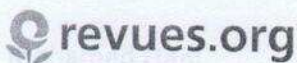

L'accessibilité au commerce... quand le réseau de transport fait défaut ?

Le cas de l'agglomération du Havre

The accessibility to the commerce... when the transport network is lacking? The case of Le Havre

Mohamed Hani



Éditeur

Université des Sciences et Technologies de
Lille

Édition électronique

URL : <http://eps.revues.org/6324>

DOI : 10.4000/eps.6324

ISSN : 2104-3752

Référence électronique

Mohamed Hani, « L'accessibilité au commerce... quand le réseau de transport fait défaut ? », *Espace populations sociétés* [En ligne], 2016/2 | 2016, mis en ligne le 29 juin 2016, consulté le 19 octobre 2016.
URL : <http://eps.revues.org/6324> ; DOI : 10.4000/eps.6324

Ce document a été généré automatiquement le 19 octobre 2016.



Espace Populations Sociétés est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

L'accessibilité au commerce... quand le réseau de transport fait défaut ?

Le cas de l'agglomération du Havre

The accessibility to the commerce... when the transport network is lacking? The case of Le Havre

Mohamed Hani

Introduction

- 1 L'accroissement de la dépendance automobile [Dupuy, 1999] dans les déplacements des ménages, notamment pour les fréquentations commerciales [Desse, 2001 ; Hani, 2010 ; Delage, Hani 2014] a renforcé les inégalités de mobilité en accentuant les problèmes d'accessibilité aux ressources urbaines des ménages non ou faiblement motorisés [Motte, 2006]. Pourtant la mobilité est une condition primordiale pour lutter contre l'exclusion sociale [Orfeuill, 2004 ; Le Breton, 2005]. Alors que la ville s'organise selon un schéma multipolaire, les transports en commun demeurent organisés dans une logique radiale, desservant surtout le centre historique. La desserte des pôles commerciaux périphériques par les transports en commun semble insuffisante. Pourtant ces pôles jouent un rôle crucial dans les pratiques d'achats des ménages, notamment pour les ménages non-motorisés habitant les quartiers défavorisés [Hani, 2010 a].
- 2 Très peu de recherches ont traité la problématique de la desserte des espaces commerciaux périphériques en transports en commun, notamment en Transports en commun en site propre (TCSP), pourtant l'enjeu est majeur en termes de mobilité durable. Certes ces espaces sont pensés et aménagés pour être accessibles en voiture, néanmoins une desserte en transports en commun (TC) est indispensable, ne serait-ce que pour des raisons d'équité ou de justice sociale face à la mobilité [Wiel, 2005].
- 3 Les politiques urbaines ont rarement pris en considération la desserte des pôles commerciaux dans leur réflexion sur le réseau de transports en commun. Voués à la

voiture individuelle « *les pôles commerciaux périphériques sont délaissés dans le choix du tracé de ligne* » [Desse, et al., 2002]. Contrairement au Havre, Caen, Grenoble, Toulouse et Dijon figurent parmi les rares villes en France qui ont pris l'initiative de desservir plusieurs centres commerciaux de périphérie par une ligne de tramway.

- 4 La mise en service fin 2012 de la première ligne du tramway du Havre qui relie la ville haute et la ville basse favorise l'accès notamment au centre-ville, via les quartiers de banlieue ; les autres pôles générateurs de trafic, tels que les centres commerciaux périphériques ne bénéficient pas de cet avantage. Par ailleurs, améliorer la desserte des pôles commerciaux périphériques en TC peut-il se heurter aux intérêts fixés par les politiques des déplacements urbains ?
- 5 Dans cet article nous nous proposons de mettre en lumière les inégalités socio-spatiales en termes d'accès aux ressources de la ville, à travers l'accessibilité aux lieux de commerce. Nous tenterons d'analyser la qualité de l'offre de transport en commun en termes d'accessibilités spatiale et temporelle. Pour ce faire, nous avons réalisé une étude d'accessibilité des principaux pôles commerciaux de l'agglomération du Havre. Afin de mesurer celle-ci nous avons utilisé un indice d'accessibilité, qui correspond au temps d'accès au pôle commercial depuis chaque point (arrêt) du réseau « LiA¹ ». Des entretiens avec les différents acteurs de la ville se sont révélés très efficaces pour expliquer le désintérêt des collectivités publiques pour la question de la desserte des centres commerciaux périphériques.

1. L'accessibilité aux commerces en transport en commun... ; les exclus des territoires de la consommation ?

- 6 La mobilité est devenue incontestablement l'élément majeur des relations sociales contemporaines. L'importance de celle-ci dans le fonctionnement du monde d'aujourd'hui lui confère une valeur particulière. Elle est désignée plus que jamais comme un « capital » [Lévy, 2000 ; Kaufmann, Jemelin, 2004]. La mobilité peut donc devenir facteur d'inégalités, parce qu'elle constitue une condition indispensable d'insertion à la vie sociale, en termes d'accès aux différentes activités de la vie quotidienne. Elle peut en effet ajouter une forme d'inégalité supplémentaire aux inégalités sociales de ressources et aux inégalités géographiques d'accès au logement qui en découlent [Beaucire et al., 2004]. L'inégalité face à la mobilité se distingue notamment en termes d'accès aux moyens de transports.
- 7 Les individus qui ne disposent pas de voiture individuelle pour se déplacer se trouvent dans une situation d'inégalité, voire d'exclusion face à l'accès aux espaces de consommation. Ces individus courent un risque d'isolement et de marginalisation [Orfeuil, 2004]. Ces exclus de la mobilité ne correspondent pas uniquement aux habitants des quartiers difficiles, ce sont aussi les personnes âgées, les jeunes et les membres non actifs de ménages monomotorisés qui, en raison de la spécialisation de l'espace urbain, se trouvent exclus eux aussi de ces territoires [Beaucire, 1996]. De ce fait, la question d'inégalité d'accès aux lieux de commerce prend toute sa place dans le débat actuel sur la ville durable.
- 8 Ce constat impose de revoir notre conception de la mission des transports en commun en termes de desserte ou plutôt de leur attribuer simplement un rôle social, destiné aux

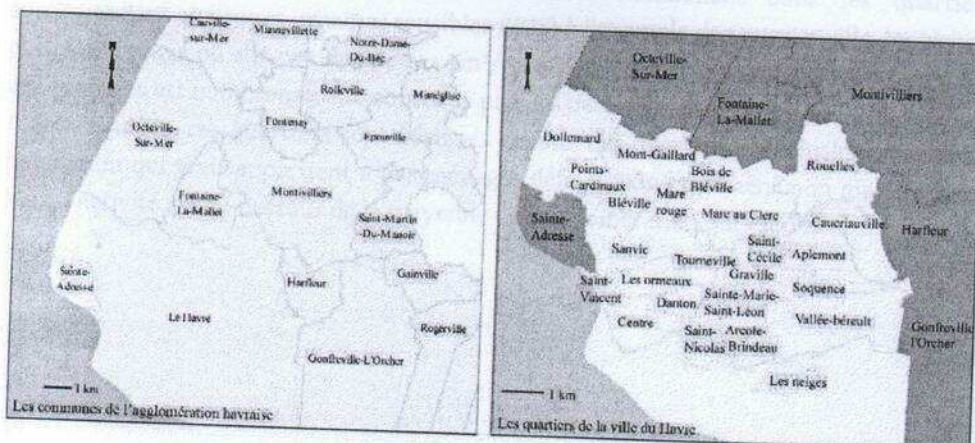
« captifs », notamment les scolaires ; il convient de s'interroger sur leur rôle en tant que service public, d'où la question de l'« accessibilité », c'est-à-dire la possibilité pour les non motorisés d'accéder aux différentes activités urbaines y compris celles situées en périphérie. Le réseau de transports publics ne doit en aucun cas exclure une portion d'espace, notamment un générateur de trafic tel qu'un centre commercial de périphérie. C'est d'ailleurs l'essence même des transports en commun [Ibidem].

2. Méthodologie

2.1. Présentation du terrain d'étude

- 9 Le périmètre d'étude de notre travail correspond à l'agglomération havraise (figure 1). La ville du Havre est, en effet, marquée par des déséquilibres dus essentiellement à sa situation géographique et à son histoire récente. En effet, après sa destruction pendant la Seconde guerre mondiale, la ville a été reconstruite dans la perspective de satisfaire la croissance de l'usage de l'automobile, avec des voies larges faciles à emprunter, mais avec un appareil commercial mal structuré et disséminé en plusieurs pôles commerciaux. Or, cette fragmentation du centre-ville, qui s'explique plus ou moins par la nature de la ville qui n'est pas médiévale, pose des problèmes de transports et ne joue pas en faveur de sa fréquentation commerciale.

Figure 1. Terrain d'étude



Sources : Insee.

- 10 La fragmentation du centre-ville est amplifiée par une baisse démographique importante de sa population et un isolement de la ville qui est ouverte uniquement sur 60° vers le Nord-Ouest ; elle est limitée à l'est et au nord-est par la mer et par la Seine au Sud. Cette vulnérabilité du centre-ville profite surtout au commerce périphérique qui joue un rôle important dans les pratiques d'achats des ménages.
- 11 Le niveau d'équipement en commerces est très variable d'un quartier à l'autre. Les communes de Montivilliers et Gonfreville-l'Orcher enregistrent les densités de commerces les plus élevées (jusqu'à 7m²/habitant) (tableau 1) car c'est dans ces communes périphériques que se trouvent les plus grandes concentrations de commerces avec deux grands hypermarchés ; « Auchan Grand Havre (La Lézarde) » à Montivilliers et « Leclerc » à Gonfreville-l'Orcher. Autour de ces hypermarchés se sont développées des

grandes surfaces spécialisées dans l'équipement de la personne et de la maison, en renforçant davantage l'attractivité de ces pôles commerciaux implantés dans l'entrée de ville (figure 2).

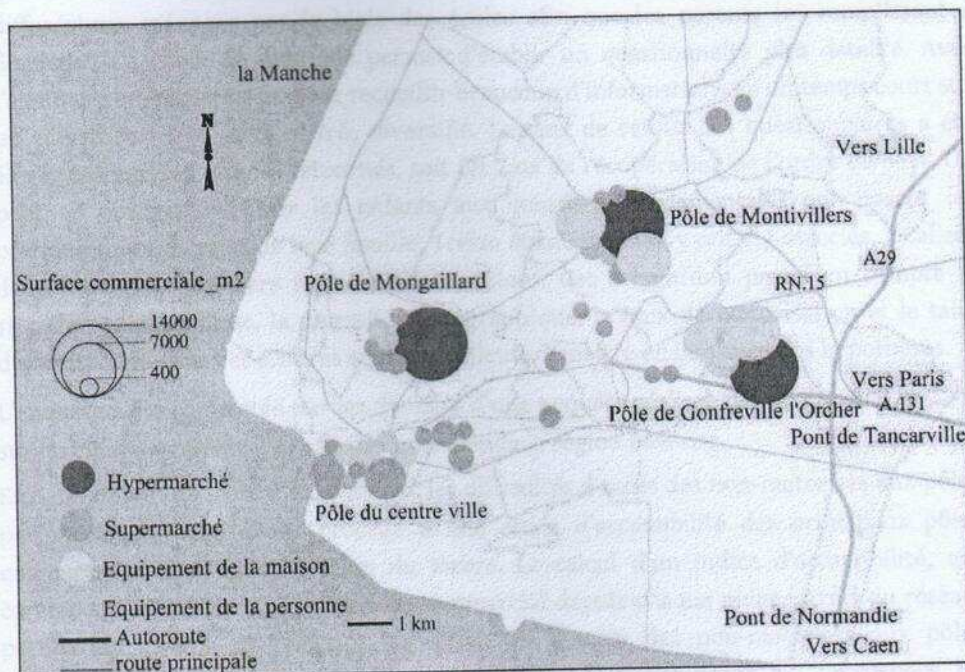
Tableau 1. Surfaces commerciales(en m²) selon le type d'enseigne par zone commerciale

Pôle commercial	Équip. Personne	Équip. maison	Culture et loisirs	Services	Santé	Hyper et supermarchés	Total
Espace Coty	11522	5139	6390	1406	1316	7612	33385
Grand Cap	1930	2461	513	1611	895	16615	24025
Grand Havre	9105	16505	20555	1294	715	18084	66258
Parc de l'Estuaire	6719	34929	1952	1571	604	12860	58635

Source : AURH, 2008.

- 12 Quant à la commune du Havre, le commerce de l'hyper centre du Havre qui occupe 72 000 m² de surface de vente en 2008, y compris la zone Coty, ne représente que 25 % des surfaces commerciales de l'agglomération. Dépourvu d'enseignes majeures, il se trouve délaissé au profit des commerces de périphérie. Il ne réalise que 22 % du chiffre d'affaires commercial. La densité commerciale est faible notamment dans les quartiers correspondant aux zones urbaines sensibles (ZUS) à l'exemple de Caucriauville, les Neiges et la Mare rouge où elle ne dépasse pas 1m²/habitant. Pourtant la population vivant dans ces quartiers est nombreuse, elle constitue plus du tiers de la population de la ville (+ 40 %). Sous-équipés, ces quartiers sont désignés comme des quartiers d'exclusion sociale. La population qui y vit appartient à des ménages défavorisés, largement non motorisés. Le taux d'activité est au-dessous de la moyenne de l'agglomération qui est de l'ordre de 37 %.

Figure 2. Les pôles commerciaux de l'agglomération du Havre



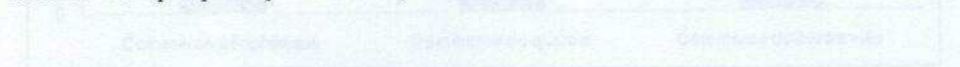
- 13 La proportion de ménages sans voiture individuelle est de 24 % sur l'ensemble de l'agglomération ; elle est beaucoup plus élevée pour les ménages résidant dans les ZUS² où vit une population aux revenus modestes ; elle atteint 40 % à Caucriauville et jusqu'à 50 % à la Mare Rouge. Dans leurs déplacements quotidiens, les habitants de ces quartiers défavorisés recourent ainsi essentiellement aux transports en commun et à la marche à pied.
- 14 Ces caractéristiques montrent la nécessité qu'a la population de ces quartiers à recourir aux commerces de proximité. Cette dépendance est parfois mal supportée, comme le soulignent R-P. Desse, P. Dugot, A. Gasnier, M. Pouzenc [2010] : « *Les personnes qui ont moins de 880 euros de revenus mensuels sont, de ce fait même, exclues d'une consommation « normale ».* Peu mobiles, elles ont recours aux commerces de proximité, lorsqu'ils existent, c'est à- dire aux commerces qui sont les plus chers. Cependant le sous-équipement commercial des ZUS oblige les habitants à se déplacer vers les centres commerciaux périphériques pour s'approvisionner. Bien que ces déplacements aient été atténués ces dernières années par l'implantation des magasins discount dans ces quartiers. Sur le territoire de l'agglomération les maxi-discounteurs sont localisés surtout dans les ZUS notamment à Caucriauville où ils sont au nombre de trois. Toutefois en l'absence de commerces non alimentaires dans les ZUS le consommateur est souvent contraint de se rendre dans une surface commerciale spécialisée en périphérie pour effectuer des achats autres qu'alimentaires. Or, les déplacements vers la périphérie en transports en commun se font apparemment dans des conditions spatio-temporelles difficiles.

2.2. Méthode

- 15 Dans un premier temps, et afin d'étudier l'accessibilité des lieux de commerce en transports en commun, nous aborderons la place des pôles commerciaux périphérique

dans les pratiques d'achats des ménages. Pour ce faire nous avons mené une enquête par questionnaire auprès des ménages havrais [Hani, 2011]³. 560 questionnaires ont été diffusés⁴ aux ménages par le biais des écoles afin que les parents les remplissent à domicile⁵. Ce choix de méthode permet d'établir un questionnaire plus détaillé. Avec l'appui des enseignants, on peut recueillir beaucoup d'informations en un temps court sur un échantillon très large et très diversifié. Le taux de retour des questionnaires a été élevé : 361 sur 560 ont été retournés, soit un taux de récupération de l'ordre de 66 %. On peut en outre sensibiliser les enfants aux questions fondamentales que posent les pratiques quotidiennes de leur famille. Treize établissements y ont été associés, localisés dans les treize quartiers formant l'échantillon⁶. Cet échantillon prend en compte la situation géographique, la diversité démographique, le taux de motorisation et le taux d'activité féminine. Ces critères sont, par ailleurs, à mettre en lien avec nos hypothèses.

- 16 L'enquête a été complétée par les données d'une enquête réalisée par de l'AURH⁷ en 2008 sur les comportements d'achats des ménages de la région havraise.
- 17 Ensuite, et afin de mettre en évidence les difficultés d'accès des non-motorisés aux pôles périphériques, nous avons procédé à une étude d'accessibilité des principaux pôles commerciaux de l'agglomération du Havre. Le calcul d'un indice d'accessibilité, qui correspond au temps d'accès au pôle commercial depuis chaque point (arrêt) du réseau, permet de mettre en évidence les difficultés d'accès des non-motorisés aux pôles périphériques. Les trajets sur mesure disponibles sur le site de « LiA » constituent, en effet, un moyen de calcul efficace. Cet outil permet d'avoir, en choisissant un lieu de départ et un lieu d'arrivée, tous les trajets possibles dans la plage horaire choisie⁸. Il permet par la suite de déterminer le trajet le plus court, entre les deux points du réseau, et le nombre de correspondances éventuelles. Pour chaque simulation ou trajet mesuré, l'itinéraire le plus rapide a été adopté. Celui-ci propose le temps de trajet le plus court.
- 18 Tous les arrêts du réseau de « LiA » ont été touchés par notre étude. Une analyse convenable de la desserte ne peut être crédible qu'à travers une exhaustivité de traitement. Il s'ensuit qu'en aucun cas on ne doit exclure une seule fraction de l'espace qui fait partie du réseau desservant le périmètre d'étude. Ainsi 876 trajets ont été déchiffrés, trajets empruntés entre tous les arrêts du réseau comme lieux d'origine et les arrêts desservant les quatre pôles commerciaux de l'agglomération : Espace Coty (hypercentre du Havre), Grand Cap (Montgaillard), Grand Havre (pôle périphérique de Montivilliers) et Parc de l'Estuaire (pôle périphérique de Gonfreville-l'Orcher). Nous avons choisi ces quatre pôles compte tenu de leur importance dans les pratiques d'achats des ménages.
- 19 Outre les enquêtes auprès des ménages et l'étude d'accessibilité, des entretiens avec des différents acteurs de la ville aussi bien du secteur des transports que du secteur de commerce se sont révélés indispensables et fructueux pour étudier les comportements motorisés des ménages dans leurs déplacements d'achats, notamment afin d'expliquer le désintérêt des collectivités publiques pour la question de la desserte des centres commerciaux périphériques en transport en commun.

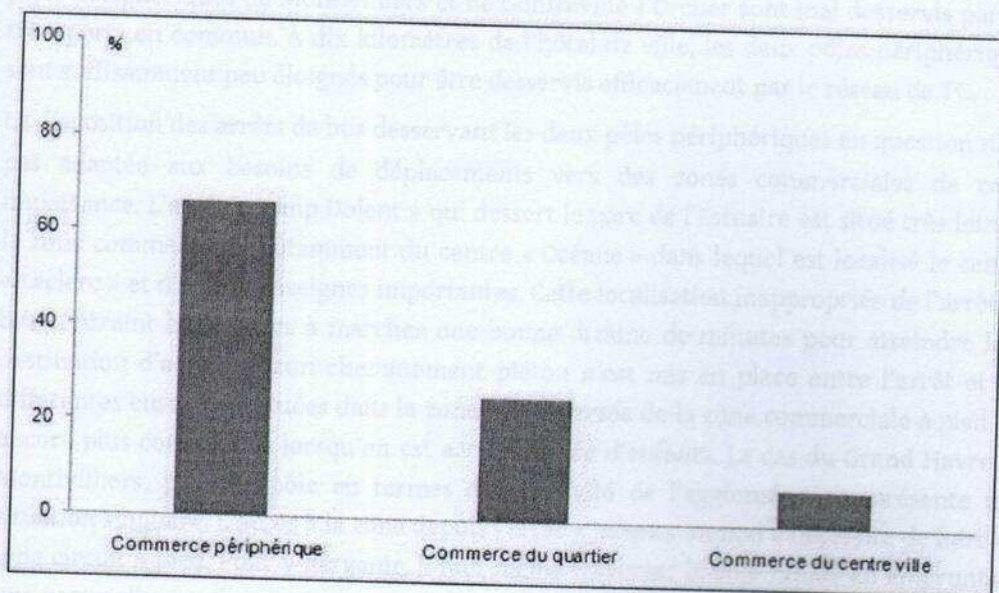


L'analyse de l'enquête réalisée par l'AURH en 2008, confirme le rôle central que jouent les pôles commerciaux périphériques dans les pratiques d'achats des ménages. Tous types d'achats confondus, les pôles périphériques regroupent plus de la moitié des dépenses de

3. Les pôles périphériques... une place prépondérante dans les pratiques d'achats

- 20 L'analyse des pratiques d'achats des ménages enquêtés [Ibidem] permet de faire la distinction entre deux groupes de ménages : les « ménages éclatés » et les « ménages restreints » [Hani, 2009]. Les ménages « éclatés » correspondent aux consommateurs fortement motorisés pratiquant un espace étendu qui se traduit par une très grande dispersion spatiale de leurs activités quotidiennes : scolarité, loisirs et achats. En revanche les ménages « restreints » sont moins motorisés et gardent essentiellement une pratique de la proximité géographique puisque limitée aux frontières de leurs secteurs de résidence. Le premier groupe comprend surtout les ménages habitant la première et la deuxième couronne périphérique. Quant au second groupe, il concerne les ménages habitant les quartiers de banlieue.
- 21 La mobilité « éclatée » des consommateurs, conjuguée à l'organisation multipolaire du commerce, a détourné un grand nombre de ménages des commerces de leurs quartiers et de ceux du centre-ville au profit des commerces périphériques (figure 3). Le consommateur cherche à fréquenter les commerces se trouvant sur ses trajets quotidiens facilement accessibles en voiture [Hani, 2009]. Les centres commerciaux implantés en frange d'agglomération répondent parfaitement aux nouvelles attentes de ces « ménages éclatés ». En effet, 66 % des ménages interrogés fréquentent le plus souvent le commerce de périphérie pour réaliser leurs achats, 26 % se limitent à la fréquentation du commerce de quartier et seulement 8 % des ménages font plus souvent leurs achats en centre-ville. Ces résultats témoignent de l'importance du commerce périphérique dans le quotidien des ménages. La possibilité de regrouper les achats favorise la fréquentation des commerces périphériques organisés autour d'un hypermarché [Desse, 1999].

Figure 3. Lieux d'achats fréquentés par les consommateurs havrais



- 22 L'analyse de l'enquête réalisée par l'AURH, en 2006, confirme le rôle crucial que jouent les pôles commerciaux périphériques dans les pratiques d'achats des ménages. Tous types d'achats confondus, les pôles périphériques regroupent plus de la moitié des dépenses des

ménages ; une part en augmentation par rapport à 2002 (49 %) (Tableau 2). L'hypercentre du Havre détient des parts de marché inférieures, même s'il conserve une position honorable dans les dépenses non alimentaires des ménages (37,9 %), notamment l'équipement de la personne et les services. Enfin, les quartiers ou les communes jouent un rôle non négligeable dans les achats alimentaires mais restent loin derrière les pôles périphériques

Tableau 2. Les dépenses commercialisées des ménages par pôle commercial en 2006

	Dépenses des ménages (%)		
	Tous types d'achats confondus	Sans dépenses alimentaires	Dépenses alimentaires
Hypercentre du Havre	22,6	37,9	3,4
Quartiers ou communes	24,7	12,8	39,6
Pôles périphériques	52,7	49,3	57

Source : AURH, 2008.

23 Cette analyse reflète donc un affaiblissement important du rôle du petit commerce dans les pratiques d'achats des ménages, au profit du grand commerce périphérique qui continue à exercer son attractivité, aussi bien pour les achats alimentaires que pour les achats non alimentaires.

4. Des territoires de consommation plus mal reliés au réseau que d'autres ?

- 24 Contrairement aux deux pôles commerciaux de Mont-Gaillard et de l'Espace Coty, les pôles périphériques de Montivilliers et de Gonfreville-l'Orcher sont mal desservis par les transports en commun. À dix kilomètres de l'hôtel de ville, les deux pôles périphériques sont suffisamment peu éloignés pour être desservis efficacement par le réseau de TC.
- 25 La disposition des arrêts de bus desservant les deux pôles périphériques en question n'est pas adaptée aux besoins de déplacements vers des zones commerciales de cette importance. L'arrêt « Camp Dolent » qui dessert le parc de l'Estuaire est situé très loin de la zone commerciale, notamment du centre « Océane » dans lequel est localisé le centre « Leclerc » et d'autres enseignes importantes. Cette localisation inappropriée de l'arrêt de bus contraint les usagers à marcher une bonne dizaine de minutes pour atteindre leur destination d'achat. Aucun cheminement piéton n'est mis en place entre l'arrêt et les différentes enseignes situées dans la zone. La traversée de la zone commerciale à pied est encore plus compliquée lorsqu'on est accompagnée d'enfants. Le cas du Grand Havre de Montivilliers, premier pôle en termes d'attractivité de l'agglomération, présente une situation similaire. L'accès à la zone depuis l'arrêt « Jacques Monod » nécessite de faire un long circuit à pied. Pour y parvenir, il faut même traverser la voie rapide en empruntant une passerelle.
- 26 La difficulté d'accès aux centres commerciaux périphériques en transports en commun est loin d'être le cas pour toutes les agglomérations de France. À l'instar de plusieurs d'entre elles telles que Tours, Rennes, Dijon, Brest, celle de Caen a mis en place une

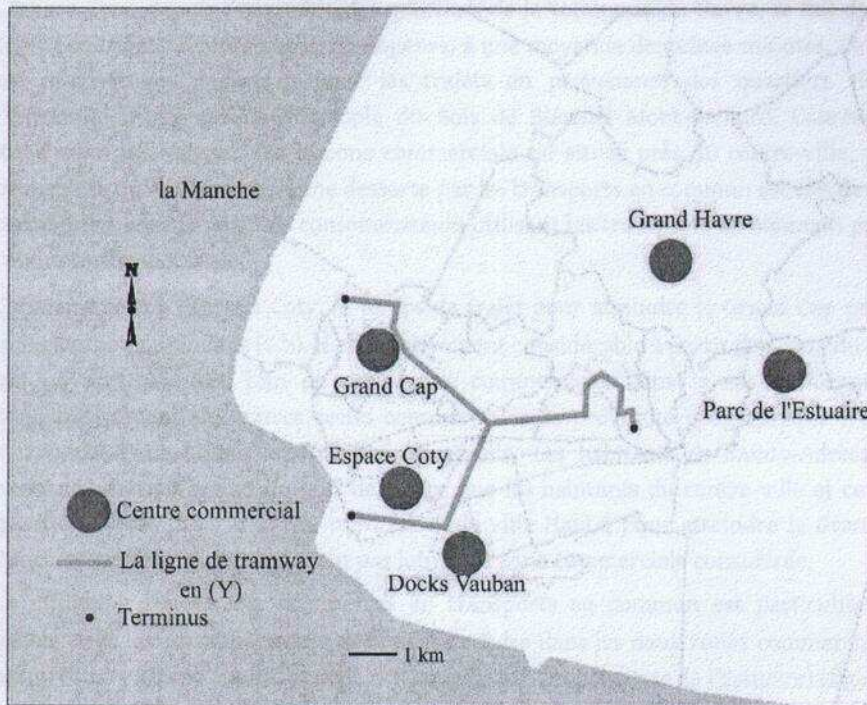
de l'Espace Coty est particulier (figure 5.a) puisqu'il est situé en centre-ville, lieu très bien desservi par le réseau de transport en commun. L'accès en transport en commun à l'Espace Coty, depuis l'ensemble des quartiers de la commune du Havre, se fait dans des temps de trajets acceptables et homogènes, à une moyenne de quinze minutes. Ce temps est relativement important pour les trajets en provenance des quartiers situés à l'extrémité de la ville, à l'exemple du Bois de Bléville, Mont-Gaillard, Caucriauville, Rouelles et les Neiges. Plus la zone commerciale est située près du centre-ville, plus la probabilité qu'elle ait une bonne desserte par les transports en commun est élevée et, par conséquent, plus la part des consommateurs utilisant les transports en commun pour s'y rendre sera importante.

- 38 Contrairement à l'Espace Coty, le temps de trajet pour atteindre le Grand Cap présente quelques hétérogénéités (5.b). Il est relativement considérable à partir des lieux du réseau qui ne sont pas très loin de cette zone commerciale. Dans le cas du Grand Cap, comparativement aux autres zones commerciales, la proximité géographique n'est pas synonyme d'une bonne accessibilité temporelle. Les habitants de Sainte-Adresse, par exemple, mettent beaucoup plus de temps que les habitants du centre-ville et ceux des quartiers situés dans la partie nord-est de la ville Haute, pour atteindre le Grand Cap. Pourtant, ces habitants n'habitent pas loin de la zone commerciale considérée.
- 39 La difficulté d'accès aux commerces en transports en commun est particulièrement visible pour les consommateurs désirant se rendre dans les deux zones commerciales de Montivilliers (Grand Havre) et celle de Gonfreville-l'Orcher (Parc de l'Estuaire) (figure 5.c) et (figure 5.d). Le temps de trajet est nettement significatif ; il dépasse les soixante minutes pour les quartiers situés au nord-est et au sud de la ville. La difficulté d'accès à ces zones commerciales importantes de l'agglomération pénalise les non-motorisés habitant les quartiers défavorisés tels que Mont-Gaillard, Mare rouge, Bléville au Nord et les Neiges et l'Eure au Sud.
- 40 En l'absence d'une liaison directe avec les pôles commerciaux périphériques, les habitants de ces quartiers, largement dépendants des transports en commun, sont contraints parfois de ne fréquenter que le centre commercial du Mont-Gaillard. Or, ce dernier, considéré comme un centre de proximité, n'offre pas tous les produits et les biens dont les habitants ont besoin. Les grandes surfaces spécialisées, proposant une multitude de choix de produits, sont surtout situées dans les communes périphériques : « Leroy Merlin » et « Décathlon » par exemple à Montivilliers, « Castorama », « Conformia » et « But » à Gonfreville-l'Orcher. Cette difficulté dans la mobilité d'achats est vécue, d'une part, comme une exclusion des territoires de la consommation ou une incitation à n'en privilégier que quelques-uns et, d'autre part, comme une incitation au repliement sur le quartier, notamment lorsque ce dernier est doté d'une grande surface commerciale, comme c'est le cas de Mont-Gaillard (M. Wiel, Y. Rollier 1993).

5. La desserte des centres commerciaux périphériques en transport en commun en site propre ... une hérésie ?

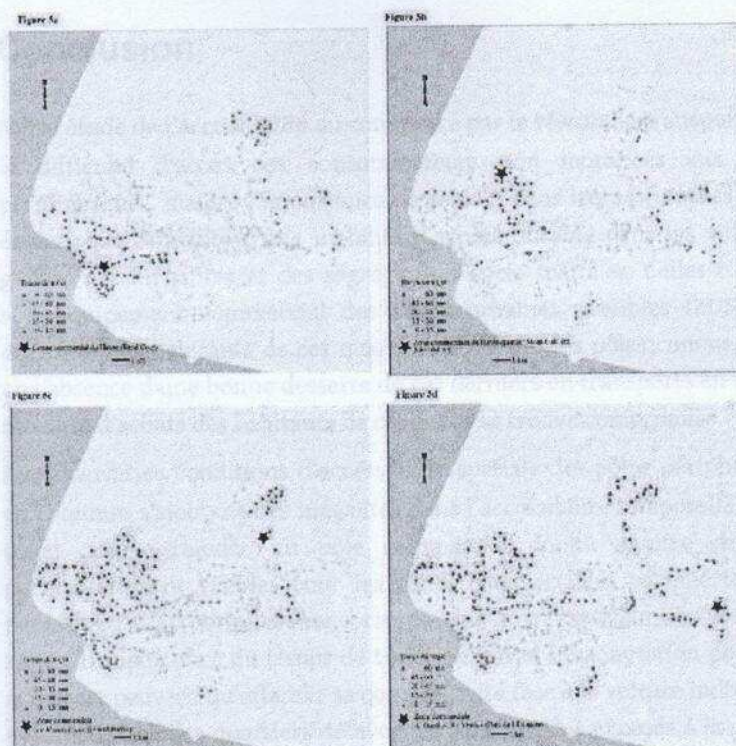
- 31 À l'instar de toutes les grandes agglomérations françaises, l'agglomération du Havre s'est enfin dotée d'un tramway en décembre 2012. Le retard dans la mise en place d'un tel projet s'explique par le fait que Le Havre, ville amplement reconstruite, ne connaissait pas, comme ailleurs, de congestion automobile. Le tramway sur rails relie la ville basse et la ville haute. Ce choix de tracé devrait surtout rapprocher les habitants de la ville haute et les réconcilier avec le centre-ville.
- 32 Par ailleurs, si la mise en service du tramway favorise l'accès notamment au centre-ville, via les quartiers de banlieue, les autres pôles générateurs de trafic, tels que les centres commerciaux périphériques ne bénéficient pas de cet avantage (figure 4). Ainsi les zones d'activités périphériques ne figurent pas parmi les priorités dans la politique de renforcement des transports collectifs au niveau de l'agglomération comme le souligne Claude Le Corre : « *Non pas particulièrement, les priorités ne sont pas là. Ce qui motive cette ligne de TCSP c'est le lien ville haute ville basse, la mise en relation des parties d'habitat dense avec le centre-ville, la relation avec la mer et la desserte des quartiers d'habitat social* ».
- 33 Le choix du tracé en faveur du centre-ville s'inscrit dans la politique actuelle de la ville qui consiste à redynamiser le centre-ville et renforcer l'attractivité de celui-ci. De ce fait toute initiative dans l'intérêt de la périphérie entre en contradiction avec les principes de cette politique comme nous l'explique Anne-Michèle Donnet¹⁰ : « *On ne peut pas être partout pareil. Si on dit d'un côté : « il faut développer le commerce de proximité pour restaurer l'attractivité des centres, on ne peut pas en même temps dire qu'il faut préserver les pôles périphériques* ». Pour les représentants de la chambre de commerce, l'avenir est dans les centres-villes, et l'objectif est de renverser la tendance actuelle où 53 % des dépenses des ménages havrais se réalisent à l'extérieur de la ville et où l'attractivité du commerce de centre-ville ne dépasse pas les frontières de la ville. De ce fait toute politique de transports en commun en faveur des centres commerciaux périphériques semble être contradictoire avec les objectifs visés.
- 34 Cependant le commerce périphérique a le droit d'exister et les pouvoirs publics doivent concilier les deux territoires de la ville pour trouver un équilibre. Parce que si les commerces ont déserté le centre-ville c'est qu'on les en a chassés, si nous reprenons l'expression de Michel-Edouard Leclerc dans un extrait de « Du Bruit dans le Landerneau »¹¹. Tous les grands magasins de la première génération tels que Leclerc et Carrefour étaient implantés en centre-ville et ce sont les contraintes réglementaires adoptées par les pouvoirs publics qui ont incité la grande distribution à quitter la ville. Aujourd'hui on demande à ces commerces de revenir en centre-ville ; ne faudrait-t-il pas plutôt s'occuper de ces centres commerciaux périphériques, qui deviennent selon Marc Auger [1992] de nouveaux lieux de rencontres, sans pourtant se contredire ? Suffira-t-il d'implanter des surfaces commerciales en centre-ville et de les desservir par un TCSP pour que les consommateurs quittent la périphérie et viennent s'approvisionner en centre-ville ? Pour les responsables de la ville l'objectif est clair ; on ne peut pas pour l'instant avoir deux politiques en même temps.

Figure 4. Ligne de tramway de l'agglomération du Havre



- 35 La non prise en compte des centres commerciaux de Montivilliers et de Gonfreville-l'Orcher dans la réflexion sur le nouveau réseau de tramway peut s'expliquer également par le fait que les transports en commun ne sont pas pratiques pour les gros achats qu'on réalise souvent dans ces pôles périphériques : « Si vous faites un caddie plein, même si vous avez un tramway qui va se mettre au raz d'un commerçant, la personne va avoir tellement de paquets que seule la voiture lui permet de transporter ses marchandises... celui qui fait des gros achats à Leroy Merlin par exemple ne peut pas prendre les transports en commun, ce n'est pas facile » (Daniel Fidelin)¹².
- 36 Cependant les consommateurs fréquentent-ils les centres commerciaux périphériques pour ne faire que de gros achats ? Ne se rendent-ils déjà pas dans un centre commercial périphérique que pour faire des courses ? Selon une enquête réalisée sur la fréquentation des centres commerciaux¹³, appartenant à des villes différentes, le motif « gros achats » n'est pas essentiel : 75 % des personnes quittent le centre commercial sans caddie et 40 % sortent sans achats. Ainsi, une grande partie de ces personnes peut utiliser facilement les transports en commun.
6. Les difficultés et les inégalités temporelles dans l'accessibilité aux commerces en transport en commun ?
- 37 L'étude du temps de trajet pour atteindre un pôle commercial permet de caractériser l'état d'accès à ces lieux à partir d'un autre lieu du réseau ; elle exprime ainsi des difficultés pour se rendre dans des lieux d'achats qui ne sont pas très éloignés du lieu de départ. La proximité physique du pôle commercial ne veut pas dire systématiquement qu'il est le plus rapidement accessible. En effet, les distances temps qui séparent les pôles commerciaux et les lieux proches se caractérisent par une certaine hétérogénéité. Le cas

Figure 5. Accessibilité temporelle en transports en commun des zones commerciales de l'agglomération du Havre



- 41 Par ailleurs, aucune liaison n'est assurée par le réseau entre le Grand Havre et le Parc de l'Estuaire malgré la courte distance (5 km) qui sépare les deux pôles. Pourtant, ces derniers sont complémentaires et ne disposent pas des mêmes enseignes. Le temps de trajet pour se déplacer d'un pôle à l'autre est très élevé, notamment en direction du parc de l'Estuaire ; il dépasse les soixante minutes (figure 5.d). Les consommateurs qui veulent se rendre dans ces pôles sont contraints de prendre une ou deux correspondances pour atteindre leur destination d'achat. Le manque de desserte en direction de ces pôles ne permet pas aux consommateurs, captifs du transport en commun, de profiter convenablement des avantages de l'offre commerciale de périphérie. Ces derniers n'ont pas, de ce fait, la possibilité de « zapper » d'un pôle commercial à l'autre, comme le font les automobilistes afin de tirer parti de la diversité des offres et surtout, de comparer les prix. Ainsi ces exclus ont un accès limité au schéma d'organisation multipolaire du commerce de l'agglomération [Hani, 2010] ; « ils sont tenus à l'écart de la pérégrination... les limites financières et une certaine représentation négative de leur accès possible à la ville les maintiendront au stade de la navette-une seule raison par déplacement- alors que leur projet de vie s'écartera des modèles préconisés par les médias et les acteurs sociaux » [M. Wiel, 1993]. Du fait de l'importance du prix dans le choix du lieu d'achats, certains consommateurs préfèrent, notamment en périodes de fêtes et des soldes, faire le tour des magasins pour comparer les prix et bénéficier de toutes les promotions offertes. Cependant la lecture de la figure 3 montre qu'il est difficile d'envisager de faire une pérégrination en bus entre ces zones commerciales.
- 42 Ainsi « aux capacités d'achats très réduites, se rajoutent des difficultés pour se déplacer, parfois faute d'un bon réseau de transport en commun, parfois par incapacité à se mouvoir dans la ville. La mobilité devient ainsi un enjeu social et un des premiers facteurs

de discrimination sociale, entre ceux qui peuvent et « savent » bouger et ceux qui ne peuvent pas » R-P. Desse, P. Dugot, A. Gasnier, M. Pouzenc [2010].

Conclusion

- 43 Notre étude de l'accessibilité au commerce par le réseau de transport en commun montre la difficulté d'accès des consommateurs non motorisés aux pôles commerciaux périphériques, malgré l'importance de ceux-ci dans leurs pratiques d'achats. Elle met en évidence la difficulté d'une mobilité d'achats durable dans les villes multipolaires, qui génère des inégalités et des ségrégations socio-spatiales. Celles-ci se traduisent par le sous-équipement commercial des zones urbaines sensibles (ZUS), mais aussi par la difficulté des habitants de ces quartiers à joindre les pôles commerciaux périphériques, en l'absence d'une bonne desserte de ces derniers en transports en commun. De ce fait la mobilité d'achats des habitants de ces zones se trouve compromise.
- 44 Aux mauvaises conditions d'accessibilité spatiale des pôles périphériques en transports en commun s'ajoutent des inégalités dans l'accessibilité temporelle. L'étude du temps de trajet pour atteindre un pôle commercial donné montre des difficultés d'accès particulièrement visibles pour les zones commerciales périphériques, en raison de la nécessité d'effectuer plusieurs correspondances à l'intérieur du réseau pour atteindre ces zones. L'importance du temps de trajet en bus et l'inadaptation de celui-ci pour les gros achats ne peuvent qu'affaiblir sa compétitivité face à la voiture individuelle. Les habitants non-motorisés des quartiers défavorisés sont les plus exposés à la difficulté d'accès à ces lieux de commerce. Même si ces derniers peuvent parfois trouver le nécessaire pour s'approvisionner dans leurs quartiers de résidence, l'accès aux lieux de commerce demeure néanmoins différencié.
- 45 Face à cet enjeu majeur, les collectivités locales ne semblent pas être trop impliquées. La politique actuelle de la ville consiste surtout à redynamiser le centre-ville et inverser l'attractivité pour faire revenir la population au centre-ville, sans se préoccuper de la périphérie. Certes, les tentatives de redynamisation du centre-ville par des implantations de centres commerciaux ne sont pas sans intérêt, mais elles ne sont pas suffisantes. Le commerce périphérique a le droit d'exister et les collectivités territoriales doivent concilier les deux territoires en question pour avoir une complémentarité. Il est question notamment de la desserte des pôles commerciaux périphériques par les transports en commun. Ces pôles sont a priori insuffisamment desservis par le réseau actuel. L'analyse permet d'interpeller des responsables politiques concentrés notamment sur la défense du centre-ville, voulant éviter ainsi la tentation du commerce alimentaire et spécialisé discount, de périphérie, aux ménages non motorisés.

BIBLIOGRAPHIE

AUGER M. (1992), *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil, 155p.

- BEAUCIRE F., BERGER M., SAINT-GERAND T. (2004), *L'accessibilité aux ressources de la ville dans les franges périurbaines d'Ile-de-France*, Paris, PREDIT, PUCA, 72 p.
- BEAUCIRE F. (1996), *Les transports publics et la ville*, Toulouse, Milan, 64 p.
- DESSE R-P., GASNIER A., PERON R. (2002), *L'organisation spatiale du commerce de détail : facteurs locaux de différenciation, politiques de régulation (Rapport ; Document Cartographique)*, PUCA, DGUHC, 221 p.
- DESSE René-Paul, DUGOT Philippe, GASNIER Arnaud, POUZENC Michaël (2010), *Mobilités et commerce à l'ère du développement durable*, Paris, Éditions L'Harmattan, 198 p.
- DESSE R-P. (2001), *Le nouveau commerce urbain, dynamique spatiale et stratégie des acteurs*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, coll. Espace et Territoire, 198 p.
- DESSE R-P. (1999), *La mobilité des consommateurs et les nouveaux espaces commerciaux*, Espace Populations Sociétés, n° 2, 20 p.
- DUPUY G. (1999), *La dépendance automobile*, Paris, Anthropos/Economica, 160 p.
- DELAGE M., HANI M. (2014), « Commerce et Mobilités, le cas du Havre », in A. Gasnier, N. Lemarchand (dir.), *Le commerce dans tous ses états, espaces marchands et enjeux de société, Espaces et Territoires*, Presses universitaires de Rennes, pp. 235-245.
- HANI M. (2011), *Essai méthodologique sur le chaînage des déplacements liés aux achats. Le cas de l'agglomération du Havre*, volume 57 du BSGLg, Revue de la Société Géographique de Liège, Belgique, pp. 69-80.
- HANI M. (2010), *Mobilité d'achats et dépendance automobile : la durabilité de la ville mise à l'épreuve*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de STECK B, Cirtai, Université du Havre, décembre 2010, 374 p.
- HANI M. (2010.a), « L'impossible commerce durable dans nos villes multipolaires. Le cas de l'agglomération du Havre », in A. Gasnier (dir.), *Commerce et ville ou commerce sans la ville ? Production urbaine, stratégies entrepreneuriales et politiques territoriales de développement durable*, Espaces et Territoires, Presses universitaires de Rennes, pp. 215-225.
- HANI M. (2009), *Chaînage des déplacements et pratiques d'achats des familles, Le cas de l'agglomération du Havre, Géocarrefour*, vol. 84/1-2, pp. 113-121.
- KAUFMANN V., JEMELIN C. (2004), « La motilité, une forme de capital permettant d'éviter les irréversibilités socio-spatiales », communication au colloque : *Espaces et sociétés aujourd'hui. La géographie sociale dans les sciences et dans l'action*, Rennes, Octobre 2004, 10 p.
- LEBRETON É. (2005), *Bouger pour s'en sortir. Mobilité quotidienne et intégration sociale*, Paris, Armand Colin, 247 p.
- LEVY Jacques (2000), « Les nouveaux espaces de la mobilité », in M. BONNET, D. DESJEUX (dir.), *Les territoires de la mobilité*, Paris, Presses Universitaires de France, pages 155-170.
- MOTTE B. (2006), *La dépendance automobile pour l'accès aux services aux ménages en grande couronne francilienne*, Thèse de doctorat en géographie, sous la direction de Francis BEAUCIRE, Université de Paris 1 Panthéon Sorbonne, 380 p.
- ORFEUIL J-P (2004), *Accessibilité, mobilité, inégalités : regards sur la question en France aujourd'hui*, in ORFEUIL J.-P., *Transports, pauvretés exclusions, pouvoir bouger pour s'en sortir*, La Tour-d'Aigues, Éditions de l'Aube, pp. 27-47.

RUIZ Henri-Noël (2008), Comportements d'achat des ménages de l'aire urbaine du Havre et place des pôles commerciaux du Pays Le Havre Pointe de Caux Estuaire, Étude n° 1301, Le Havre, AURH, Chambre de Commerce et d'Industrie du Havre,

WIEL M. (2005), Ville et mobilité : un couple infernal, La Tour-d'Aigues, Éditions de l'Aube, 90 p.

WIEL M., ROLLIER Y. (1993), La pérégrination, Mobilité et organisation de l'espace de Brest, AER/AUCUBE, CDU, 76 p.

NOTES

1. Le réseau de transport en commun de l'agglomération havraise.
2. Zones urbaines sensibles
3. Lien de l'article: <http://popups.ulg.ac.be/0770-7576/index.php?id=786>. Dans cet article méthodologique la méthode d'enquête par questionnaire réalisée en 2009 est explicitée en détail.
4. Avant diffusion, l'inspecteur d'Académie du Havre a été rencontré et sollicité sur trois points : l'accord de principe pour la réalisation de l'enquête ; les modalités de diffusion des questionnaires ; le repérage des écoles concernées par l'enquête. Ensuite, des entretiens ont été menés avec tous les directeurs des écoles désignées. Convaincre ces derniers de l'intérêt d'une telle démarche, pour l'école et les élèves en particulier, était crucial pour la bonne réussite de l'enquête. Ainsi, la rédaction d'une lettre d'accompagnement pour les parents d'élèves s'imposait.
5. Les questionnaires ont été distribués aux élèves par des enseignants désignés au préalable par l'inspecteur d'Académie. Ils étaient accompagnés d'une note explicative rédigée par l'inspecteur d'académie et d'une note du directeur de l'établissement scolaire. Un délai de quinze jours a été fixé pour le retour des questionnaires.
6. L'aire d'étude de nos travaux couvre l'agglomération, soit un total de 17 communes. Pour des raisons méthodologiques et pour affiner l'analyse, nous avons choisi de travailler sur l'échelle du quartier, avec un total de 43 quartiers. Cependant, l'importance numérique de tous ces quartiers empêche une enquête exhaustive ; le temps et les moyens ont manqué pour y parvenir. Par conséquent, un échantillon de 13 quartiers a été constitué.
7. Agence d'urbanisme de la région du Havre
8. Nous avons choisi de mesurer tous les trajets sur une plage horaire identique débutant à 16 h30, pour une journée de semaine, en dehors des jours fériés et des vacances. Ce choix prend en considération les déplacements d'achats qui s'effectuent souvent en fin de journée, bien que ces déplacements puissent se réaliser sur des horaires différents.
9. Communauté de l'agglomération havraise.
10. Ex-Directrice de l'agence d'urbanisme de la région du Havre
11. Extraits de *Du bruit dans le Landerneau*: Entretiens avec Yannick Le Bourdonnec, p 160 à 163 Michel-Edouard Leclerc - Albin Michel, 2004: www.michel-edouard-leclerc.com
12. Vice-président de la CODAH, chargé des transports, Député et Maire de Mannevillette
13. Les centres commerciaux choisis sont : Brest (Villeneuve), Dijon (Toison d'or), Rennes (Cesson-Rigourdière, Cleunay, Grand Quartier), Alençon (Le Point d'Alençon). 10 % des personnes quittent le centre commercial avec un caddie à moitié plein et 40% d'entre eux n'ont qu'un ou plusieurs sacs à la main. 20 % fréquentent un centre commercial pour un autre motif que des achats. Environ 1/3 ne fréquentent que la galerie commerciale, sans entrer dans l'hypermarché et enfin 84 % des personnes trouvent agréable de venir dans un centre commercial même si elles n'ont rien à acheter. Ces proportions sont identiques dans tous les centres commerciaux étudiés.

RÉSUMÉS

L'accroissement de la dépendance automobile des ménages, notamment pour les fréquentations commerciales a renforcé les inégalités de mobilité en accentuant les problèmes d'accessibilité aux ressources urbaines des ménages non ou faiblement motorisés. Pourtant la mobilité est une condition primordiale pour lutter contre l'exclusion sociale. L'article vise à étudier l'accessibilité en transports en commun des lieux de commerce. Il s'appuie sur une enquête réalisée auprès de 560 familles et une étude d'accessibilité des principaux pôles commerciaux de l'agglomération. L'étude met en lumière les inégalités socio-spatiales d'accès des populations non-motorisés aux lieux de commerce. Elle révèle des difficultés et des inégalités dans l'accessibilité temporelle aux différents lieux de commerce. Les habitants non-motorisés des quartiers défavorisés sont les plus exposés à ces difficultés. Même si ces derniers peuvent parfois s'approvisionner du nécessaire dans leurs quartiers de résidence, l'accès aux lieux de commerce demeure néanmoins différencié.

The increase of automobile dependence in household trips, particularly for shopping trips reinforced inequalities by increasing mobility problems access to urban resources of non-or low-owning households. Yet mobility is an essential condition to fight against social exclusion. The article aims to investigate the accessibility by public transport of the places of commerce. It is based on an investigation carried out on 560 families and a study of accessibility of the main commercial centers of the city. The study reveals the socio-spatial inequalities of access for non-motorized population to places of commerce. It discloses the difficulties and inequalities in access time to the different places of commerce. Non-motorized poor neighborhoods people are most exposed to these difficulties. Although they can sometimes find the need to stock in their district of residence, access to places of commerce remains nevertheless differentiated.

INDEX

Mots-clés : mobilité, commerce, accessibilité, inégalité, transport en commun, politique de la ville

Keywords : mobility, accessibility, inequality, public transport, policy of the city

AUTEUR

MOHAMED HANI

CIRTAI / IDEES, UMR 6266 CNRS

Université du Havre

25 Rue Philippe Lebon

76086 Le Havre Cedex (France)hani.mohamed.amine@gmail.com