



**HAL**  
open science

# Les nouvelles logiques de localisation des grandes surfaces et des petits commerces alimentaires : le cas du Comminges, des années 1970 à nos jours

Michaël Pouzenc

► **To cite this version:**

Michaël Pouzenc. Les nouvelles logiques de localisation des grandes surfaces et des petits commerces alimentaires : le cas du Comminges, des années 1970 à nos jours. *Belgeo : Revue Belge de Géographie*, 1997, 121, pp.47-55. hal-01567631

**HAL Id: hal-01567631**

**<https://hal.science/hal-01567631>**

Submitted on 24 Jul 2017

**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.

# Les nouvelles logiques de localisation des grandes surfaces et des petits commerces alimentaires : le cas de Comminges, des années 1970 à nos jours

---

Michaël Pouzenc  
Université de Toulouse-Le Mirail  
Manuscrit déposé en janvier 1997

---

## SUMMARY

*The case of Comminges, rural space of the south of France, allows to see that locations of food shops and supermarkets changed strongly during the twenty last years. This evolution seems to correspond to a modification of the compromises made between three location logics : a squaring space logic (shops have a tendency to spread regularly, in the aim to divide the territory), an accessibility logic (shops have a tendency to locate near major routes), and a synergy logic (shops have a tendency to locate in the aim to take advantage of the commercial attraction generated by other stores or services).*

*KEY WORDS : shops, supermarkets, location, rural space, France, Midi-Pyrénées, Comminges*

*MOTS-CLÉS : petits commerces, grandes surfaces, localisation, milieu rural, Midi-Pyrénées, Comminges*

---

## INTRODUCTION

---

Durant ces vingt dernières années, l'organisation commerciale des milieux ruraux a été profondément transformée. Nous présenterons ici le cas du Comminges et ses abords, zone rurale située à l'extrême sud de la France, dans la région Midi-Pyrénées. Dans cette zone, les petits commerces et les grandes surfaces alimentaires, vocable sous lequel nous en-

tendons ici tout magasin de plus de 400 m<sup>2</sup> de superficie, ne se localisent plus aujourd'hui de la même manière que durant les années 1970. Cette évolution semble correspondre à une transformation des compromis effectués entre trois logiques de localisation. La première est une logique de quadrillage du territoire, selon laquelle les commerces tendent à

se disperser de façon relativement homogène, afin de se partager le territoire. La deuxième est une logique d'accessibilité, selon laquelle les commerces tendent à se localiser à proximité d'axes de communication importants. La troisième, enfin, est une logique de synergie, selon laquelle les commerces tendent à se localiser de façon à bénéficier de l'attraction

commerciale engendrée par d'autres commerces ou services.

Après une présentation rapide de la zone étudiée, nous verrons que la combinaison de ces trois logiques de localisation a évolué différemment pour les petits commerces et pour les grandes surfaces à dominante alimentaire.

---

## PRESENTATION DE LA ZONE D'ETUDE

---

Le Comminges est un «pays» qui a pour capitale St-Gaudens, un chef-lieu d'arrondissement comprenant 11.000 habitants. La zone étudiée ici dépasse légèrement le territoire du Comminges et correspond à l'aire d'attraction commerciale de St-Gaudens. Cette aire recouvre 2.700 km<sup>2</sup> ; elle est constituée de 14 cantons, chevauche les départements de la Haute-Garonne et des Hautes-Pyrénées et se situe à la frontière avec l'Espagne. D'autre part, elle s'organise en trois espaces (fig. 1). La partie nord-est est une zone de coteaux ; la partie centrale, qui est la plus densément peuplée, correspond pour l'essentiel à la moyenne vallée de la Garonne ; la partie sud, enfin, est une zone de piémont et de montagne, où le relief cloisonne fortement l'espace et l'organise en vallées. La zone étudiée est également structurée par quatre principaux axes routiers. Le plus important est celui qui relie Toulouse à Pau et Bayonne, soit par l'A64, soit par la N117. Les axes majeurs du Comminges et ses abords connaissent une augmentation constante du trafic (+15 à +30% entre 1989 et 1994).

La zone d'étude est faiblement peuplée. Mis à part St-Gaudens, deux pôles seulement atteignent les 3.000 habitants. La densité de population varie entre 15 et 50 habitants au km<sup>2</sup> pour tous les cantons, hormis celui de St-Gaudens. L'évolution

démographique est légèrement défavorable sur l'ensemble de la zone. Le Comminges et ses abords a perdu 3,7% de sa population entre 1968 et 1975, 2,3% entre 1975 et 1982, et 1,4% entre 1982 et 1990. Le solde migratoire, positif pour tous les cantons, est généralement insuffisant pour compenser totalement un solde naturel partout négatif. Les pertes les plus fortes se situent au niveau des zones de coteaux et de montagne.

Le contexte économique est marqué par la crise de l'agriculture, qui touche particulièrement les trois cantons nord. Le secteur secondaire, quant à lui, est très peu développé dans le Comminges et ses abords. Ce secteur subit lui aussi une régression, mais de façon nettement plus modérée que pour l'agriculture. Le secteur tertiaire, par contre, est partout en expansion, avec notamment le développement du tourisme et des services aux personnes âgées. Toutefois, la croissance du secteur tertiaire ne suffit pas à compenser totalement la décroissance de l'agriculture et de l'industrie. Ainsi, la population active ayant un emploi, qui avait augmenté de 3,3% entre 1975 et 1982, a ensuite diminué de 5% sur la période 1982-1990.

Cette présentation rapide du Comminges et ses abords nous fournit un certain nombre d'éléments pour interpréter l'évolution des petits commerces alimentaires.

---

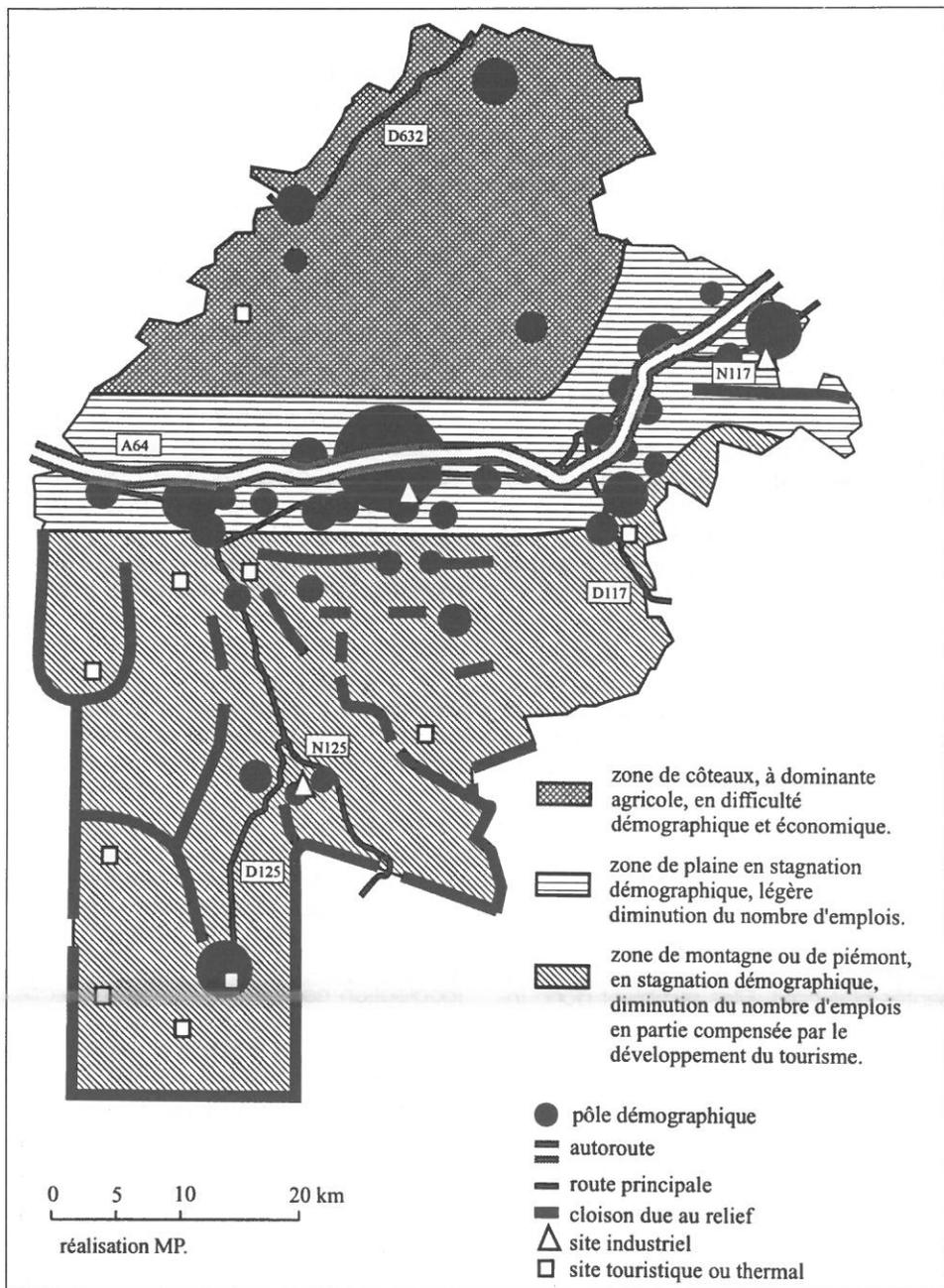


Figure 1 : Organisation spatiale du Comminges et de ses abords

# QUADRILLAGE, ACCESSIBILITE ET SYNERGIE POUR LES PETITS COMMERCES ALIMENTAIRES

La comparaison des situations de 1979, 1988 et 1995 montre les fortes évolutions qui ont affecté les logiques de localisation des petits commerces alimentaires (fig. 2).

## UN QUADRILLAGE PLUS LÂCHE DU TERRITOIRE

Le tissu des petits commerces alimentaires a tout d'abord nettement perdu de sa densité. Un grand nombre de ces magasins a été éliminé, notamment dans la catégorie des alimentations générales. Entre 1979 et 1995, le nombre de communes équipées d'au moins 1 alimentation générale a diminué de 52%. Entre 1988 et 1995, le nombre total d'alimentations générales a diminué de 48%. Par contre, les pertes sont relativement modestes pour les autres petits commerces alimentaires. Les boucheries, charcuteries, boulangeries et pâtisseries ont connu des évolutions voisines et ont ainsi pu être représentées sous une même catégorie. Entre 1988 et 1995, le nombre de ces divers petits commerces a diminué de 6%, soit une perte au total de 10 magasins.

Les évolutions démographique et économique ne sont que légèrement défavorables depuis 1968, au vu des chiffres présentés plus haut. Elles semblent donc insuffisantes pour expliquer la régression des petits commerces, même si l'on tient compte d'effets d'inertie, de seuil ou de levier. De façon schématique, il n'y a pas eu une diminution de moitié de la population qui aurait permis d'expliquer la diminution de moitié du nombre d'alimentations générales. L'élimination des petits commerces semble donc due pour une bonne part à l'essor des grandes surfaces et à l'évolution des pratiques d'achat, même s'il n'est pas évident d'établir un lien direct de cause à effet.

La baisse de densité des petits commerces induit un quadrillage plus lâche du territoire. Cette évolution a affecté l'ensemble du Comminges et ses abords, mais son ampleur n'a pas été partout la même, ce qui semble correspondre à une évolution dans les logiques de localisation des magasins.

## UNE NOUVELLE COMBINAISON DANS LES LOGIQUES DE LOCALISATION

Une large majorité des alimentations générales toujours présentes en 1995 se situe soit dans les chefs-lieux de canton, soit à proximité des axes routiers majeurs. Au niveau de l'axe Toulouse-Bayonne, cette situation s'explique par le maintien d'une population importante dans la partie centrale de la zone d'étude. Par contre, au niveau de la liaison avec l'Espagne et de la liaison avec l'Ariège, la population ne s'est pas bien maintenue alors que les fermetures de petits commerces ont été relativement peu nombreuses. Cette concentration des alimentations générales à proximité relative des axes routiers semble donc correspondre à une remise en cause de la logique de quadrillage du territoire, au profit d'une logique d'accessibilité. S'inscrire dans un lieu éloigné de toute concurrence, comme le faisaient en 1979 les épicerie du nord ou du sud-est du Comminges, semble moins important aujourd'hui que s'inscrire dans des lieux de passage, faciles d'accès, drainant des flux importants de clientèle. La logique de localisation ne se fait plus, dans ce cas, en fonction de la sédentarité des consommateurs, mais en fonction de leur mobilité. Ce phénomène est encore plus marqué dans les zones touristiques, où la clientèle de passage est souvent indispensable au maintien des petits commerces.

Ainsi, un nouvel arbitrage s'établit entre les différentes logiques de localisation des petits commerces. L'accessibilité prend davantage d'importance, les effets de synergie se réduisent pour l'essentiel aux pôles principaux, les autres pôles ayant

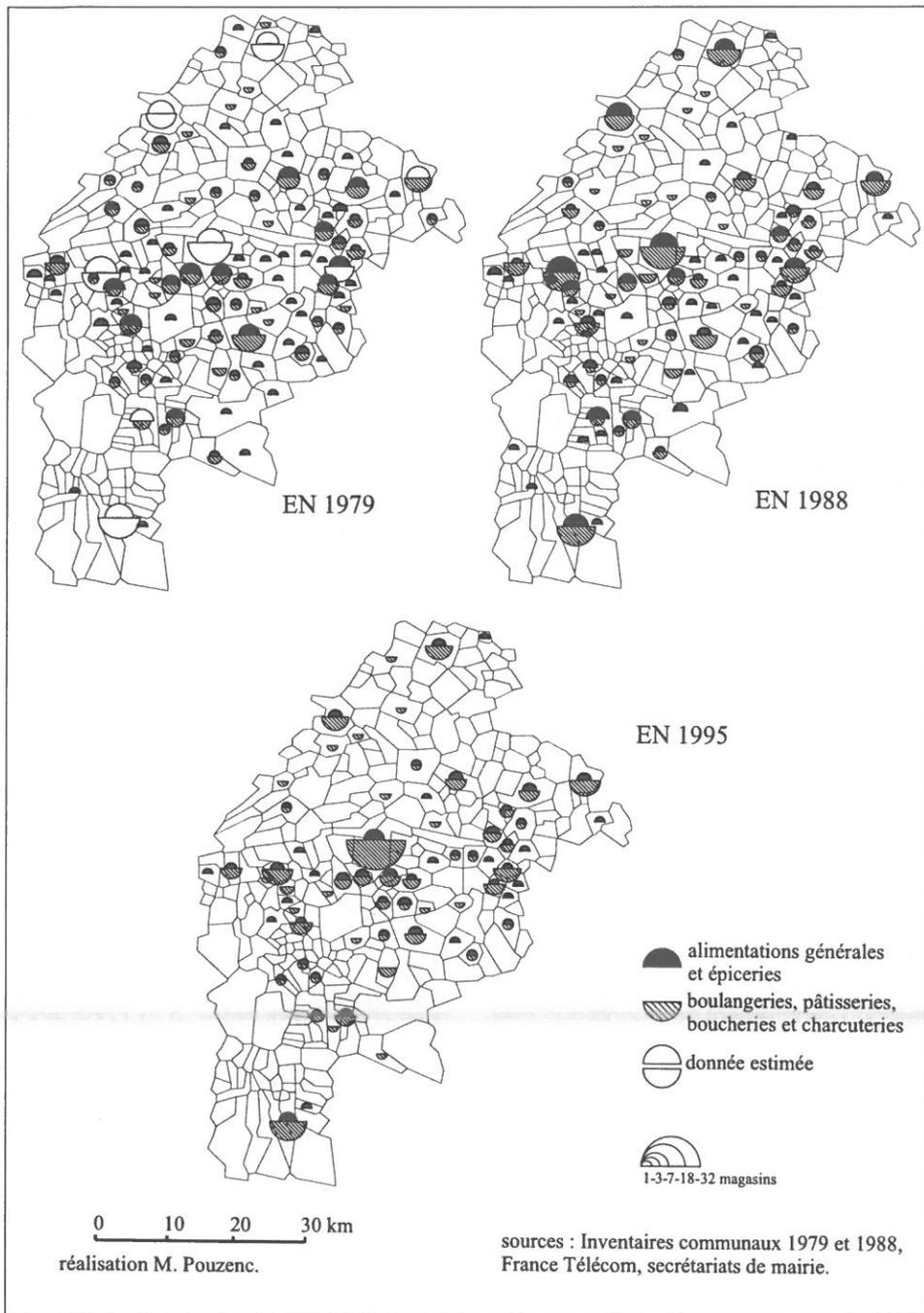


Figure 2 : Les petits commerces alimentaires dans le Comminges et ses abords

vu disparaître la plupart de leurs magasins, et le quadrillage du territoire s'opère selon un maillage nettement plus relâché, la densité des petits commerces ayant nettement diminué. Notons toutefois que cette évolution n'est que partielle. D'une part, certaines alimentations générales ont résisté, même en étant éloignées des pôles principaux et des axes majeurs. D'autre part, la logique de quadrillage du

territoire reste très prégnante pour les petits commerces qui vendent leurs produits au cours de tournées et qui possèdent chacun un territoire relativement bien délimité.

L'évolution de la nature et de l'importance relative des trois logiques de localisation peut se lire également au niveau des grandes surfaces.

---

## **QUADRILLAGE, ACCESSIBILITE ET SYNERGIE POUR LES GRANDES SURFACES À DOMINANTE ALIMENTAIRE**

---

Dans le Comminges et ses abords, leur développement s'est effectué en 4 étapes (fig. 3). Un premier tissu de magasins de ce type s'est instauré entre 1966 et 1976 ; toutes les communes de plus de 2000 habitants se sont alors trouvées équipées de grandes surfaces, à une exception près. Ces implantations semblent correspondre à un premier équilibre entre les trois logiques de localisation. La logique de synergie est dominante : toutes ces grandes surfaces sont situées au coeur des petites villes, afin visiblement de bénéficier de leur attractivité. Le quadrillage du territoire effectué par les grandes surfaces est tout à fait conforme à la situation préexistante, dans le sens où il correspond exactement au quadrillage exercé par les petites villes. Enfin, la logique d'accessibilité n'apparaît que dans la recherche d'une bonne localisation par rapport aux principales rues de la ville.

De 1977 à 1983, le seul changement tient au renforcement de 2 des principales communes. Par contre, l'évolution est très importante entre 1984 et 1989. Le tissu des grandes surfaces alimentaires se densifie fortement, selon un nouvel équilibre entre les trois logiques de localisation. La logique d'accessibilité devient dominante. Sur

les 7 nouvelles grandes surfaces, 5 se situent en bordure d'un axe routier important. Le quadrillage du territoire exercé par les grandes surfaces s'autonomise en partie du quadrillage exercé par les petites villes. Le supermarché de Gourdan, par exemple, possède une aire d'attraction sensiblement autonome de celle de la petite ville de Montréjeau. En effet, le supermarché de Gourdan attire des clients qui ne vont pas à Montréjeau et qui sont plutôt tournés vers St-Gaudens. Plusieurs autres supermarchés ont ainsi une aire d'attraction sensiblement différente de celle de la petite ville la plus proche. En effet, les nouvelles grandes surfaces s'implantent dans des communes rurales qui ont entre 600 et 1700 habitants. Ces nouvelles communes d'implantation correspondent soit à des bourgs, soit à des communes rurales situées entre 2 et 5 km d'une petite ville. Les nouvelles grandes surfaces semblent moins y rechercher des synergies, en s'inscrivant à proximité des pôles préexistants, que rechercher une accessibilité, en se localisant en bordure d'axes fréquentés, à la confluence de différents bassins de population. La logique de synergie entre les commerces s'est modifiée, dans le sens où il ne s'agit plus de se situer au coeur d'un pôle d'attraction.

Dans les années 90, certains pôles se renforcent. De plus, l'effet d'élimination se met à fonctionner non seulement pour les petits commerces mais également pour les grandes surfaces. Trois des plus petites grandes surfaces se trouvent ainsi éliminées par la concurrence.

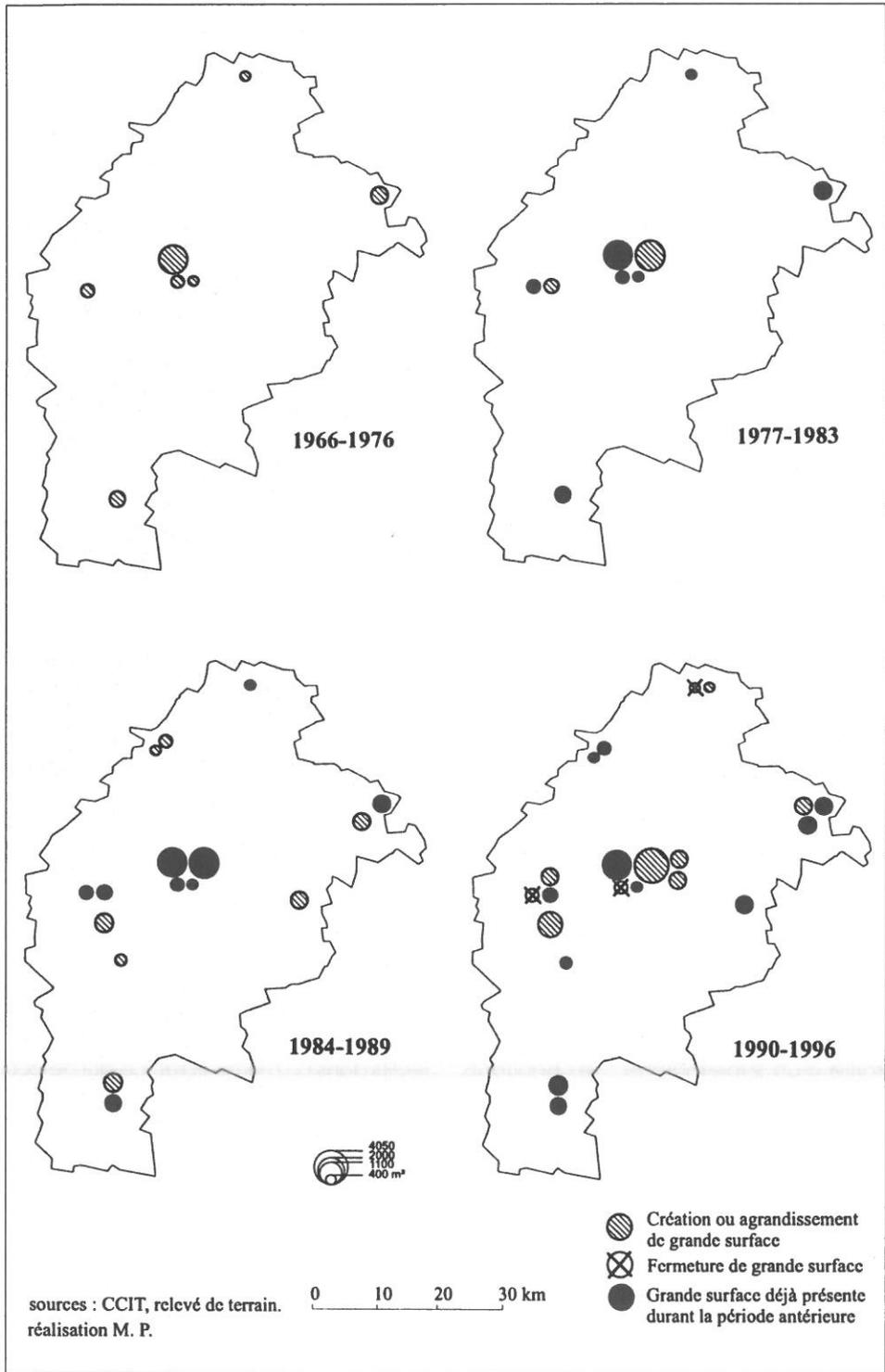


Figure 3 : Évolution des grandes surfaces alimentaires dans le Comminges et ses abords entre 1966 et 1996

Nous retiendrons principalement de cette évolution des grandes surfaces que la logique d'accessibilité est devenue dominante. Ainsi, dans le cas des grandes sur-

faces également, la logique fondée sur la mobilité des consommateurs s'est nettement développée au détriment de la logique fondée sur leur sédentarité.

---

## UNE COMPLEXIFICATION DE LA GEOGRAPHIE DES RELATIONS DE CONCURRENCE

---

Cette évolution des logiques de localisation des petits commerces et des grandes surfaces peut se justifier par une certaine complexification de la géographie des relations de concurrence. Avec l'essor des grandes surfaces et l'évolution des pratiques d'achat, les concurrences se multiplient. Une enquête téléphonique réalisée auprès de 110 personnes du Comminges et ses abords fait ressortir l'enchevêtrement de multiples aires de chalandise. Selon cette enquête, les habitants très peu mobiles, effectuant la quasi totalité de leurs achats alimentaires au point le plus proche de chez eux ou auprès de commerçants ambulants, sont en proportion non négligeable mais nettement minoritaire (18%). Il ressort d'autre part que les habitants d'une même commune peuvent effectuer leurs achats dans un nombre important de lieux différents. Dans 20 des 31 communes enquêtées, les habitants interrogés effectuent ainsi leurs achats dans 4 à 8 pôles différents. Ce résultat recoupe bien celui d'une enquête effectuée auprès de 205 personnes, à la sortie d'un supermarché : les habitants d'un même groupe de villages déclaraient fréquenter 4 à 7 pôles différents.

De plus, pour un tiers des personnes enquêtées par téléphone, le choix du lieu d'achat, et notamment le choix de la

grande surface alimentaire, se fait généralement en fonction du trajet à effectuer pour mener à bien diverses activités. Cela peut être un trajet pour aller au travail, pour aller voir la famille, pour les loisirs, pour avoir accès à certains services ou pour acheter certains produits spécifiques. Les magasins les plus proches du domicile peuvent être délaissés au profit de magasins plus éloignés mais se trouvant sur un trajet permettant de satisfaire différents objectifs. La concurrence basée sur la proximité de deux magasins se double ainsi fortement d'une concurrence fondée sur les parcours de la clientèle. De la même façon, la concurrence affrontée par les petits commerces tend à prendre une forme non contiguë, dans le sens où les concurrents immédiats peuvent ne jouer qu'un rôle secondaire face à celui de concurrents éloignés.

La logique de quadrillage du territoire se trouve ainsi affaiblie, car se localiser loin de la concurrence peut devenir moins important que se localiser par rapport à des trajets de consommateurs. En outre, la logique de synergie tend ici à changer de nature. Les magasins possèdent une localisation favorable lorsqu'ils permettent au consommateur de réaliser plusieurs objectifs dans un même trajet, ce qui ne correspond pas forcément à une localisation à proximité immédiate d'autres commerces ou services. La synergie joue alors par l'appartenance à un trajet commun et non plus forcément par l'appartenance à un pôle d'attraction.

---

# CONCLUSION

---

La localisation des petits commerces et des grandes surfaces alimentaires accorde une part croissante à la logique d'accessibilité. Cette évolution demande d'une part une adaptation des méthodes d'étude de ces localisations. L'étude des caractéristiques démographiques et économiques d'une zone de chalandise, qui permet de répondre assez bien à une logique fondée sur la sédentarité des consommateurs, demande à être davantage complétée par l'étude des pratiques d'achat et des déplacements de ces consommateurs, en vue de répondre à la lo-

gique fondée sur leur mobilité. D'autre part, l'évolution des localisations des commerces alimentaires en milieu rural pose des questions d'aménagement du territoire, à travers par exemple le problème de l'intégration des personnes qui ne peuvent pas se déplacer facilement. En même temps, ceci laisse une opportunité aux petits commerces qui ont conservé une forte logique de quadrillage du territoire, notamment grâce à des tournées, contrairement aux grandes surfaces qui se basent essentiellement sur une logique d'accessibilité.

---