

François Madoré

LES PRATIQUES D'ACHAT DANS LA VILLE CONTEMPORAINE

MOBILITÉS ET APPARTENANCES TERRITORIALES

Les figures de la ville éclatée, polycentrique et mobile dominant de plus en plus les pratiques urbaines et le discours sur la ville. Dans la ville traditionnelle, dense et compacte, la proximité et le voisinage guidaient pour partie les relations sociales et le rapport à l'espace. Dans cette ville éclatée, que devient la notion de proximité face à la multiplication des lieux de pratique autour du point d'ancrage qu'est le logement? Disparaît-elle ou perdure-t-elle sous des formes renouvelées? Le schéma de mobilité des urbains s'est développé et complexifié pour diverses raisons (augmentation de la motorisation des individus, des motifs de déplacement, du pouvoir d'achat, des couples bi-actifs...). Il n'est pas marqué pour autant par l'anomie : les liens de proximité relative avec le domicile demeurent forts. Les citadins cherchent manifestement à optimiser leur pratique de la ville : dans le domaine des pratiques commerciales, la dispersion des localisations de l'offre d'achats et de services est tempérée par la distance-temps à parcourir depuis le logement.

La fin de la ville européenne dense et compacte

La ville contemporaine a fait l'objet, au cours des années quatre-vingt-dix, d'un renouvellement du discours. La floraison de néologismes et la multiplication des instances où l'on débat de la ville rendent bien compte de cet effort de conceptualisation. Si certains évoquent l'apparition d'une «ville éclatée» (May *et al.*, 1998; Haumont et Lévy, 1998), d'autres parlent de «ville émergente» (Dubois-Taine et Chalas, 1997) ou encore de «métropole» (Ascher, 1995). *Le Monde des Débats* s'est fait l'écho de ce questionnement scientifique, en exposant les points de vue de quatre spécialistes de la ville et en les rassemblant sous un titre assez provocateur : «La ville existe-t-elle encore?» (2000).

Ce foisonnement intellectuel semble signifier, à tout le moins, que la ville dense, compacte, celle qui peuple

nos représentations et nos imaginaires depuis l'Antiquité, la ville de la finitude, est progressivement en voie de disparition, au profit de vastes aires urbanisées aux contours mal définis. Cette chronique d'une disparition annoncée de la ville européenne signifie-t-elle la fin de la ville? Autrement dit, «la transformation du cadre morphologique est-elle sans incidence sur les interactions sociales qui s'y déroulent?» (Jaillet, 1999)? La question est âprement discutée.

L'affaiblissement supposé des liens de proximité et la disparition annoncée du quartier dans la ville mobile

La plupart des réflexions portant sur la ville contemporaine considèrent, trop rapidement peut-être, comme définitivement acquise la perte de sens de la notion de proximité, dans une ville où «la mobilité (rend) contigus des espaces dispersés» (Dubois-Taine, 1997). Le quartier était perçu comme le territoire par excellence où se déployaient ces relations de proximité. Yves Chalas remarque que «le quartier, cette forme socio-spatiale si importante dans la ville d'hier, est aujourd'hui en déclin. Parce qu'ils sont mobiles, les habitants des villes ne sont plus guère, ou ne sont plus prioritairement, des habitants de quartiers. Les faits sont là, têtus, qui rappellent l'affaiblissement inexorable des liens unissant les habitants à leur quartier» (Chalas, 1997). Jacques Donzelot partage ce point de vue, soulignant que «la prégnance des relations de voisinage diminue au profit de la ville "à la carte", celle des relations électives que nous pouvons établir à la faveur d'une mobilité devenue plus qu'une faculté : une manière d'être. La notion même de quartier, si constitutive de la ville industrielle, tend à disparaître» (Donzelot, 1999).

Mais, pour que le quartier disparaisse, encore faudrait-il être sûr qu'il a bien existé dans la ville indus-

Les Annales de la recherche urbaine n° 90, 0180-930-IX-01/90/p. 59-66 © METL.

truelle. Or, rien n'est moins sûr. Plusieurs chercheurs ont montré, en effet, que cette ville historique constituée d'un agrégat de quartiers anciens, ferment de la sociabilité de proximité, relève largement d'un discours idéologique, voire d'un mythe. Jean-Pierre Lévy a bien insisté sur ce point, en faisant remarquer que «le quartier ancien est largement investi par l'idéologie», dans la mesure où «le discours prend le pas sur la réalité», les «tableaux simples ou naïfs» nous renvoyant «des images d'Épinal dont les teintes douces, ou légèrement décolorées, sont empreintes d'une incontestable nostalgie (pour le temps passé)» (Lévy, 1981). Guy Di Méo remarque que «le quartier constitue pour l'essentiel une abstraction qui, à défaut d'enracinements structurels et territoriaux plus profonds, sert de creuset aux manifestations les plus anodines de la sociabilité» (Di Méo, 1998). Enfin, Yves Grafmeyer reconnaît que «à faire du «village dans la ville» un modèle de référence pour l'analyse des sociabilités locales en milieu urbain, on en serait vite réduit à tenir un discours nostalgique sur la mort du quartier», dans la mesure où «le quartier-village n'est qu'un cas limite, lié à des conditions très particulières» (Grafmeyer, 1991).

Certes, la consécration de la figure de la ville mobile donne à penser que tout lien de proximité géographique a disparu ou est appelé à s'effacer, car avec l'explosion de la motorisation individuelle des citadins, chacun voit «(s'ouvrir) un vaste espace d'arbitrage en matière de localisation et d'enracinement résidentiel, de schéma de mobilité» (Orfeuill, 1995). Faut-il réévaluer la proximité? «Autrefois affaire d'espace, (elle) est devenue aujourd'hui une affaire de temps en rapport avec les progrès de la mobilité» (Chalas, 1997). L'augmentation d'un tiers de la vitesse de déplacement des Français entre 1982 et 1994 (Massot, 1998) peut-elle à la limite permettre aux individus de s'affranchir de la notion même de distance, quelle que soit l'unité de mesure pour l'exprimer? Peut-on réellement conclure à la dissolution de tout lien de proximité spatiale dans l'expression des activités sociales des citadins? Autrement dit, le rapport à la ville contemporaine dominé par la figure de la mobilité serait-il devenu a-spatial, signifiant que la notion de distance et de proximité n'aurait plus de sens dans la pratique de l'espace urbain? Il nous semble au contraire que la pratique de la ville par les citadins oscille toujours entre mobilité et relations de voisinage ou de proximité. C'est donc pour vérifier cette hypothèse, à savoir le maintien, sur des formes renouvelées, de liens de proximité dans la ville mobile, que nous avons mobilisé un double matériau de recherche.

Une double enquête localisée

Dans le but d'observer les liens de proximité géographique dans la ville dite mobile, nous avons mobilisé les résultats de deux enquêtes, qui ont été réalisées

dans un contexte dépassant le strict cadre de ce questionnement. La finalité des deux enquêtes n'étant pas identique, deux questionnaires différents ont été passés. Nous en avons extrait les questions qui permettent de lire les liens de proximité dans la ville. En effet, l'observation de l'effet de mobilité, donc également de proximité dans la ville contemporaine, constitue l'un des objets communs à ces deux enquêtes. Les deux enquêtes ont été passées en face-à-face, au domicile de l'enquêté, soit auprès de la personne de référence du ménage, soit auprès de son conjoint.

La première série d'enquêtes a été réalisée en 1997 et 1998 dans quatre communes de la banlieue est et nord de l'agglomération de Nantes, à savoir La Chapelle-sur-Erdre, Sainte-Luce, Thouaré et Vertou¹. 565 individus au total ont été interrogés². Par souci de privilégier une approche monographique communale, la taille de l'échantillon est sensiblement identique d'une commune à l'autre et oscille entre 130 et 150 enquêtes. Aussi, étant donné le poids démographique inégal de



Centre commercial Viv'Erdre à La Chapelle-sur-Erdre (banlieue nord de Nantes).

ces communes, le taux de sondage est variable, ce qui interdit toute analyse d'ensemble des résultats. De surcroît, ceux-ci ne peuvent être considérés comme statistiquement représentatifs des comportements de mobilité et des liens de proximité spatiale de la population de la banlieue nantaise prise dans sa globalité, étant donné la spécificité des quatre communes dans les temporalités de la croissance urbaine et dans l'espace social de l'agglomération nantaise. En effet, ces communes

1. L'agglomération de Nantes avoisine les 550 000 habitants au recensement de 1999. Quant au poids démographique des quatre communes enquêtées, il varie du simple au triple : La Chapelle-sur-Erdre (16 390) ; Sainte-Luce (11 260) ; Thouaré (6 660) ; Vertou (20 268).

2. Ces enquêtes ont été réalisées, sous notre direction, par quatre étudiants, dans le cadre de leur mémoire de maîtrise soutenu à l'Institut de Géographie de l'Université de Nantes et portant sur le thème habitat, logement et population : L. Coudert (Sainte-Luce, 1997, 128 pages) ; C. Guine (Thouaré, 1998, 107 pages) ; A. Pineau (Vertou, 1998, 116 pages) ; L. Dalha (La Chapelle-sur-Erdre, 1999, 148 pages).

sions méthodologiques méritent d'être apportées, en particulier sur le choix des commerces et des services retenus dans les deux enquêtes.

Pour les commerces, une distinction a été opérée entre d'un côté les pratiques générées par des achats banaux de nature essentiellement alimentaire et celles résultant d'achats anomaux, car non seulement elles n'obéissent pas à la même temporalité mais de surcroît l'offre n'est pas identique. D'une part, la fréquentation des commerces banaux est régulière et fréquente, évoluant selon un rythme quotidien, hebdomadaire ou bimensuel, alors que la fréquentation des commerces anomaux est irrégulière et nettement moins fréquente. D'autre part, l'offre en commerces banaux est beaucoup plus dispersée dans l'espace urbain que celle des commerces anomaux. Fort logiquement, les schémas de mobilité liés à ces deux pratiques commerciales différent complètement et l'effet de proximité n'a pas, dans les deux cas, la même signification. Aussi, dans l'agglomération nantaise, cet effet va être mesuré à la fois pour les achats banaux et anomaux, dans la mesure où cette dernière offre est éclatée entre le centre-ville nantais et une bonne dizaine de pôles périphériques. En revanche, dans l'aire urbaine yonnaise, où l'offre en produits anomaux se résume pour l'essentiel au centre-ville et au centre commercial des Flâneries, au nord de la ville, l'appréhension de l'effet de proximité dans les pratiques de la ville liées à la fréquentation des commerces n'a de véritable sens que pour les achats banaux.

Quant aux services privés de base retenus dans les deux enquêtes, ils diffèrent légèrement entre l'enquête menée dans les quatre communes de l'agglomération nantaise et celle conduite dans l'aire urbaine de La Roche-sur-Yon : deux services sont communs, à savoir les salons de coiffure et les médecins généralistes, tandis que le troisième est différent, puisqu'il s'agit de la banque dans le premier cas et de la pharmacie dans le second.

L'effet de proximité géographique a été appréhendé de façon totalement différente entre les deux entités urbaines, à partir du moment où le matériau utilisé et la dimension de ces deux entités sont dissemblables.

Les pratiques d'achat des banlieusards nantais

Dans l'agglomération nantaise, il a été demandé aux 565 individus enquêtés de désigner les commerces fréquentés à la fois pour des achats banaux de nature alimentaire (pain, viande et épicerie) et pour des achats anomaux (habillement et culture loisirs), et de préciser également la localisation de trois services privés de base fréquentés par ces individus (médecin généraliste, coiffeur et banque). Les réponses ont ensuite été classées selon la hiérarchie des pôles commerciaux de l'agglomération nantaise définie en 1997, dans le cadre de la démarche expérimentale d'élaboration des schémas de développe-

ment commercial (AURAN, 1997), qui a abouti à la reconnaissance de 78 pôles : celui dit de l'hypercentre, cinq pôles commerciaux d'importance régionale, cinq pôles intermédiaires d'influence d'agglomération, trois pôles intermédiaires intercommunaux ou interquartiers et enfin 64 pôles commerciaux de proximité.

Au regard de cette typologie, la configuration commerciale des quatre communes de la banlieue est et nord retenues dans l'échantillon est proche : chaque centre-ville est doté d'un pôle de proximité, constitué de petits commerces et de l'adjonction plus récente d'un supermarché (moins de 2 500 mètres carrés de surface de vente) ou d'un petit hypermarché de moins de 5 000



Sainte-Luce (banlieue est de Nantes), Super U, situé en plein centre ville.



Nantes, centre commercial Paradis.

mètres carrés. À La Chapelle-sur-Erdre, un pôle intermédiaire d'influence d'agglomération a été déterminé : celui de Viv'Erdre. Cependant, sa petite taille par rapport aux quatre autres définis dans l'agglomération nantaise l'assimile plus à un pôle de proximité.

Les pôles commerciaux de proximité

L'enquête réalisée auprès des 565 individus de ces quatre communes de la banlieue nantaise montre que les pôles commerciaux de proximité de la commune de

résidence sont très fréquentés, surtout pour les achats banaux et les services privés de base. Ainsi, l'essentiel des achats de la vie courante, à base alimentaire, est effectué pour partie dans les petits commerces de la commune, mais de façon encore plus évidente dans le



Sainte-Luce (banlieue est de Nantes), commerces et services de proximité.

supermarché ou le petit hypermarché du centre-ville. La fréquentation très régulière de ces grandes surfaces de taille réduite situées dans le centre-ville ou dans leur voisinage immédiat montre, à l'évidence, qu'elles sont perçues par la population comme des commerces de proximité, au même titre que les petits commerces. Ce résultat confirme ce que René Péron a bien mis en évidence, à savoir que « la notion de proximité conserve une spécificité au sein de la distribution urbaine moderne (et qu'elle) tend même à s'y développer avec trois formules : le supermarché, le magasin de secours et les hard-discounts » (Péron, 1998). Cette relation de proximité avec le centre-ville de la commune de résidence apparaît non seulement pour les commerces banaux mais ressort également de façon très nette pour le recours aux services privés de base. Les taux de fréquentation des services situés sur la commune de résidence oscillent effectivement, pour les individus interrogés, entre les deux tiers pour le coiffeur, les trois quarts pour la banque et les quatre cinquièmes pour le médecin généraliste.

La proximité des grands centres commerciaux périphériques

Les pôles commerciaux d'importance régionale ou les pôles intermédiaires d'influence d'agglomération situés dans l'unité urbaine de Nantes présentent une offre commerciale nettement plus étendue que les pôles locaux, comprenant généralement un vaste hypermarché avoisinant ou dépassant les 10 000 mètres carrés de surface de vente, une galerie marchande et des grandes surfaces spécialisées. Néanmoins, ces grands centres commerciaux périphériques sont rudement concurrencés par les plus petites structures, c'est-à-dire

les supermarchés et les petits hypermarchés des pôles de proximité, dès qu'il s'agit d'achats de la vie courante, ceux qui ressortent notamment au rayon épicerie, même si la situation est variable d'une commune à l'autre. À La Chapelle-sur-Erdre et à Thouaré, les pôles de proximité l'emportent nettement sur les grands centres commerciaux périphériques pour ces achats de la vie courante, avec des taux de fréquentation qui passent des deux tiers aux trois quarts d'un côté, à moins de la moitié de l'autre. En revanche, à Sainte-Luce et à Vertou, c'est la situation inverse qui s'observe, puisque les pôles de proximité obtiennent un taux de fréquentation atteignant tout juste la moitié, contre les trois quarts dans la première commune et les deux tiers dans la seconde pour les grands centres commerciaux. Ces différences tiennent pour une grande part à l'inégal éloignement de ces centres par rapport aux quatre communes enquêtées, ce qui ne fait que confirmer le rôle important de la distance ou de la proximité dans la fréquentation du commerce urbain.

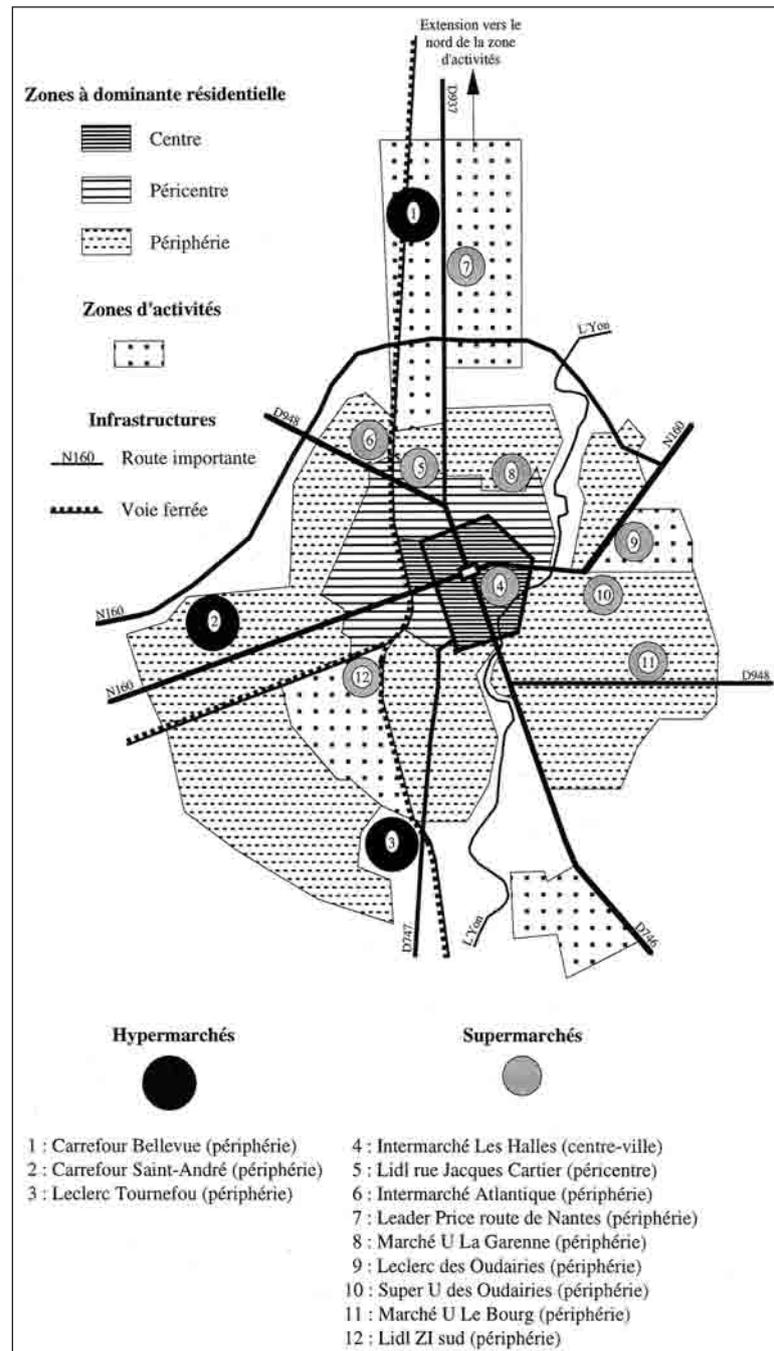
Cet effet de proximité géographique préside également assez largement au choix du lieu d'achat des produits anomaux. Les grands centres commerciaux périphériques, définis par les cinq pôles commerciaux d'importance régionale et les cinq pôles intermédiaires d'influence d'agglomération, polarisent entre les trois quarts et les quatre cinquièmes des achats anomaux (habillement et culture loisirs) effectués par les enquêtés. Ces polarités périphériques ont su rapidement occuper une place essentielle dans les pratiques d'achats des banlieusards nantais, face en particulier au centre-ville de Nantes, plus éloigné du lieu de résidence. Toutefois, dans les quatre communes, l'arbitrage effectué par les individus pour le choix d'un ou de plusieurs grands centres commerciaux périphériques s'effectue, en général, en prenant en considération deux éléments : la proximité et les aménités du centre, c'est-à-dire son attractivité fondée tant sur la diversité de l'offre commerciale que sur l'agrément des lieux, en particulier de la galerie marchande. Ainsi, on peut observer, sans que le constat souffre de la moindre ambiguïté, que lorsqu'il s'agit de fréquenter un centre commercial d'influence régionale ou d'agglomération, dans une unité urbaine nantaise qui en comptabilise pas moins de dix en 1997, presque tous situés à proximité du périphérique qui ceinture l'agglomération, le choix des individus se porte généralement vers les centres les plus proches de leur domicile. À titre d'exemple, parmi les lieux d'achat de vêtements des ménages de La Chapelle-sur-Erdre, commune de la banlieue nord, trois centres commerciaux périphériques, classés en pôle commercial d'importance régionale ou en pôle intermédiaire d'influence d'agglomération, dominant, à savoir par ordre d'importance décroissante le Grand Val à Orvault, au nord-ouest de l'agglomération, puis les centres Paradis et La Beaujoire, situés au nord-est de Nantes. Or, ces trois centres sont

les plus proches de la commune de La Chapelle-sur-Erdre, ce qui montre bien le rôle essentiel de la proximité dans l'orientation de la mobilité liée aux pratiques d'achat des ménages, même lorsqu'il s'agit d'achats anomaux. Autre exemple, la fréquentation des grands centres commerciaux périphériques de l'agglomération nantaise par les habitants de Sainte-Luce, commune de la banlieue est, est orientée à hauteur des quatre cinquièmes vers les centres Paridis et La Beaujoire situés au nord-est de Nantes.

N'est-il pas abusif de qualifier ces centres commerciaux de centres d'importance régionale ou d'influence d'agglomération, alors que leur fréquentation est guidée par un effet de proximité incontestable, qui limite considérablement leur aire de chalandise à un segment seulement de l'agglomération? Cette dénomination retenue dans le schéma de développement commercial de l'agglomération ne contribue-t-elle pas à une sorte de banalisation de cette forme commerciale, liée à sa large diffusion spatiale au sein de l'espace urbain et à sa relative standardisation? Ne cède-t-elle pas à l'illusion créée par l'abondance et la diversité de l'offre, alors que dans la réalité les ménages rationalisent leurs choix, en privilégiant, sauf exception, les centres les plus proches de leur domicile? Seules les aménités du centre et notamment de sa galerie semblent contrecarrer cette rationalité de la proximité. Les enquêtes réalisées montrent que les ménages préfèrent, à distance équivalente, fréquenter les centres dotés d'une galerie marchande attractive en terme d'offre commerciale, d'architecture et d'ambiance, dès qu'il s'agit en particulier d'achats anomaux, où la notion de flânerie entre en ligne de compte (Madoré, 1999).

Les pratiques d'achats des habitants de l'aire urbaine de La Roche-sur-Yon

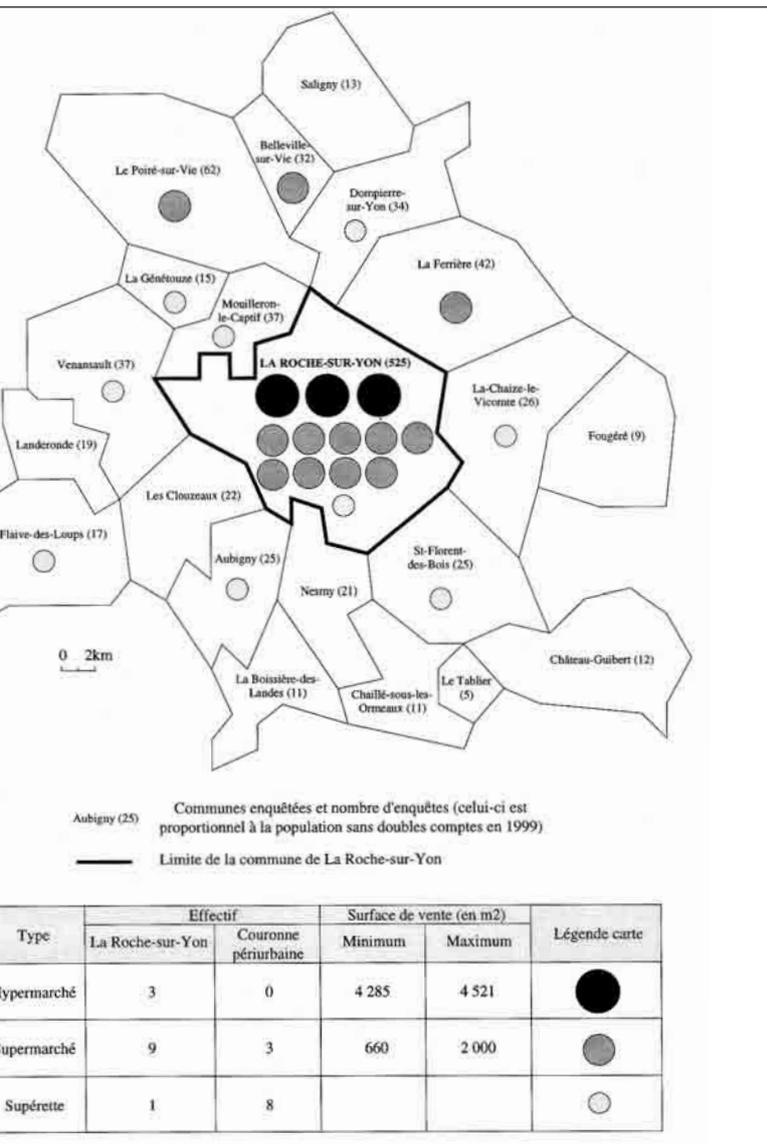
À La Roche-sur-Yon, seules les pratiques d'achat de la vie courante effectuées en grande surface et la fréquentation de trois services, le coiffeur, le médecin généraliste et la pharmacie ont été retenues. Pour les achats en grande surface, les habitants de l'aire urbaine de La Roche-sur-Yon disposent d'une offre essentiellement concentrée dans l'unité urbaine : celle-ci rassemble en effet trois hypermarchés de taille relativement réduite (un peu moins de 5 000 mètres carrés de surface de vente pour chacun) et neuf supermarchés (surface de vente comprise donc entre 400 et 2 500 mètres carrés), relativement bien répartis géographiquement au sein de ce pôle urbain, alors que seulement trois communes de la couronne périurbaine sur les vingt possèdent un supermarché, huit ayant par ailleurs une supérette. En revanche, pour les services privés de base, la répartition est nettement plus diffuse. Si ces services sont nombreux dans la ville de La



La localisation des grandes surfaces commerciales en 2000 à La Roche-sur-Yon. Source : CCI de Vendée.

Roche-sur-Yon, où l'on recense, en 2000, 61 salons de coiffure, 47 médecins généralistes et 21 pharmacies, ils sont également très bien représentés dans les vingt communes de la couronne périurbaine, puisque dix-huit d'entre elles, soit la quasi-totalité, ont également un salon de coiffure, quinze un médecin généraliste et douze une pharmacie.

Pour faire ressortir l'effet de proximité géographique dans les pratiques d'achat en grande surface ou dans la



Les 21 communes enquêtées et la hiérarchie des pôles commerciaux en 2000 au sein de l'aire urbaine de La Roche-sur-Yon.

Sources : 1. Enquête auprès d'un échantillon de ménages résidant dans l'aire urbaine de La Roche-sur-Yon (n=1000) ; 2. Hiérarchie des pôles commerciaux : CCI de Vendée.

fréquentation des services privés de base des habitants du pôle urbain constitué de la ville de La Roche-sur-Yon, nous avons utilisé le découpage utilisé par l'INSEE pour le recensement de 1999 en IRIS 2000. Nous avons ainsi considéré qu'il y avait une forte relation de proximité entre le domicile de l'enquêté et la grande surface ou le service fréquentés lorsque les deux étaient situés dans le même secteur IRIS 2000 ou bien dans un secteur limitrophe. Lorsque cette condition est réunie, la distance parcourue est faible, car avec la prise en compte de 24 IRIS 2000 pour cette unité urbaine qui comptabilise 50 000 habitants, tous les secteurs résidentiels possèdent, à l'exception d'un seul, à la fois

une grande surface, un salon de coiffure, un médecin généraliste et une pharmacie dans leur voisinage immédiat, c'est-à-dire dans le même IRIS que celui où est implanté le domicile de l'enquêté ou dans un IRIS limitrophe.

L'effet de proximité dans la fréquentation des grandes surfaces

Le premier enseignement qui ressort de cette analyse est que le schéma de mobilité généré par les achats effectués en grande surface est très atomisé. Un supermarché et les trois hypermarchés de La Roche-sur-Yon ont un taux de fréquentation par les enquêtés effectuant leurs achats de la vie courante dans cette ville compris entre 20 % et 30 %. Ensuite, viennent trois supermarchés ayant des taux de fréquentation nettement inférieurs, variant entre 5 % et 12 %. C'est dire l'éclatement des lieux de pratique, d'autant plus qu'un tiers des enquêtés fréquente non pas une, mais plusieurs grandes surfaces. Au niveau de l'ensemble urbain, le schéma de mobilité lié aux achats effectués en grande surface semble donc multipolaire. Toutefois au niveau de l'individu ce schéma de mobilité est fortement guidé par un effet de proximité géographique avec le domicile de l'enquêté.

Les habitants du pôle urbain yonnais restent dans le voisinage de leur domicile lorsqu'ils fréquentent un supermarché ou un hypermarché. Plus des quatre cinquièmes d'entre eux effectuent leurs achats en grande surface dans le même secteur IRIS 2000 que leur domicile ou dans un secteur limitrophe malgré des distances-temps très réduites à l'échelle d'une ville comme La Roche-sur-Yon, étant donné la faiblesse des distances à parcourir d'un point à l'autre de la ville. Sans doute l'importance de l'offre, avec trois hypermarchés et neuf supermarchés, et sa dissémination sur l'ensemble de l'espace urbain favorisent-elles ces pratiques de proximité. Ces polarités commerciales ressortent plus d'équipements de quartier que d'agglomération, étant donné leur aire de recrutement privilégiée dans l'environnement résidentiel proche.

Cet effet de proximité géographique dans le schéma de mobilité lié aux pratiques d'achat en grande surface est également très perceptible pour les habitants de la couronne périurbaine yonnaise. Ces derniers, dans leur choix d'une grande surface à La Roche-sur-Yon (84 % d'entre eux fréquentent en effet un supermarché ou un hypermarché du pôle urbain), optent généralement pour celle qui est la plus proche de leur domicile. Ainsi, les résidents de la couronne périurbaine nord fréquentent à hauteur des deux tiers le centre Carrefour Bellevue situé au nord de La Roche-sur-Yon. Ceux de la couronne est choisissent, pour près des trois quarts, le centre Leclerc des

Oudairies situé également à l'est de la ville. Les quatre cinquièmes des habitants de la couronne périurbaine sud optent, quant à eux, pour le centre Leclerc de Tournefou situé au sud. Enfin, les résidents de la couronne ouest fréquentent à hauteur des deux tiers le centre Carrefour de Saint-André situé également à l'ouest.

La fréquentation des services privés de base

Quant au schéma de mobilité lié à la fréquentation des services privés de base, il ressemble à celui généré par les achats effectués en grande surface. Les polarités générées par l'usage de ces services sont en effet multiples, se partageant principalement entre le centre-ville et huit centres de quartier ou centres commerciaux périphériques. Ainsi, à la large diffusion spatiale, dans l'espace urbain, des services privés de base, correspond le portrait d'une ville aux polarités de base multiples et éclatées. C'est dire l'absence de toute centralité clairement affirmée structurant le fonctionnement de la mobilité générée par la fréquentation de ces services à La Roche-sur-Yon.

À l'image de ce qui est observé pour les grandes surfaces, l'effet de proximité géographique joue pleinement dans la compréhension de ce schéma de mobilité lié à la fréquentation des services privés de base. Cette relation de proximité est manifeste pour les habitants du pôle urbain, puisque la mobilité de proximité, définie par le recours à un service situé dans le même secteur IRIS 2000 que le domicile ou dans un secteur limitrophe, est de 60 % pour les coiffeurs et les médecins généralistes et de 90 % pour les pharmacies. Ces pratiques de proximité sont d'autant plus remarquables que le nombre de services privés de base est suffisamment vaste dans cette ville de 50 000 habitants (rappelons qu'il existe 61 coiffeurs, 47 médecins généralistes et 21 pharmacies en 2000) pour permettre à chacun d'effectuer son choix sans tenir compte de la localisation du service par rapport au domicile et de s'affranchir ainsi totalement de la distance-temps, celle-ci étant toujours très réduite à l'échelle de cette ville. Enfin, la fréquentation des services privés de base obéit également, pour les habitants de la couronne périurbaine de l'aire urbaine de La Roche-sur-Yon, à la recherche de la proximité spatiale avec le domicile, comme l'atteste la préférence donnée aux services situés dans les communes de la couronne périurbaine, et plus particulièrement à ceux de la commune de résidence.

Toutefois, la précision géographique de ces résultats permet de relativiser l'effet de proximité : l'intensité de cet effet semble inversement proportionnelle à l'intensité de la relation personnelle tissée entre le consommateur et le prestataire de services. Lorsque la

relation personnelle avec le prestataire n'est pas jugée essentielle, car elle se limite à un échange de services ou à l'achat d'un produit, ce qui est le cas pour la pharmacie ou la grande surface, le consommateur choisit généralement l'équipement le plus proche de son domicile, jugeant sans doute l'offre peu discriminante. En revanche, lorsque la relation personnelle prend de l'importance, car elle induit une intervention



La Roche-sur-Yon, Leclerc Les Audoiries, supermarché.



La Roche-sur-Yon, Marché U La Garenne, supermarché (petit centre commercial inséré dans une zone d'habitat collectif).

corporelle et qu'elle est le support d'un échange oral, ce qui se produit lorsque l'on se rend chez son coiffeur ou son médecin, l'individu devient sans doute plus exigeant sur la qualité de cette relation, car non seulement celle-ci peut être prétexte à un mode de causerie, voire pour certaines personnes servir de catharsis, mais de surcroît cette relation est une forme d'intrusion dans l'intimité de l'individu. En conséquence de quoi, des individus cherchent avant tout à établir une relation de confiance, que traduit l'usage de l'adjectif possessif (« mon » coiffeur ou « mon » médecin), ce qui explique que l'effet de proximité ne joue, dans ce cas précis, que pour six habitants sur dix de la ville de La Roche-sur-Yon.

Une proximité sans quartier

Si les liens de proximité demeurent dans la ville mobile, éclatée et polycentrique, ceux-ci ne semblent guère dessiner néanmoins une identité de quartier. Notre prétention n'est pas, bien évidemment, d'épuiser le débat posé par la question de l'identité territoriale en milieu urbain, tant cette question est vaste et demande d'autres moyens d'investigation que ceux que nous avons pu mettre en œuvre au cours de ce travail. Toutefois, nous pouvons esquisser quelques pistes de réflexion, à partir du cas des quatre communes de la banlieue nantaise étudiées. En effet, lorsqu'on demande aux 565 individus enquêtés de définir leur territoire d'appartenance au niveau local, deux échelles ressortent : celle de la commune et celle de l'agglomération. Entre la moitié et les trois quarts citent en exclusivité leur commune de résidence comme espace d'appartenance, entre un dixième et un quart associent à leur commune l'agglomération de Nantes et enfin un cinquième cite exclusi-

vement l'agglomération, ce qui montre à l'évidence que le découpage communal conserve, au sein d'une grande agglomération multi-communale française, toute sa pertinence comme espace identitaire. En revanche, dans ces communes caractérisées par un tissu pavillonnaire prédominant, le quartier ne semble pas être un espace producteur d'identité forte, la plupart des individus interrogés définissant leur quartier avec certaine difficulté et souvent par référence aux limites du lotissement dans lequel ils habitent. Ainsi, le sentiment d'appartenance géographique à grande échelle est guidé à la fois par la permanence de l'institution communale, niveau administratif de proximité à la personnalité politique clairement identifiée, et par le jeu des mobilités, qui fait coïncider le territoire d'appartenance d'une frange non négligeable d'individus à l'échelle de développement de ces mobilités, à savoir l'agglomération, ou du moins une partie d'entre elle.

François Madoré

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Ascher F., (1995), *Métapolis, ou l'avenir des villes*, Paris, Odile Jacob.

AURAN, (1997), *Équipement commercial. District de l'agglomération nantaise*, Nantes, Agence d'études urbaines de l'agglomération nantaise.

Collectif, (2000), « La ville existe-t-elle encore? », *Le Monde des Débats*, octobre 2000.

Di Méo G., (1994), « Epistémologie des approches géographiques et socio-anthropologiques du quartier urbain », *Annales de Géographie*, n° 577, p. 255-275.

Di Méo G., (1998), *Géographie sociale et territoires*, Paris, Nathan.

Donzelot J., (1999), « La nouvelle question urbaine », *Esprit*, n° 11.

Dubois-Taine G. et Chalas Y., (1997), *La Ville émergente*, La Tour-d'Aigues, L'Aube.

Grafmeyer Y., (1991), *Habiter Lyon. Milieux et quartiers du centre-ville, Paris et Lyon*, Éditions du CNRS et Presses Universitaires de Lyon.

Haumont N. et Lévy J.-P., (1998), *La ville éclatée. Quartiers et peuplement*, Paris, L'Harmattan.

Jaillot M.-C., (1999), « Peut-on parler de sécession urbaine à propos des villes européennes? », *Esprit*, n° 11, p. 145-167.

Lévy J.-P., (1981), « Le quartier ancien, discours et méthodes », in Lévy J.-P. (dir.), *Recherches sur les quartiers anciens dans les villes du midi de la France, Travaux et documents du CIEU*, n° 8, p. 17-51.

Madoré F., (1997), « Politique de la ville, structure sociale et habitat : l'exemple de Nantes », *Annales de Géographie*, n° 597, p. 502-521.

Madoré F., (1999), « Mobilités et pratiques spatiales d'un échantillon de populations banlieusardes », communication au colloque « Villes et mobilités » des 23-24 septembre 1999 à Paris X-Nanterre ; à paraître dans un ouvrage édité par Devillers C. et Fournié A., *Les échelles de la mobilité*, Paris, L'Harmattan.

Massot M.-H., (1998), « Les échelles territoriales de la mobilité domicile-travail et la mobilité locale », in May N. et al., *La ville éclatée*, La Tour-d'Aigues, L'Aube, p. 92-108.

May N. et al., (1998), *La ville éclatée*, La Tour-d'Aigues, L'Aube.

Orfeuill J.-P., (1995), « Mobilité : les territoires du quotidien », in Ascher F. (dir.), *Le logement en questions*, La Tour-d'Aigues, L'Aube, p. 171-188.

Péron R., (1998), « L'urbanisme commercial à la française. Quel agrément? », *Les Annales de la recherche urbaine*, n° 78.

François Madoré est maître de conférences en géographie à l'Université de Nantes et membre de l'UMR 6590-ESO (Espaces géographiques et sociétés). Thèmes de recherche : Les configurations socio-spatiales des agglomérations, les politiques locales de l'habitat et l'insécurité urbaine (responsable d'un programme de recherche financé par l'ACI-ville : « insécurité, habitat et risque de sécession sociale dans les villes européennes et nord-américaines ») ; les mobilités urbaines. Dernières publications : 1997, « Politique de la ville, structure sociale et habitat : l'exemple de Nantes », *Les Annales de géographie*, n° 597 ; 1998, « La division sociale de l'espace dans les villes moyennes », in Haumont N. et Lévy J.-P. (dir.), *La ville éclatée : quartiers et peuplement*, Paris, L'Harmattan ; 1999, « Acquisition de logements d'occasion en milieu urbain et mobilité résidentielle », *Espace, Populations, Sociétés*, n° 2. <francois.madore@humana.univ-nantes.fr>