui a fait la force de la grande distribution semble partiellement remis en cause. Les évolutions des performances économiques récentes des différents segments de la distribution confirment d'ailleurs ces tendances puisque, en France par exemple, les ventes en hypermarchés n'ont progressé que de 0,4% entre 1999 et 2000, quand dans le même temps les magasins de proximité (moins de 400 m² selon la définition de l'Insee) progressaient de 3,8% et surtout renvoyaient une tendance décennale au déclin [Bellanger, 2005]. Si la fin des hypermarchés n'est pas encore annoncée (ils assurent toujours plus des deux tiers des achats alimentaires), le contexte paraît en revanche propice pour encourager, par des politiques volontaristes, une redistribution commerciale à même de limiter les inégalités d'accessibilité.

D'un point de vue de l'urbanisme réglementaire, l'élaboration des SDEC (Schéma de Développement commercial) et des SDUC (schéma directeur d'urbanisme commercial) peut servir de cadre pour mettre en place des projets de développement équilibré du commerce. Ils sont un moyen pour limiter les ouvertures commerciales de grande taille en périphérie au nom d'un projet de service commercial à la population plus équitable et solidaire nécessitant une distribution spa-

tiale équilibrée du commerce, mais aussi en développant un argumentaire lié au développement durable, que les concentrations commerciales périphériques dépendantes de la voiture et génératrices de déplacements de longue portée, mettent à mal.

Toutefois plus que par l'urbanisme réglementaire, pour rapprocher les commerces des populations il paraît nécessaire d'agir au cœur du fonctionnement urbain ayant engendré les concentrations commerciales et plus particulièrement sur la variable clé qu'est la vitesse de circulation. Puisque c'est l'augmentation des vitesses qui a permis la concentration commerciale périphérique, et plus largement l'étalement urbain en autorisant l'espacement des lieux de vie tout en maintenant un budget temps de déplacement constant, c'est sans doute par sa régulation dans le cadre d'un chrono-aménagement des territoires urbains que l'on peut espérer modifier la structure commerciale [Genre-Grandpierre, 2007]. Diminuer les vitesses de circulation revient en effet à réduire l'échelle à laquelle s'organise la compétition entre les commerces, à diminuer leurs aires de chalandise potentielles et par conséquent, à terme, leur taille. La baisse de vitesse redonne les moyens d'exister à de plus petits commerces, mieux répartis géographiquement, en leur assurant une clientèle de proximité grâce à la pénibilité en temps que représentent les déplacements vers les grands pôles plus lointains. L'accessibilité aux commerces ne diminue pas avec la diminution des vitesses, car elle engendre simultanément un reformatage de l'appareil commercial, les grosses concentrations laissant place à des commerces de plus petite taille, plus nombreux et mieux distribués.

Pour illustrer ce mécanisme, nous utiliserons le modèle de Huff (1964) dans le cas du commerce alimentaire de l'aire de vie avignonnaise. Rappelons que ce modèle est une formulation probabiliste de la loi de Reilly (modèle gravitaire) qui permet de modéliser la part de marché que détiennent théoriquement différents centres concurrents en chaque point d'un territoire donné. Le problème de Huff peut se formuler comme suit. Soit 1..j..k commerces concurrents de masses respectives $M_1..M_j..M_k$ (la taille est ici fonction de la superficie commerciale) situés à des distances $D_{i1} ..D_{ij} ...D_{ik}$ des lieux i . Le problème

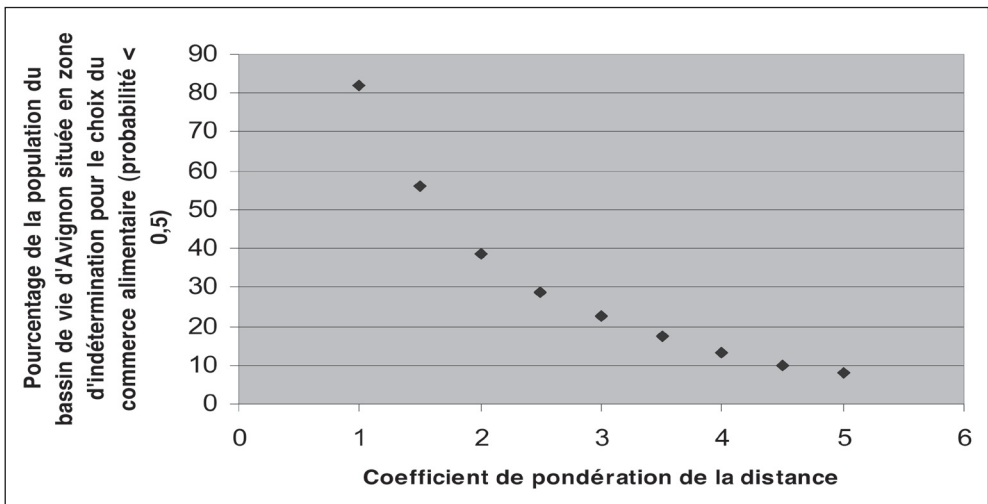
consiste à calculer la probabilité p_{ij} pour le consommateur localisé en i de fréquenter le commerce j . Chaque commerce j représente pour le consommateur situé en i une opportunité que l'on peut évaluer par la formule de Reilly : $O_{ij} = M_j / (D_{ij})^\alpha$. Cette formule exprime le fait que pour un lieu i le commerce j constitue une opportunité d'autant plus intéressante qu'il est de grande taille et qu'il est proche de i . Chaque commerce représentant une opportunité potentielle, la probabilité p_{ij} pour le consommateur situé en i de choisir le commerce j sera égale à l'opportunité que représente le commerce j divisée par le total des opportunités possibles : $p_{ij} = O_{ij} / \sum_k O_{ik}$. Reste à affecter chaque lieu au commerce qui représente la plus forte opportunité. Cette analyse permet ainsi de définir des aires de chalandise théorique probabiliste, c'est-à-dire que chaque lieu est affecté à un commerce avec un certain degré de probabilité. Plus celui-ci sera faible plus les clients du lieu sont indéterminés.

Le modèle de Huff permet de tester différents *scenarii* en faisant varier dans le calcul des opportunités soit l'attractivité des commerces (les M_j), qui peut être fonction d'autres paramètres que la seule surface commerciale (enseigne, qualité de l'offre etc.), soit le numérateur à savoir le poids de la distance. Plus l'exposant α est fort, plus la distance joue un rôle de friction important, c'est-à-dire que l'opportunité que représente

un commerce diminue très rapidement avec l'éloignement. Ce qui était le cas avant l'accès généralisé à l'automobile. Au contraire plus α est faible, moins l'éloignement au commerce pèse dans le calcul des opportunités, plus les commerces peuvent avoir potentiellement de vastes aires de chalandise. Cette configuration correspond bien à ce que l'on peut constater aujourd'hui à l'ère de la mobilité automobile.

Sur la figure 3 on peut voir le résultat du modèle de Huff pour les commerces alimentaires de plus de 300 m² dans l'aire de vie d'Avignon pour laquelle la population communale a été redistribuée dans la surface bâtie extraite à partir de *Corine Land Cover*. L'attractivité des commerces est maintenue constante pour les différentes simulations et est proportionnelle à la surface commerciale des magasins. On fait en revanche varier α c'est-à-dire le poids de la distance dans les calculs des opportunités. Ainsi, plus α augmente, scénario qui correspond à une diminution des vitesses de circulation, car dans ce cas se rendre au magasin prend du temps et donc l'opportunité qu'il représente diminue rapidement avec l'éloignement, plus les zones où les clients sont « indéterminés » diminuent. L'affectation des clients se fait de plus en plus sur la seule base de la proximité physique au magasin lorsque α augmente, c'est-à-dire lorsque les déplacements sont contraints dans l'espace.

Figure 3 : Simulations des aires de chalandise du commerce alimentaire par le modèle de Huff



On voit ici qu'augmenter la pénibilité des déplacements en diminuant les vitesses de circulation, constitue bien un puissant levier pour « protéger » les commerces de taille modeste (les supermarchés par exemple dans le cas de l'alimentaire) et assurer leur développement dans les zones où ils sont absents aujourd'hui et où existe un potentiel de clients qui est aujourd'hui polarisé et capté par les grands commerces, fussent-ils lointains, en raison de la concurrence élargie que permet la vitesse automobile.

Si cette analyse reste théorique, notamment du fait que les consommateurs ne choisissent pas leur magasin alimentaire qu'en fonction de sa proximité (même si cela reste le critère principal du choix pour les des ménages enquêtés de l'aire de vie avignonnaise), sa logique sous-jacente est bien pratique et constitue sans aucun doute, au-delà du cas du commerce, une des voies principales de reconfiguration de la ville pour un fonctionnement qui ne serait pas moins dépendant d'une mobilité automobile exacerbée, mais davantage basée sur la proximité physique. Pour Marc Wiel, la diminution des vitesses de circulation automobile constitue le catalyseur qui doit permettre des reconfigurations spatiales favorisant l'émergence d'une mobilité durable. C'est le moyen de modifier les arbitrages individuels en obligeant notamment à un rapprochement entre les lieux de vie, afin de limiter la longueur des déplacements à la source des augmentations de trafic [Wiel, 2002]. Agir sur les vitesses pour conduire à une redistribution spatiale des aménités dans une logique de chrono-aménagement est un principe qui est même d'ores et déjà en voie d'application. L'opération « autoroutes-apaisées » de l'aire urbaine de Grenoble relève par exemple de cette logique [SMESDRG, 2005]. La diminution envisagée des vitesses de circulation

sur les autoroutes (de 130 km/h à 80 km/h environ) doit en effet permettre aux polarités périphériques de Grenoble (Voiron, Vizille, Crolles, etc. de (re)développer une certaine autonomie, notamment commerciale, que la très forte polarisation grenobloise, permise par des vitesses de circulation élevées, interdit aujourd'hui.

Par ailleurs, certaines grandes enseignes anticipent déjà ces évolutions liées aux changements des conditions de la mobilité, au vieillissement de la population, ainsi qu'aux changements de comportements des acheteurs moins prêts à dépenser du temps pour rejoindre les commerces périphériques. Ainsi, voit-on les supérettes qui jouent la carte de la proximité physique se multiplier en zones urbaines pour capter au plus près les clients les moins prêts à perdre du temps pour se rendre en périphérie. Ce développement de magasins « petits formats », à plage d'ouverture large, n'est pas sans rappeler le développement des *convenience store* japonais, de l'enseigne Seven Eleven notamment, qui quadrillent véritablement le territoire en tablant sur une clientèle de proximité pressée et aux rythmes variés. Dans la même logique certains grands supermarchés, voire hypermarchés, réinvestissent les centres denses des villes, en adaptant le style architectural des magasins par la construction en hauteur notamment, afin de se rapprocher en temps de déplacement d'une partie de leur clientèle (ex : Auchan à Marseille ou Martignes) et ainsi mieux répondre aux exigences des nouvelles temporalités urbaines. Comme le note Bondue (2004) « l'accent est mis sur l'adaptation la plus adéquate possible de l'offre des biens et des services en magasin, non seulement aux caractéristiques socio-démographiques et aux « sociostyles » de la clientèle, mais à ses rythmes de vie et à ses attentes ».

CONCLUSION

La réorganisation de la ville sur la base d'une proximité en temps entre les lieux, et non plus en distance kilométrique, a engendré de nombreuses inégalités dans la façon de pratiquer et vivre ces nouveaux territoires urbains. Les moins mobiles (*i.e.* les exclus

du système automobile) se voient peu à peu exclus d'une ville qui ne se construit pas pour eux en distribuant ses opportunités (commerces, emplois, loisirs, etc.) sur des surfaces toujours plus vastes praticables uniquement en voiture. Ces opportunités urbaines s'avèrent

également difficilement accessibles à une part croissante de la population dont les rythmes « décalés », de façon choisie ou subie, ne s'adaptent pas bien aux temporalités traditionnelles de la ville, en particulier à celles du commerce. On peut donc habiter en un même lieu sans pour autant être en mesure de bénéficier des mêmes opportunités, de vivre le même territoire urbain selon nos capacités de mobilité ou nos rythmes de vie. Pour réduire ces inégalités, et plus largement améliorer la qualité de vie des citoyens en les rendant maîtres de leur temps, c'est-à-dire leur permettre de faire ce qu'ils ont à faire au moment où ils le

veulent, il paraît nécessaire de renouveler le regard sur le fonctionnement de la ville, pour penser l'aménagement non seulement d'un point de vue spatial mais aussi temporel. Dépasser l'approche segmentée des temps (temps de travail, de déplacement, de la famille, du loisir, etc.) pour penser les articulations, les chevauchements, intégrer systématiquement dans l'aménagement des analyses spatio-temporelles de l'accessibilité, sont des priorités pour mettre en place un fonctionnement territorial plus adapté à la variété des modes de vie des individus et ainsi aller vers des territoires urbains plus solidaires et équitables.

BIBLIOGRAPHIE

ASCHER F. (1997) : Du vivre en juste à temps au chrono-urbanisme, *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n° 77, pp. 113-121.

BELLANGER F. (2005) : « Commerces et habitat », in *Villes en évolution*, Institut des villes, La documentation française, pp. 87-100.

BONDUE J.-P. (dir.) (2004) : *Temps des courses. Course des temps*, Lille, USTL, 340 p.

BOULIN J.-Y., MÜCKENBERGER U. (2002) : *La ville à mille temps*, Datar, Éditions de l'Aube, 222 p.

Caisse des Dépôts et Consignations (CDC) (2001) : *Le temps des villes*, Mercure, www.ville.gouv.fr/pdf/dossiers/temps/temps-mercure.pdf

DUPUY G. (1999) : *La dépendance automobile*, Paris, Economica, 161 p.

FELLMAN T., MOREL B. (1998) : Métropolisation et archipels commerciaux. Le grand Marseille et ses enseignements - Échanges/surfaces, *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n° 78, pp. 54-61.

GENRE-GRANDPIERRE C. (2007, à paraître) : Des réseaux lents contre la dépendance automobile ? Concepts et implications en milieu urbain », *L'Espace Géographique*.

GWIAZDZINSKI L. (2002) : *La ville 24 heures sur 24*, Datar, Éditions de l'Aube, 254 p.

GOURDON J.-L. (1997) : De la voirie à la rue : pour habiter le temps, *Urbanisme*, n° 292, pp. 20-24.

HUFF D. L. (1964) : Defining and Estimating a Trading Area, *Journal of Marketing*, vol 28, p. 38.

JOSSELIN D., GENRE-GRANDPIERRE C. (2004) : « Des transports à la demande pour répondre aux nouvelles formes de mobilité. Le concept de Modulobus », in B. Montulet et al., *Mobilités et temporalités*, Facultés Universitaires Saint-Louis, Bruxelles, pp. 151-164.

KAUFMAN V. (2004) : « La mobilité comme capital », in B. Montulet et al. (dir.), *Mobilités, fluidités ... libertés ?*, Bruxelles, Publications des Facultés Universitaires Saint-Louis, pp. 25-40.

SMESSDRG (Syndicat Mixte pour l'élaboration et le suivi du Schéma directeur de la région grenobloise) (2005) : *Pour un « chrono-aménagement » du territoire. Vers des autoroutes apaisées*. Les dossiers déplacement.

WIEL M. (2002) : *Ville et automobile*, Descartes et Cie, 140 p.
