



**L'ÉVOLUTION DE LA GÉOGRAPHIE
DU COMMERCE EN FRANCE :
UNE APPROCHE PAR LES STATISTIQUES D'EMPLOI**

Philippe MOATI
Jamy LIBOUTON
Laurent POUQUET

CAHIER DE RECHERCHE N° 207

NOVEMBRE 2004

Département « *Dynamique des marchés* »
dirigé par Laurent POUQUET

Cette recherche a bénéficié d'un financement au titre de la subvention recherche attribuée au CRÉDOC.

Pour vous procurer la version papier, veuillez contacter le Centre Infos Publications,
Tél. : 01 40 77 85 10 , e-mail : ezvan@credoc.fr

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	1
1. LES DONNÉES.....	6
2. VUE D'ENSEMBLE	8
2.1 Données de cadrage	8
2.2 La structure spatiale de l'appareil commercial selon la typologie de communes de l'INSEE	11
3. L'ÉVOLUTION DE LA GÉOGRAPHIE DU COMMERCE : APPROCHE GLOBALE.....	18
3.1 Un léger relâchement de l'emprise de l'urbain sur l'appareil commercial	18
3.2 Un rééquilibrage entre petites et grandes aires urbaines	20
3.3 Une réduction de la polarisation de l'appareil commercial au niveau interrégional	25
4. LA DYNAMIQUE SPATIALE DU COMMERCE À L'INTÉRIEUR DES AIRES URBAINES.....	30
4.1 Une dynamique "d'étalement commercial" particulièrement marquée dans les aires urbaines moyennes	30
4.2 Pôles urbains : le recul des villes-centres.....	32
4.3 Le commerce périurbain : une dynamique équilibrée.....	33
4.4 Un affaiblissement de la polarisation du commerce dans les aires urbaines	34
5. L'ÉVOLUTION DU COMMERCE HORS AIRES URBAINES	38
5.1 Les communes multipolarisées : stabilisation à faible niveau.....	38
5.2 Les espaces à dominante rurale : la vitalité commerciale retrouvée	38
CONCLUSION.....	40
BIBLIOGRAPHIE	44
ANNEXES.....	45
Répartition de l'appareil commercial par tranches de tailles d'aires urbaines	46
Évolution de la densité commerciale – Ensemble du commerce de détail.....	47
Évolution de la densité commerciale – Commerce non spécialisé	49
Évolution de la densité commerciale – Commerce alimentaire spécialisé	51
Évolution de la densité commerciale – Commerce de produits pharmaceutiques et parfumerie	53
Densité commerciale – Autres commerces spécialisés.....	55
Identification des aires urbaines.....	57

INTRODUCTION

Le secteur du commerce de détail en magasin se distingue de la plupart des autres secteurs d'activité (particulièrement des secteurs industriels) par la nécessité d'une rencontre physique entre l'offre et la demande. Il en résulte que la géographie du commerce est largement déterminée par la géographie résidentielle et les conditions de mobilité des consommateurs. Elle dépend également des stratégies de localisation des entreprises commerciales, lesquelles bien sûr intègrent les facteurs associés à la localisation et à la mobilité des consommateurs, mais sont également le reflet de choix stratégiques plus fondamentaux, de modèles de distribution.

Les dernières décennies, sur le plan de la géographie du commerce, ont été marquées par le mouvement de l'appareil commercial du centre des villes vers les périphéries, conséquence de la révolution commerciale associée à l'apparition du commerce en grandes surfaces "discount", de l'étalement de la géographie résidentielle et de la mobilité croissante des ménages. Cette étude a pour objectif d'analyser les évolutions intervenues dans la géographie du commerce au cours de la période 1990-2002.

Sur le plan démographique, cette période (que l'on appréhende essentiellement au travers de la comparaison des recensements de 1990 et de 1999) s'inscrit dans la continuité¹. La tendance est donc toujours à l'étalement urbain et à la périurbanisation. Alors que le cœur des agglomérations (les "pôles urbains"²) ne croît que faiblement et grâce principalement à l'"absorption" de territoires limitrophes, les couronnes périurbaines sont en croissance très rapide, étendent leur emprise spatiale et intègrent un nombre croissant de communes rurales. Ce mouvement joue comme une force centrifuge pour le commerce, toujours soucieux de suivre (ou d'anticiper) les mouvements de population. A une échelle plus large, les aires urbaines rassemblent une part toujours croissante de la population nationale et étendent leur emprise spatiale³ au détriment des espaces à dominante rurale dont la population continue de reculer. En outre, les aires urbaines témoignent d'un dynamisme très inégal : la moitié de la croissance démographique enregistrée entre 1990 et 1999 est concentrée dans 11 aires urbaines⁴,

¹ Voir, par exemple, Bessy-Pietri [2000], Bessy- Pietri et Sicamois [2001], Julien [2001].

² Voir définitions plus bas.

³ Elles totalisent 176 000 km² en 1999, contre 132 000 km² en 1990 [Julien, 2001].

⁴ La France compte 354 aires urbaines...

alors qu'il en fallait 19 entre 1982 et 1990 et 38 entre 1975 et 1982 pour atteindre le même seuil. Ce développement inégal a toute chance de marquer l'évolution de la géographie du commerce.

Sur le plan de la mobilité des ménages, l'enquête "Transport" réalisée par l'INSEE en 1994 a mis en évidence que, si le temps que les Français consacraient à leurs déplacements demeurait stable, les distances parcourues étaient croissantes, ce qui implique bien sûr une vitesse moyenne de déplacement plus élevée, liée notamment à l'augmentation de l'utilisation de l'automobile individuelle. Cette mobilité croissante a incontestablement encouragé le caractère centrifuge de la géographie du commerce. Nous manquons cependant de données systématiques permettant de caractériser l'évolution de la mobilité des ménages au cours des dix dernières années.

Si la période étudiée dans cette étude s'inscrit principalement dans la continuité sur le plan socio-démographique, elle a été le théâtre de transformations importantes dans le secteur du commerce. En termes synthétiques, la grande distribution a engagé une mutation structurelle consistant dans le passage d'un régime de croissance "extensive" à un régime de croissance "intensive" [Moati, 2001]. La logique de développement de la grande distribution fondée sur l'exploitation extensive du modèle discount (diffusion dans l'espace et déclinaison de la formule de manière à traiter une proportion croissante de besoins des consommateurs) s'épuise progressivement à mesure que s'étend le parc de points de vente et que progressent les parts de marché. En outre, le modèle de la grande distribution – profondément fordien – n'a pas su évoluer au rythme de son environnement économique et social et se trouve de plus en plus en porte-à-faux vis-à-vis des nouvelles attentes des consommateurs. Le régime de croissance intensive qui s'affirme est marqué par le nécessaire basculement des entreprises de distribution d'une logique d'achat à une logique de vente mettant les clients au cœur de la définition de la stratégie des entreprises et de la gestion opérationnelle des points de vente ; cette logique s'illustre notamment par la diffusion de stratégies visant à exploiter chaque segment de marché au moyen de concepts commerciaux différenciés. Par une réponse plus précise aux besoins des consommateurs, les nouveaux positionnements stratégiques stimulent les achats, fidélisent les clients et, souvent, réussissent à accroître la valeur ajoutée créée par l'entreprise commerciale.

Cette mutation de la grande distribution est susceptible d'avoir des conséquences spatiales en conduisant les distributeurs à adopter des logiques de localisation des points de vente s'écartant des critères habituels. Déjà, on observe l'engagement de nombreux distributeurs dans des stratégiques de déclinaison des formats qui consiste à aller à la rencontre des différents types de clients, dans différentes dispositions d'achat, avec des formats, des formules, voire des enseignes spécifiques ayant souvent des logiques d'implantation distinctes. C'est dans cette perspective par exemple que les

entreprises de la grande distribution sont de plus en plus amenées à s'intéresser au potentiel du commerce de centre ville, ou que les enseignes de grandes surfaces – traditionnellement implantées dans les grandes agglomérations – ont conçu des formats leur permettant de partir à la conquête des villes moyennes. De la même manière, face à des consommateurs de plus en plus mobiles et désireux de rationaliser l'usage de leur temps, les distributeurs explorent de nouveaux lieux de commerce, par exemple au cœur de zones de bureau ou le long des itinéraires de mobilité de leurs clients. Les enseignes les plus différenciées, ayant procédé à une segmentation très fine de leur marché, sont tentées de s'implanter au sein d'espaces qui, pour des raisons non directement commerciales, ont la faculté de susciter la fréquentation (l'"audience") de la cible visée⁵.

Les acteurs et les observateurs du commerce s'accordent sur certaines évolutions dans la géographie du commerce : redynamisation du centre-ville, renouveau du commerce rural, étalement du commerce périphérique dans les zones périurbaines, développement de la complémentarité sectorielle des différents pôles commerciaux à l'échelle d'une agglomération. Si les approches monographiques sont fréquentes⁶, s'appuyant sur les données disponibles dans les chambres consulaires ou créées par les cabinets spécialisés en géomarketing, les travaux statistiques effectués de façon systématique au niveau national manquent. Le présent travail vise à contribuer à combler cette lacune par l'analyse descriptive des transformations spatiales de la structure de l'appareil commercial national.

Les données mobilisées sont celles des effectifs salariés des établissements du secteur du commerce de détail collectées par l'UNÉDIC. L'analyse spatiale de ces données est effectuée sur la base du "zonage d'étude" établi par l'INSEE sur la base du recensement de 1999 et qui offre une typologie des communes pertinentes pour rendre compte de la dynamique de la géographie résidentielle et de la géographie du commerce. Par l'exploitation de ces données, cette étude cherche à dresser un état des lieux de l'appareil commercial, mais surtout à identifier les grandes évolutions intervenues au cours des 12 années de la période de référence (1990-2002). Cette analyse doit permettre de préciser un certain nombre d'évolutions concernant en particulier une éventuelle redynamisation du commerce de villes-centres et du commerce rural.

Une attention particulière est accordée au thème de la polarisation de l'appareil commercial. En effet, la révolution commerciale associée à la naissance de la grande distribution s'est accompagnée d'une

⁵ Que l'on pense, par exemple, à l'implantation de Nature et Découverte au sein du Palais de la découverte ou de la Cité des Sciences, ou à celle de Décathlon aux abords immédiats du Stade de France.

⁶ Voir, par exemple, Desse [2001].

polarisation de l'appareil commercial à l'intérieur et entre les agglomérations. A l'intérieur des agglomérations, le commerce a eu tendance à se polariser sur un petit nombre de pôles périphériques formés autour de centres commerciaux, de grandes surfaces alimentaires ou de parcs d'activités commerciales rassemblant un ensemble de grandes et moyennes surfaces spécialisées. Cette polarisation s'est opérée au détriment du commerce urbain et, en particulier, du commerce de quartier. A une échelle plus large, et de manière conforme à la théorie de places centrales, la concentration de l'appareil commercial a eu tendance à jouer en faveur des grandes agglomérations dont la densité et la richesse de l'appareil commercial, dans un contexte de mobilité accrue des consommateurs, ont souvent généré l'évasion de la clientèle des agglomérations voisines de moindre importance et le dépérissement du commerce rural.

Les déterminants de la géographie du commerce ont joué, au cours des dernières années, de manière contradictoire sur la concentration de l'appareil commercial. D'un côté, l'essor des moyennes et grandes surfaces spécialisées et la tendance à l'augmentation de la taille des points de vente⁷, la réduction du nombre de déplacements hebdomadaires pour motif de courses de la part des consommateurs confirmant le modèle de "massification des achats"... sont des forces qui entretiennent le mouvement de polarisation. De l'autre côté, l'étalement urbain, les stratégies des distributeurs visant à exploiter chaque poche de marché, la création de la part des grandes enseignes de formats "modèles réduits" du format original, l'action des collectivités locales visant à consolider leur appareil commercial et à ménager les grands équilibres... sont de nature à contrarier les forces de polarisation et à favoriser une répartition plus homogène de l'appareil commercial sur le territoire national.

Le rapport est organisé de la manière suivante. Après avoir présenté les données utilisées, on proposera une vue d'ensemble de la structure spatiale de l'appareil commercial en 2002. On introduira à cette occasion les principales notions associées au zonage d'étude de l'INSEE. L'analyse de l'évolution de la géographie du commerce commencera par une approche macro-géographique qui s'intéressera en particulier à la polarisation régionale de l'appareil commercial au niveau des aires urbaines. Nous nous intéresserons ensuite aux évolutions intervenues à des échelles spatiales plus fines, en particulière à l'évolution de la structure spatiale du commerce à l'intérieur des aires urbaines.

⁷ Voir les données présentées sur le site de la DECAS.

Le résultat principal qui ressort de cette étude est l'observation d'une dynamique de dispersion de l'appareil commercial. Si cette dynamique n'est pas de nature à remettre en cause le caractère très inégal de la répartition spatiale du commerce, elle est à l'œuvre à toutes les échelles géographiques. Si les évolutions démographiques ont favorisé ce mouvement, il est aussi la conséquence de l'évolution des stratégies d'implantation des distributeurs qui, voyant approcher le seuil de saturation de leur potentiel de croissance dans les zones à forte densité commerciale, s'installent au sein d'espaces où ils étaient jusqu'alors relativement peu présents. Les forces qui travaillent l'évolution de la géographie du commerce constituent une opportunité pour le commerce rural qui a connu un développement significatif au cours de la période étudiée. De même, si le commerce des villes-centres de pôles urbains continue de voir sa part dans l'appareil commercial se contracter, ce mouvement s'opère à un rythme qui se ralentit et le volume d'emploi commercial y a connu au cours des années récentes un accroissement significatif.

1. LES DONNÉES

Cette étude est réalisée sur la base des données d'emploi de l'UNÉDIC. Le champ couvert par ces données est l'ensemble des employeurs affiliés à l'assurance chômage, c'est-à-dire l'ensemble des établissements du secteur privé industriel et commercial employant au moins un salarié. Sont donc exclues du champ les entreprises commerciales, ayant généralement statut d'entreprise individuelle, exploitées par leur propriétaire et n'employant aucun salarié, c'est-à-dire une part non négligeable du petit commerce indépendant isolé ainsi qu'une part, sans doute modeste, des commerces indépendants franchisés ou appartenant à un groupement mais n'employant pas de salarié. Il convient de garder cette réserve à l'esprit dans l'analyse des résultats, notamment en ce qu'ils pourraient minorer le poids accordé à certains segments de l'appareil commercial (en particulier, le commerce alimentaire spécialisé en milieu urbain) et biaiser l'interprétation de certaines évolutions (ainsi, le développement de l'emploi salarié dans le commerce peut s'accompagner d'un recul plus ou moins marqué de l'emploi non salarié).

La comptabilisation des emplois se fait sur la base des effectifs employés au 31 décembre, ce qui est de nature à surestimer le volume d'emploi dans le commerce, dans la mesure où la fin d'année correspond traditionnellement à un pic d'activité dans les entreprises commerciales. Toutes les formes d'emploi salarié sont prises en compte (CDI, CDD, contrats d'apprentissage...), et quelle que soit la durée hebdomadaire du travail (il ne s'agit donc pas d'un volume d'emploi en équivalent temps plein). L'unité d'observation est l'établissement. Une entreprise multi-établissement est donc supposée transmettre les données d'emploi (mais aussi d'activité principale exercée) séparément pour chacun de ses établissements, ce qui permet théoriquement d'affecter précisément les emplois au lieu où l'activité des salariés est effectivement exercée. Toutefois, l'UNÉDIC précise qu'il est parfois difficile d'obtenir des entreprises multi-établissements qu'elles ventilent effectivement leurs effectifs par établissement. En dépit des contrôles et des corrections effectués par les statisticiens de l'UNÉDIC, il peut subsister des "centralisations" revenant à imputer à un seul lieu (et à une seule activité) l'ensemble des salariés d'une entreprise multi-établissement (et, le cas échéant, multi-activité).

L'objectif de cette étude étant d'analyser la géographie de l'appareil commercial, les données mobilisées sont supposées permettre de localiser et de caractériser les points de vente. Elles souffrent à cet égard de deux limites principales. D'une part, les établissements sièges de réseaux de distribution peuvent avoir un code APE correspondant à un secteur du commerce de détail et donc être intégrés

aux statistiques sans pour autant correspondre à un point de vente, ni même développer une activité commerciale autonome. D'autre part, les données mobilisées ne nous renseignent que de manière très rudimentaire sur le contenu de l'activité de chaque établissement, puisque nous ne connaissons que le code APE, les effectifs salariés au 31 décembre et la commune de localisation. Font donc défaut des variables que l'on a coutume de considérer dans l'analyse du commerce telles que la surface de vente, le chiffre d'affaires, le type de localisation à l'échelle infra-communale... Cette dernière lacune nous empêchera en particulier d'opérer un diagnostic rigoureux sur l'état de commerce en "centre ville", c'est-à-dire au sein de zones spécifiques à l'intérieur des communes.

Au plan sectoriel, le champ qui a été retenu est celui du commerce de détail. Ont été exclus de l'analyse la vente et la réparation automobile (dont on peut imaginer que la géographie obéit à des logiques spécifiques), la vente de carburants, ainsi que l'ensemble des secteurs de la réparation (codes NAF 527A, C, D, F, H). De même, et pour des raisons évidentes, les secteurs de la vente à distance (526A et 526B), de la vente à domicile (526G) et de la vente par automates (526H)⁸ n'ont pas été pris en compte.

Les données mobilisées se rapportent aux années 1990, 1995 et 2002, 2002 étant la dernière année pour laquelle il était possible de disposer des données définitives. 1990 et 1995 sont utilisées afin de permettre le repérage de tendance d'évolution. Notons que les deux sous-périodes ainsi constituées se distinguent par un contexte conjoncturel dominant très différent. Si le secteur du commerce est, dans son ensemble, généralement créateur d'emplois, la morosité de la conjoncture de la consommation a conduit à un recul de l'emploi salarié au début des années 90. La seconde moitié des années 90 est, à l'inverse, marqué par un contexte de forte reprise économique qui a stimulé la croissance de l'emploi dans le commerce. Le retournement de la conjoncture à partir de 2000 n'a que faiblement altéré la dynamique de création d'emplois dans le commerce, notamment en raison de la bonne tenue relative de la consommation des ménages.

⁸ Si l'on peut considérer qu'un automate est un point de vente, les effectifs salariés déclarés par les entreprises exploitant ces automates sont affectés à des établissements (et à leur commune d'implantation) n'exerçant généralement pas d'activité commerciale autonome.

2. VUE D'ENSEMBLE

2.1 Données de cadrage

Le champ couvert par cette étude rassemble, en 2002, 203 993 établissements employant environ 1,5 million de salariés. Sur la base de la population française de 1999, la densité commerciale est donc de 35 établissements et de 257 salariés pour 10 000 habitants⁹.

Données générales par catégories de communes en 2002 – Ensemble du commerce de détail

Catégorie de commune (valeurs brutes)	Effectifs totaux	Nb Etab.	% Effectifs	% Etab.	Densité / eff. (1)	Densité / Etab. (2)
France entière	1 501 313	203 993	100,0%	100,0%	256,6	34,9
Dans Aire Urbaine	1 295 239	166 908	86,3%	81,8%	287,5	37,0
<i>Pôle urbain</i>	1 182 536	151 047	78,8%	74,0%	331,2	42,3
VILLE CENTRE	611 470	91 510	40,7%	44,9%	385,5	57,7
BANLIEUE	571 066	59 537	38,0%	29,2%	287,8	30,0
<i>Couronne périurbaine</i>	112 703	15 861	7,5%	7,8%	120,6	17,0
VILLE CENTRE	58 731	7 683	3,9%	3,8%	212,5	27,8
BANLIEUE	13 786	1 553	0,9%	0,8%	178,6	20,1
RURAL	40 186	6 625	2,7%	3,2%	69,2	11,4
Hors Aire Urbaine	206 074	37 085	13,7%	18,2%	153,1	27,6
<i>Commune multipolarisée</i>	32 130	5 346	2,1%	2,6%	110,4	18,4
VILLE CENTRE	19 425	2 730	1,3%	1,3%	243,7	34,2
BANLIEUE	3 357	434	0,2%	0,2%	127,5	16,5
RURAL	9 348	2 182	0,6%	1,1%	50,5	11,8
<i>Espace à dominante rurale</i>	173 944	31 739	11,6%	15,6%	164,9	30,1
VILLE CENTRE	107 473	17 242	7,2%	8,5%	326,7	52,4
BANLIEUE	12 323	1 637	0,8%	0,8%	204,4	27,2
RURAL	54 148	12 860	3,6%	6,3%	81,3	19,3
Dans Unité Urbaine	1 397 631	182 326	93,1%	89,4%	316,2	41,3
VILLE CENTRE	797 099	119 165	53,1%	58,4%	351,0	52,5
BANLIEUE	600 532	63 161	40,0%	31,0%	279,5	29,4
Hors Unité Urbaine	103 682	21 667	6,9%	10,6%	72,4	15,1
RURAL	103 682	21 667	6,9%	10,6%	72,4	15,1

1 - Nombre de salariés du commerce / 10 000 habitants (données recensement 1999)

2 - Nombre d'établissements du commerce / 10 000 habitants (données recensement 1999)

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

⁹ Les données en notre possession ne nous permettent malheureusement pas le calcul de la densité en termes de m² commerciaux par habitant, qui est la plus couramment usitée dans le monde du commerce.

Sur l'ensemble de la période considérée, l'emploi salarié s'est accru de 20% et le nombre d'établissements de seulement 1%. La taille moyenne des établissements est donc en augmentation, passant de 6,2 à 7,4 salariés de 1990 à 2002. Le nombre d'emplois salariés par habitant s'est accru de près de 17% alors que le nombre d'établissements par habitant reculait de 2,2%¹⁰. Le développement de l'appareil commercial s'opère donc principalement par le remplacement de petits commerces par des points de vente de taille plus importante, ainsi que par l'extension de points de vente existants. Ces chiffres globaux masquent cependant une divergence d'évolution entre les deux sous-périodes étudiées. La période 1990-1995 est marquée par la quasi-stabilité de l'emploi et une réduction de près de 3% du nombre des établissements. A l'inverse, la période 1995-2002 a vu la croissance rapide de l'emploi salarié (+19,8%) et le retour à la croissance du nombre d'établissements (+4%)¹¹.

Ainsi, si l'appareil commercial ne s'étend que modérément en termes de nombre d'établissements, il présente un contenu en emploi de plus en plus important. En dépit des pronostics de saturation du potentiel de croissance, le commerce de détail a témoigné au cours de la période étudiée d'une capacité à progresser à une vitesse sensiblement plus rapide que la croissance de sa clientèle.

Les évolutions ont été contrastées sur le plan sectoriel. En se situant au niveau des macro-secteurs du commerce (NAF 220), un net clivage apparaît entre, d'une part, le commerce en magasin non spécialisé (dominé par les hypers et les supers (y compris le hard-discount)) et le commerce de produits pharmaceutiques et de parfumerie qui enregistrent une croissance de presque 30% de leurs effectifs sur la période étudiée et, d'autre part, les secteurs du commerce alimentaire spécialisé et des "autres commerces spécialisés" (le commerce non-alimentaire spécialisé) qui n'ont généré qu'une très faible croissance de l'emploi. Le nombre d'établissements baisse dans tous les secteurs, excepté le commerce de produits pharmaceutiques et de parfumerie. C'est dans le commerce non spécialisé que la réduction est la plus franche (-7,5% sur la période). Ces chiffres témoignent aussi d'une inégale

¹⁰ Les indicateurs de densité calculés pour 2002 sont construits à partir des données de population de 1999.

¹¹ Les statistiques d'emploi sont quelque peu brouillées par le travail à temps partiel. Rappelons que les données UNÉDIC comptabilisent les salariés, quel que soit leur temps de travail. L'analyse en évolution ne pose pas de problème lorsque la part des salariés travaillant à temps partiel est constante. Or cette part a été variable de manière non monotone au cours de la période étudiée. Plus précisément, les données de l'INSEE indiquent une progression de la part des salariés du commerce à temps partiel de 1990 à 1998, suivie d'une réduction jusqu'en 2002. Il s'ensuit que la quasi-stabilité de l'emploi que nous observons entre 1990 et 1995 peut dissimuler en réalité une baisse en équivalent temps plein. L'interprétation de l'influence de la variation de la part du temps partiel sur l'évolution de l'emploi entre 1995 et 2002 est plus délicate, même si cette influence est plutôt de nature à conforter le diagnostic d'une forte croissance de l'emploi au cours de cette sous-période.

dynamique de la transformation des structures à l'intérieur de chacun des grands secteurs qui s'illustre par la manière dont a évolué la taille moyenne des établissements. Cette dernière s'est accrue de près de 40% en 12 ans dans le commerce non spécialisé, ce qui reflète à la fois le recul du poids, dans ce secteur, du commerce en petites surfaces (commerces d'alimentation générale, supérettes...) et la dynamique d'agrandissement des surfaces de supers et d'hypers. A l'opposé, la taille moyenne des établissements du commerce alimentaire non spécialisé n'a que très modestement progressé. Au final, le nombre d'emplois par habitant progresse dans tous les secteurs excepté le commerce de produits alimentaires spécialisé, et la croissance dépasse les 20% dans le commerce non spécialisé et la pharmacie-parfumerie. Appréhendée par le nombre d'établissements par habitant, la densité commerciale recule dans chacun des secteurs – et en particulier dans le commerce non spécialisé (-10%), excepté la pharmacie-parfumerie.

Évolution de l'appareil commercial par grands secteurs

Secteurs	Effectifs totaux			nb étab.		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
521 - Commerce non spécialisé	486 884	497 702	619 157	24 473	23 096	22 599
522 - Commerce alim. spécialisé	26 245	25 868	26 437	7 729	7 740	7 399
523 - Com. de prod. pharm. et parf.	13 120	14 463	16 984	3 820	3 986	4 135
524 - Autres commerces spé.	332 491	312 357	354 416	78 114	73 643	76 292

Secteurs	EVOLUTIONS				DENSITE DE L'APP. COMMERCIAL (pour 10 000 hab.) (1)			
	Effectifs totaux		nb étab.		Effectifs totaux		nb étab.	
	90-95	95-02	90-95	95-02	1990	2002	1990	2002
521 - Commerce non spécialisé	2,2%	24,4%	-5,6%	-2,2%	104,24	128,64	5,24	4,70
522 - Commerce alim. spécialisé	-1,4%	2,2%	0,1%	-4,4%	13,84	13,42	4,08	3,76
523 - Com. de prod. pharm. et parf.	10,2%	17,4%	4,3%	3,7%	26,13	32,66	7,61	7,95
524 - Autres commerces spé.	-6,1%	13,5%	-5,7%	3,6%	150,45	156,97	35,35	33,79

(1) Recensement 1990 pour 1990, recensement 1999 pour 2002

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Il ressort de cette vision d'ensemble que l'évolution de l'appareil commercial entre 1990 et 2002 a été marquée par une croissance soutenu de l'emploi, nourrissant la progression de la densité commerciale appréhendée par le nombre de salariés du commerce par habitant. Cette croissance s'est inscrite dans un processus de concentration de l'activité commerciale autour d'un nombre légèrement décroissant

d'établissements, dont la taille moyenne est en croissance. La grande distribution alimentaire a été l'acteur majeur de ces évolutions.

2.2 La structure spatiale de l'appareil commercial selon la typologie de communes de l'INSEE

Les professionnels du commerce, lorsqu'ils s'intéressent aux implantations de points de vente à l'inscription territoriale de l'appareil commercial, utilisent les notions de "centre ville", "périphérie", "zone rurale", qu'ils couplent souvent avec celles de "grande agglomération", "ville moyenne", "commerce de bourg" ou "commerce rural". Ces notions donnent lieu, au mieux, à des définitions idiosyncrasiques, et se révèlent souvent inadaptées pour rendre compte de la complexité des structures urbaines contemporaines. C'est pour être en mesure d'appréhender de manière rigoureuse cette complexité, que l'INSEE a élaboré, sur la base des résultats du recensement, une typologie des espaces urbains. Cette typologie, qui repose sur des facteurs à la fois géographique (contrainte de contiguïté), démographique (taille de la population) et économique (localisation de l'emploi et orientation des flux domicile-travail), est d'un premier abord complexe. L'effort de familiarisation avec les concepts qui la fondent et leur définition est le prix à payer pour l'établissement d'un diagnostic précis et nuancé de la situation de la géographie du commerce et de ses évolutions.

L'unité d'observation est l'**unité urbaine**. Une unité urbaine est une commune (dite **ville isolée**) ou, plus souvent, une agglomération de communes contiguës (dite **agglomération urbaine**) et dont la population dépasse les 2 000 personnes. Les communes de moins de 2 000 habitants et séparées des communes les plus proches par plus de 200 mètres sont qualifiées de **communes rurales**¹². Avec près de 90% des établissements et plus de 93% des emplois salariés, l'appareil commercial est très concentré dans les unités urbaines.

Les unités urbaines (hormis les villes isolées) sont composées d'une **ville-centre** et d'une **banlieue**. La ville-centre est la commune qui abrite plus de 50% de la population de l'unité urbaine. Lorsque aucune commune ne franchit ce seuil, la commune la plus peuplée, ainsi que chaque commune ayant une population supérieure à 50% de la population de cette dernière, sont considérées comme villes-centres. Notons que la notion de ville-centre ne se confond pas avec celle de centre-ville, très difficile à appréhender statistiquement, qui désigne communément une (ou plusieurs) partie(s) de commune,

¹² Notons que les communes rurales n'appartiennent pas nécessairement à des espaces à dominante rurale.

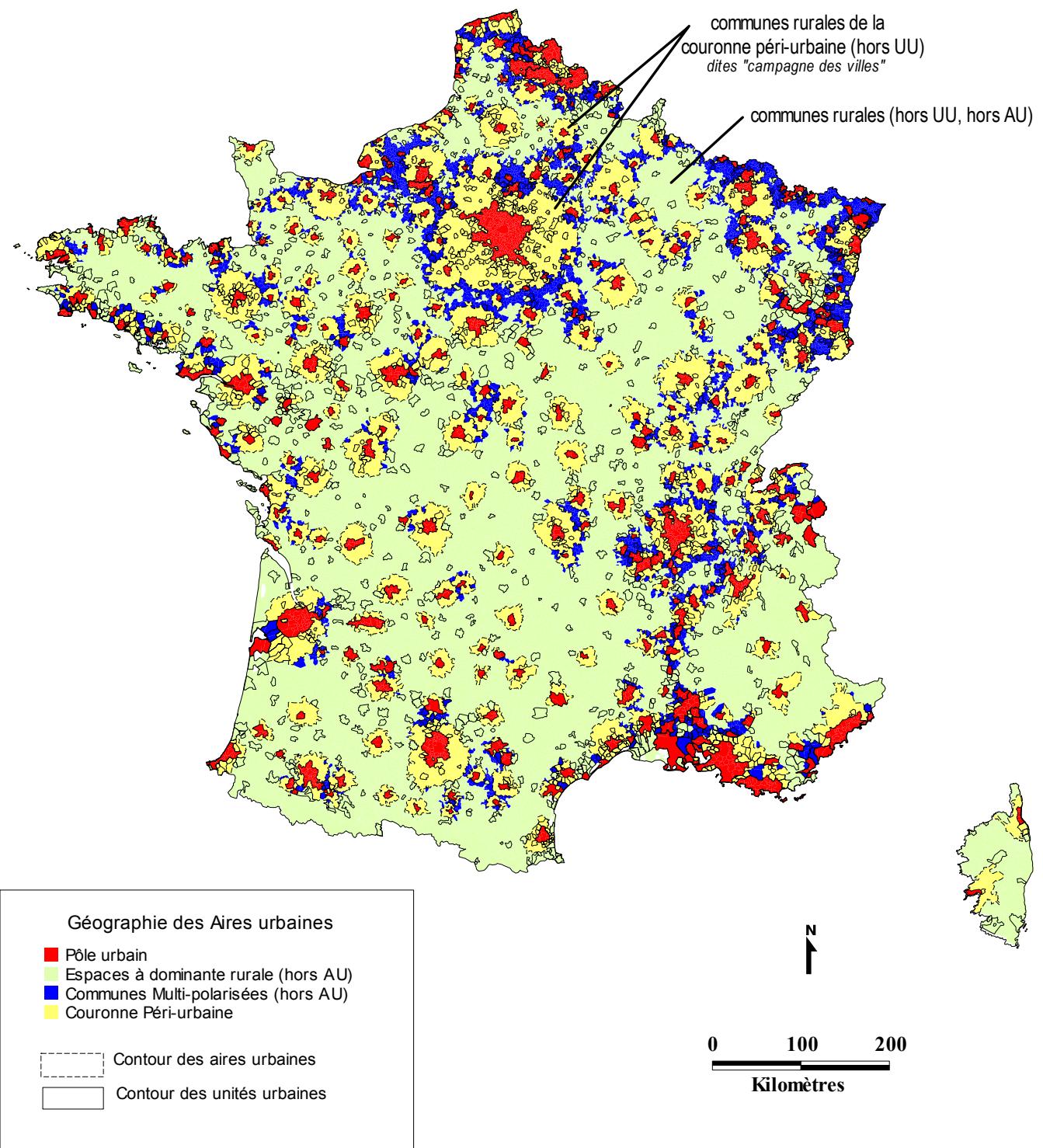
marquée(s) par un caractère de centralité. 58% des établissements du commerce de détail sont localisés dans les villes-centres (soit 63% des établissements implantés dans les unités urbaines), employant un peu plus d'un salarié du commerce sur deux. Les banlieues rassemblent quant à elles environ 30% des établissements du commerce de détail mais 40% des effectifs salariés, la taille moyenne des établissements étant sensiblement plus élevée qu'en villes-centres (9,5 salariés contre 6,7). Sur le plan sectoriel ,l'appareil commercial est plus diversifié en villes-centres qu'en banlieues¹³.

L'étendue du mouvement de périurbanisation et d'étalement urbain rend nécessaire le dépassement de la distinction entre villes-centres et banlieues pour rendre compte de la structure urbaine. C'est dans cette perspective que l'INSEE a élaboré la notion d'aire urbaine. Une **aire urbaine** est un ensemble de communes, d'un seul tenant et sans enclave, constitué d'un pôle urbain et d'une couronne périurbaine. Le **pôle urbain** est une unité urbaine offrant au moins 5 000 emplois et qui n'appartient pas à la couronne périurbaine d'une autre pôle urbain. La **couronne périurbaine** de l'aire urbaine est constituée des unités urbaines et des communes rurales dont au moins 40% de la population résidente ayant un emploi travaille dans le pôle ou dans des communes attirées par celui-ci (d'autres communes de la couronne périurbaine). La couronne périurbaine n'obéit donc pas à la contrainte de continuité du bâti, ce qui signifie que des espaces ruraux peuvent s'intercaler dans le maillage urbain. On notera en particulier l'existence de communes rurales au sein des aires urbaines (ce que l'on appelle quelquefois la "campagne des villes"). Notons que chaque unité urbaine composant l'aire urbaine (dans le pôle ou dans la couronne) comporte une ville-centre et une banlieue.

¹³ Tout au long de cette étude, le degré de diversification (ou de spécialisation) de l'appareil commercial d'une unité territoriale est mesuré par l'indice d'Herfindahl à partir de la décomposition de l'emploi commercial et du nombre d'établissements du commerce au niveau le plus fin de la nomenclature sectorielle (NAF 700). Ainsi, l'indice d'Herfindahl

pour l'unité territoriale j se calcule comme : $H_j = \sum_{i=1}^{39} s_i^2$, où $s_i = \frac{X_i}{\sum_i X_i}$ avec X_i = effectifs salariés (ou nombre d'établissements) du secteur i . Plus H_j est faible, plus l'unité territoriale considérée présente un appareil commercial diversifié.

Géographie des Aires Urbaines



Source : INSEE

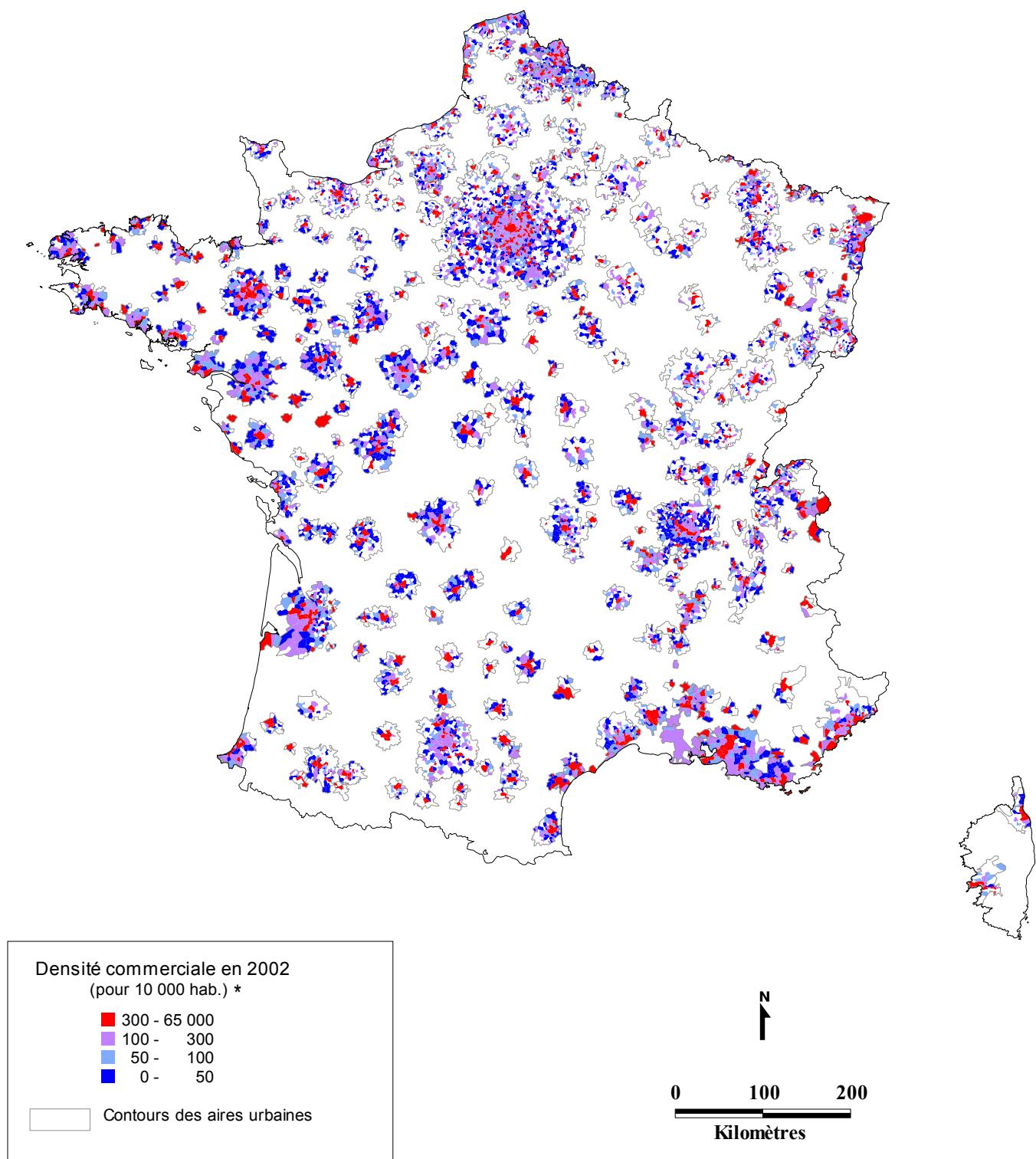
Sur la base des résultats du recensement de 1999, la France compte 354 aires urbaines. Avec 82% des établissements et 86% des emplois salariés, les aires urbaines abritent l'essentiel de l'appareil commercial national. Au sein des aires urbaines, le commerce se concentre dans les pôles urbains (74% du nombre total d'établissements et 79% de l'emploi national), les couronnes périurbaines ne représentant que 7% à 8% de l'appareil commercial national. Le commerce dans les pôles urbains se répartit de manière grossièrement équilibrée entre les villes-centres et les banlieues sur le plan de l'emploi, mais le poids des villes-centres est sensiblement plus élevé en termes de nombre d'établissements, en raison de la concentration des commerces de grandes surfaces en banlieue. C'est au sein des villes-centres des pôles urbains que le commerce est le plus diversifié sur le plan sectoriel. A l'opposé, il atteint ses plus forts degrés de spécialisation dans les couronnes périurbaines et en dehors des aires urbaines, dans les communes banlieues de villes-centres et dans les communes rurales.

Toutes les communes n'appartiennent pas à une aire urbaine. Hors aires urbaines, l'INSEE identifie tout d'abord les **communes multipolarisées**. Il s'agit de communes rurales et d'unités urbaines dont au moins 40% de la population résidente ayant un emploi travaille au sein d'aires urbaines, sans qu'aucune d'entre elles n'atteigne ce seuil, et qui forment avec ces aires urbaines un ensemble d'un seul tenant. Enfin, l'**espace à dominante rurale** regroupe toutes les autres communes, unités urbaines et communes rurales n'appartenant pas à une aire urbaine et trop faiblement attirées, sur le plan de l'emploi, par les aires urbaines environnantes pour satisfaire aux critères de définition des communes multipolarisées. Hors aires urbaines, c'est dans l'espace à dominante rurale que se concentre l'essentiel de l'appareil commercial (15,6% du nombre total d'établissements, mais seulement 11,6% de l'emploi salarié, le commerce en zone rural étant caractérisé par une taille moyenne des établissements relativement basse¹⁴⁾), les communes multipolarisées n'occupant qu'une position marginale (moins de 3% selon les deux critères).

Cette hiérarchisation spatiale de l'appareil commercial n'est, bien sûr, pas indépendante de la structure de la population, l'appareil commercial se concentrant dans les zones les plus peuplées. Cependant, la densité commerciale est très inégale selon le type de zone, témoignant d'une logique de polarisation de l'appareil commercial. Ainsi, exprimée en nombre d'emplois salariés par habitant, la densité commerciale est quatre fois plus importante dans les unités urbaines que dans les communes rurales.

¹⁴ 5,5 salariés.

Densité commerciale dans les aires urbaines

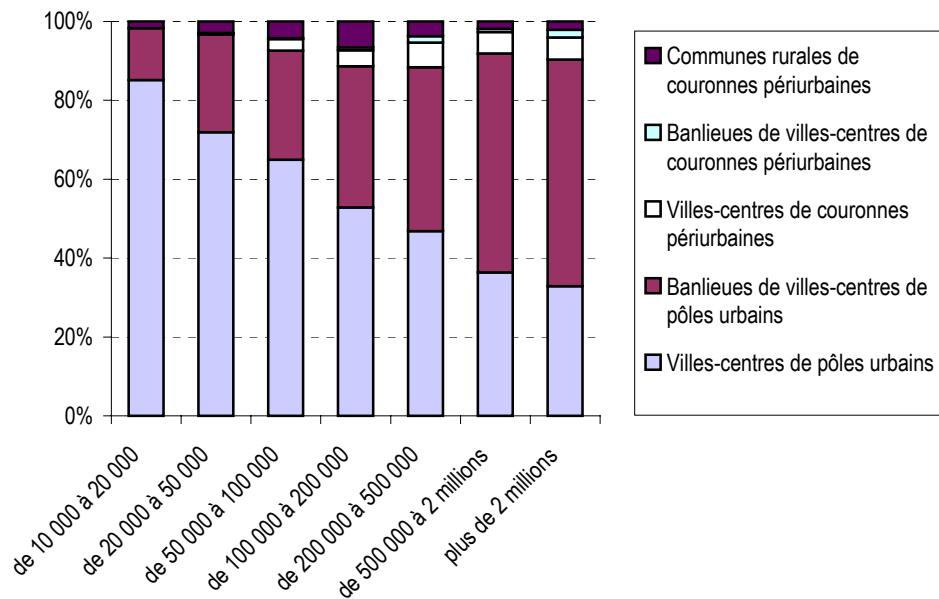


* sur la base du recensement 1999

De même, elle est presque deux fois supérieure dans les aires urbaines que hors aires urbaines. Les communes multipolarisées cumulent une très faible part dans l'appareil commercial national et une densité commerciale inférieure même à celle des espaces à dominante rurale, ce qui souligne la vocation essentiellement résidentielle de ce type de communes. Au sein des aires urbaines, la densité en emplois de l'appareil commercial est près de trois fois plus importante dans les pôles urbains que dans les couronnes périurbaines, et le record de densité, toutes catégories, est observé dans les villes-centres des pôles urbains (385 emplois / 10 000 habitants), alors que les communes rurales des communes multipolarisées se placent en queue du classement (50).

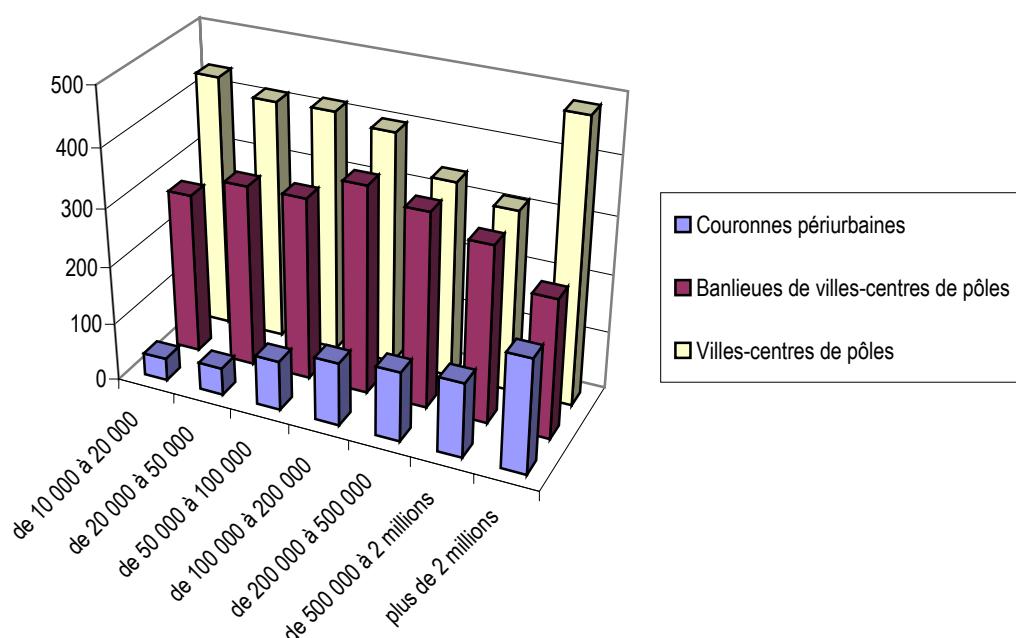
A l'intérieur des aires urbaines, la densité est le plus souvent liée à l'importance de la population, mais de façon différenciée. Ainsi, c'est dans les petites aires urbaines (moins de 200 000 habitants) que la densité des pôles urbains est la plus forte. Si l'on met de côté l'aire parisienne, c'est ainsi dans les petites aires urbaines que la densité commerciale des villes-centres de pôles urbains est la plus élevée. Les écarts de densité par tranche de taille des aires urbaines sont moins tranchés concernant les banlieues de pôles urbains. Par contre, la densité commerciale des couronnes périurbaines est nettement croissante avec la taille des aires urbaines. Il ressort de cette différenciation des densités commerciales selon la taille des aires urbaines un modèle de développement de l'appareil commercial qui débute par la densification des villes-centres puis s'étend aux banlieues et ensuite aux couronnes périurbaines, l'étalement du commerce s'effectuant avec une plus forte intensité encore que celui des populations.

Structure par catégories de communes de l'emploi salarié dans le commerce par tranches de taille d'aires urbaines - 2002



Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Densité commerciale des différents catégories de communes par tranches de taille d'aires urbaines - 2002 (emplois salariés dans le commerce de détail / 10000 habitants)



Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

3. L'ÉVOLUTION DE LA GÉOGRAPHIE DU COMMERCE : APPROCHE GLOBALE

3.1 Un léger relâchement de l'emprise de l'urbain sur l'appareil commercial

S'il reste écrasant, le poids des aires urbaines dans la structure de l'appareil commercial national s'est légèrement et régulièrement contracté entre 1990 et 2002, tout au moins sous l'angle de l'emploi commercial, avec une part qui est passée de 87% à 86,3%. En termes d'établissements, le poids des aires urbaines est resté stable. Remarquons que la géographie du commerce évolue à cet égard à contre-courant de la géographie résidentielle¹⁵.

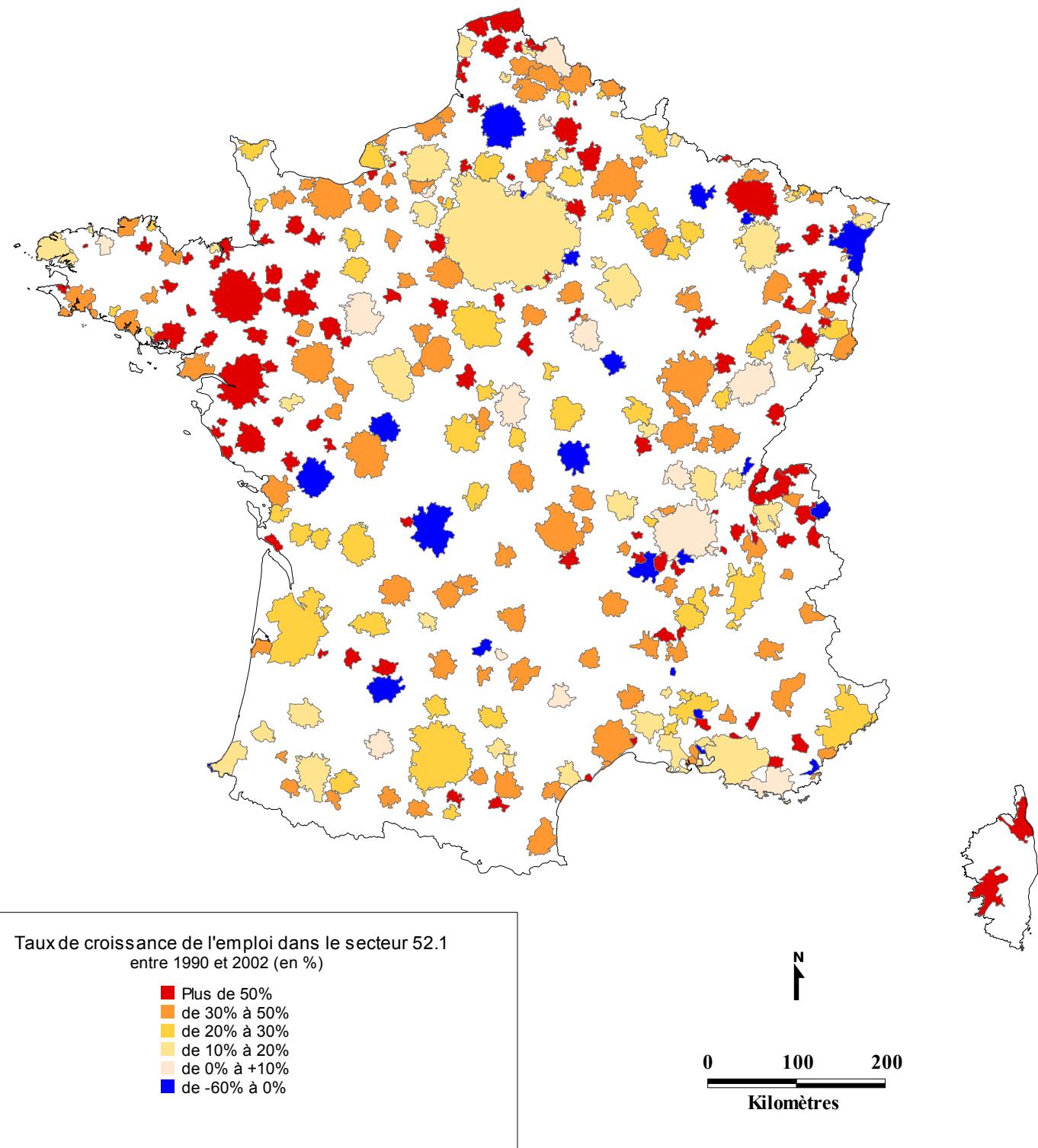
Cette évolution n'est pas liée à la démographie puisque la croissance de la densité commerciale (effectifs salariés / population) s'est accrue sensiblement plus vite hors aires urbaines (+25% entre 1990 et 2002) que dans l'ensemble des aires urbaines (+15%). Nous avons là une première manifestation d'un processus de déconcentration de l'appareil commercial que l'on retrouvera au travers d'autres évolutions de la structure spatiale de l'appareil commercial.

Ce dynamisme relatif dont témoignent en moyenne les zones hors aires urbaines est totalement imputable aux espaces à dominante rurale dont le poids dans le total de l'emploi commercial national est passé de 10,9% en 1990 à 11,6% en 2002 (avec un poids dans le nombre d'établissements qui demeure stable), conduisant à un accroissement de 27% de leur densité en emplois commerciaux. Le poids des communes multipolarisées dans l'appareil commercial est stable à un niveau faible et leur densité en emplois commerciaux progresse à un rythme très inférieur au niveau national (+15%).

Ce mouvement d'"évasion" du commerce hors des aires urbaines est surtout caractéristique du secteur du commerce non spécialisé dans lequel les communes hors aires urbaines rassemblent désormais plus de 16% de l'emploi national (+2,7 points entre 1990 et 2002) et 28% des établissements (+0,5 point). Ce mouvement profite en particulier à l'espace à dominante rurale qui voit ses effectifs dans ce secteur s'accroître de 32% et sa densité en emplois de 53%, conduisant à un niveau de densité proche de celui observé dans les aires urbaines (122,43 emplois pour 10 000 habitants contre 129,91).

¹⁵ La part de la population résidant dans les aires urbaines est en effet en légère progression entre les deux recensements, passant de 76,6% en 1990 à 77,0% en 1999.

Taux de croissance de l'emploi du secteur du commerce non spécialisé dans les aires urbaines



Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Ces données illustrent les stratégies d'implantation des enseignes de la grande distribution alimentaire qui, ayant largement couvert le territoire des aires urbaines, se sont attaquées au marché des espaces à dominante rurale¹⁶.

Le mouvement en bascule en faveur des communes situées hors des aires urbaines est beaucoup moins marqué dans le secteur du commerce alimentaire spécialisé, où il n'intervient que durant la seconde sous-période avec un recul du nombre d'établissements dans les aires urbaines et une augmentation en dehors. C'est le seul secteur où la densité en emplois commerciaux est plus importante hors aires urbaines que dans les aires urbaines. Notons que le commerce alimentaire spécialisé, qui avait fortement reculé dans les communes multipolarisées entre 1990 et 1995, y a connu une reprise vigoureuse entre 1995 et 2002.

A l'inverse des deux premiers secteurs, l'emprise des aires urbaines sur l'appareil commercial s'est renforcée dans la pharmacie-parfumerie et, dans une moindre mesure, dans le commerce non alimentaire spécialisé. On notera cependant la progression de 21% de la densité en emplois du secteur de la pharmacie-parfumerie dans l'espace à dominante rurale (où elle est sensiblement plus élevée que dans les aires urbaines). L'écart de densité en emplois se creuse par contre dans le secteur du commerce non alimentaire spécialisé entre les communes des aires urbaines et les autres, celle-ci étant désormais deux fois plus importante dans les aires urbaines.

L'approche sectorielle permet ainsi d'affiner le diagnostic de relâchement de l'emprise des aires urbaines sur l'appareil commercial. Cette évolution renvoie à la densification d'un appareil commercial de proximité (alimentaire spécialisé et non spécialisé, pharmacie) en milieu rural, alors que la suprématie des aires urbaines tend à se renforcer dans le non alimentaire. Il conviendrait bien sûr de préciser ce diagnostic par une analyse des évolutions sectorielles au niveau le plus fin de la nomenclature.

3.2 Un rééquilibrage entre petites et grandes aires urbaines

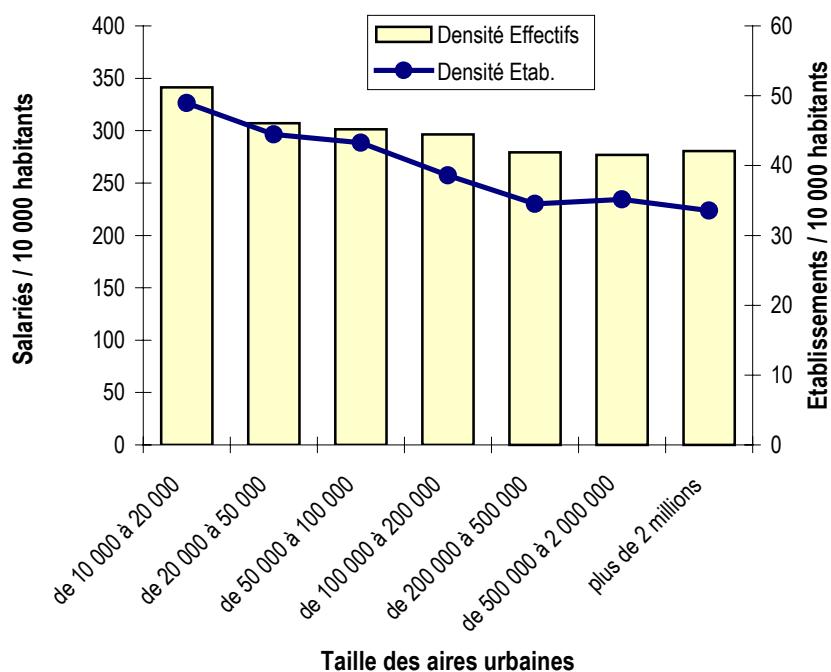
La répartition de l'appareil commercial entre les 354 aires urbaines est très inégale, au profit des plus grandes. Ainsi, l'aire urbaine de Paris (la seule aire urbaine de France qui dépasse le seuil des 2 millions d'habitants) concentre près du quart des effectifs salariés du commerce de l'ensemble des

¹⁶ Induisant une croissance de plus de 60% en 12 ans de la taille moyenne des établissements du secteur du commerce non spécialisé.

aires urbaines et 22% des établissements. Les 13 aires urbaines de 500 000 à 2 millions d'habitants pèsent, ensemble, d'un poids équivalent à celui de l'aire urbaine de Paris. Autrement dit, environ 40% de l'appareil commercial national se trouve concentré à l'intérieur des 14 aires urbaines les plus peuplées.

Pourtant, la concentration de l'appareil commercial dans les plus grandes aires urbaines n'est que le reflet de l'importance de la population de ces dernières. Plus encore, la densité commerciale apparaît comme étant légèrement décroissante avec la taille des aires urbaines.

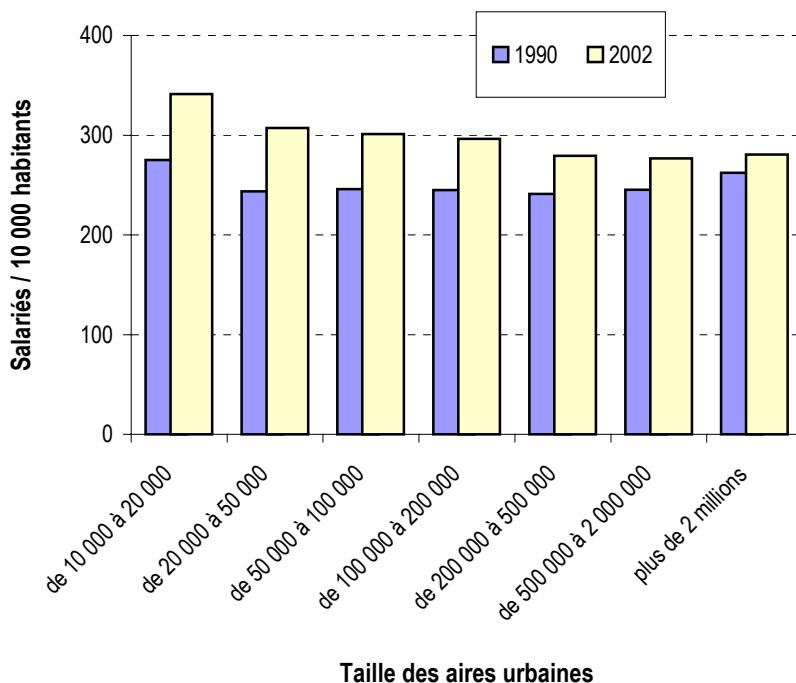
La densité commerciale en 2002 selon la taille des aires urbaines



Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Il s'agit là d'un caractère nouveau de la structure spatiale de l'appareil commercial, la densité commerciale en 1990 apparaissant comme grossièrement équivalente quelle que soit la tranche de taille des aires urbaines. Si la densité commerciale a progressé depuis dans chacune des tranches de taille, son taux de croissance est ainsi décroissant avec la taille. Une certaine déconcentration est donc intervenue au profit des aires urbaines de petite et moyenne dimension.

**Évolution de la densité commerciale (emploi salarié / 10 000 habitants)
par tranche de taille des aires urbaines**



Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Ce diagnostic de déconcentration de l'appareil commercial au plan inter-aires urbaines est confirmé par le calcul de différents indicateurs de dispersion. L'écart-type des taux de croissance de l'emploi commercial des aires urbaines est important, témoignant de l'hétérogénéité des dynamiques commerciales. Cependant, cet écart-type est en baisse entre les deux sous-périodes étudiées, entraînant une chute très importante du coefficient de variation. De même, l'indicateur d'Herfindahl¹⁷, qui mesure de manière synthétique dans quelle mesure la répartition de l'emploi commercial entre les aires urbaines est inégale, diminue de manière significative et régulière entre 1990 et 2002, qu'il soit calculé à partir des effectifs ou à partir du nombre d'établissements.

¹⁷ L'indicateur d'Herfindahl est construit ici comme la somme des parts au carré de chaque aire urbaine dans l'emploi total (ou le nombre total d'établissements) des aires urbaines. Soit $\sum_{i=1}^{354} s_i^2$, où $s_i = \frac{X_i}{\sum_i X_i}$ avec X_i = effectifs salariés du commerce (ou nombre d'établissements du commerce) dans l'aire urbaine i . L'indicateur a une plage de variation théorique allant de 0,0028 (1/354) à 1.

Évolution de la dispersion du tissu commercial au niveau des aires urbaines

La dispersion des taux de croissance de l'emploi commercial 1995-1990 et 2002-1995 des aires urbaines

	1995-1990	2002-1995
Moyenne (a)	4,0 %	23,5%
Ecart-type (b)	16,9%	13,3%
Coef. de variation (b/a)	4,3	0,6
1er quartile	-3,2%	16%
3ème quartile	+9,8%	30,0%
Nombre d'observations	354	354

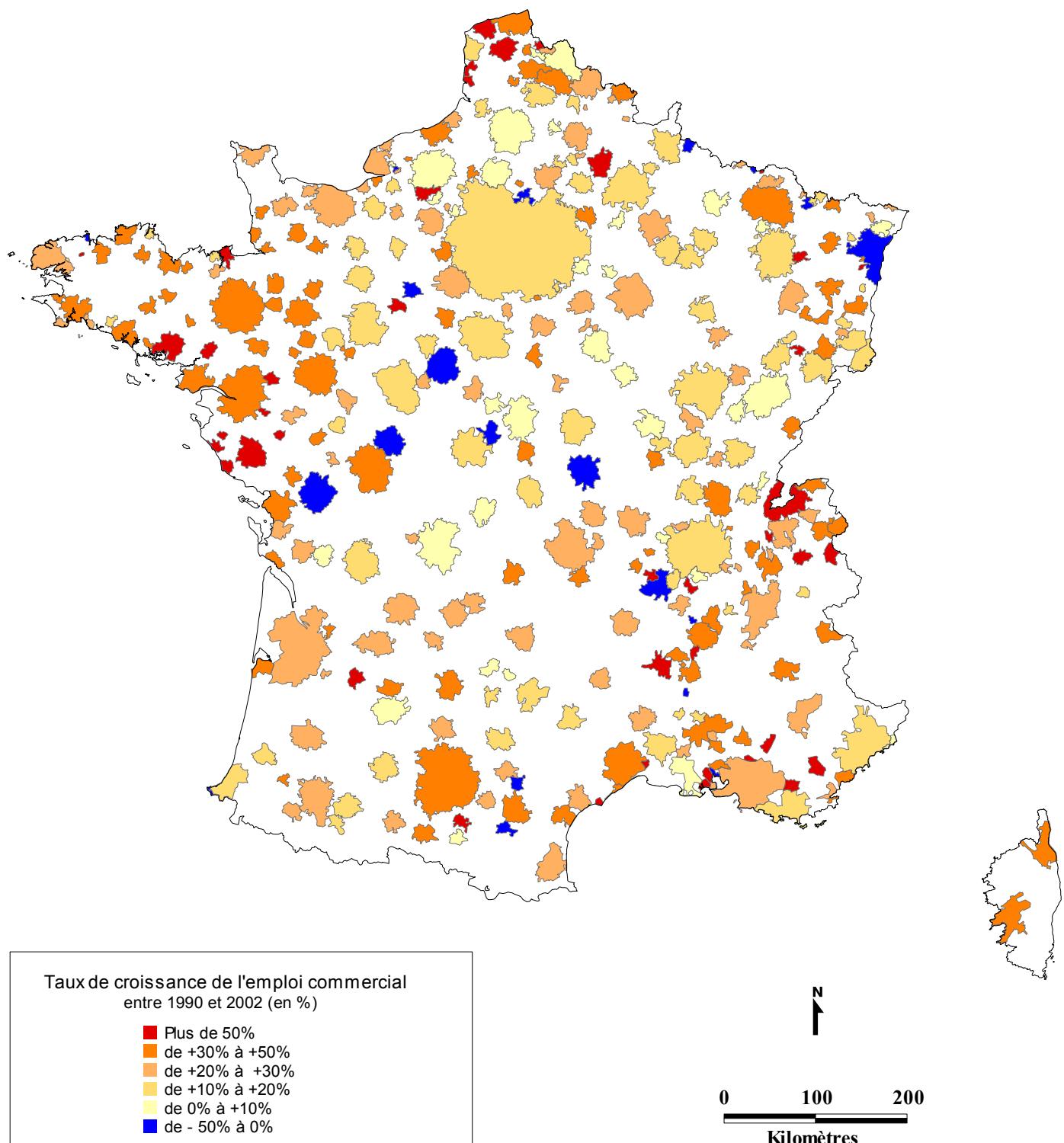
Indice d'Herfindahl calculé au niveau des aires urbaines pour la France entière

	1990	1995	2002
Sur les effectifs salariés du commerce	0,076	0,072	0,066
Sur le nombre d'établissements commerciaux	0,065	0,060	0,057

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC

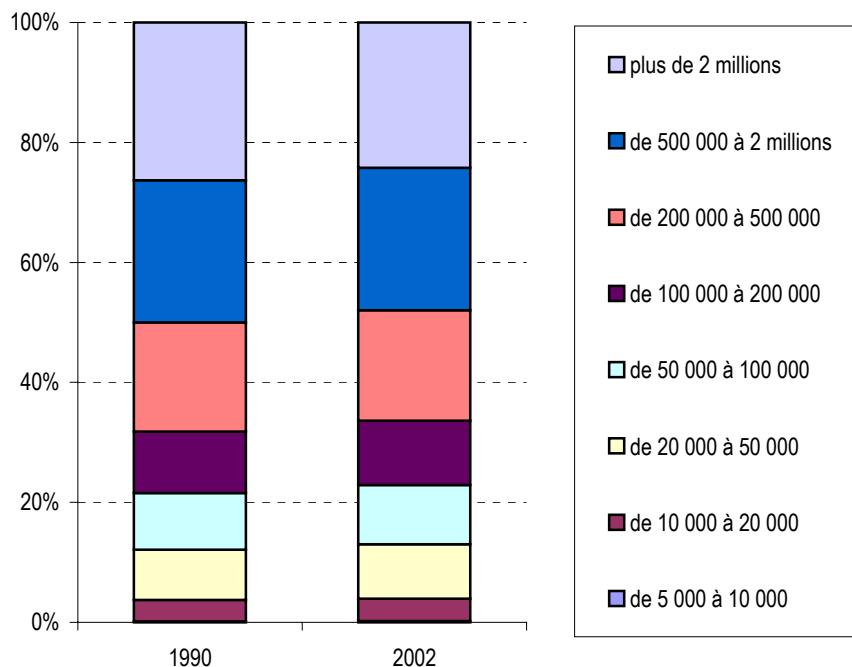
En conséquence, la répartition des effectifs salariés entre les aires urbaines des différentes tranches de taille s'est légèrement déformée au cours de la période étudiée au détriment des plus grandes. C'est dans les aires urbaines de 10 000 à 200 000 habitants que la croissance de l'emploi commercial a été la plus marquée (autour de 24% contre 19,4% pour l'ensemble des aires urbaines), conduisant au renforcement de leur poids dans l'appareil commercial national. La croissance la moins rapide est enregistrée dans les aires urbaines de 200 000 à 500 000 habitants (+18,3%) et, surtout, dans l'aire urbaine de Paris (+13,7%) qui voit son poids dans l'emploi commercial des aires urbaines reculer de près de 2 points en 12 ans.

Taux de croissance de l'emploi commercial dans les aires urbaines



Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

L'évolution de l'emploi salarié selon les tranches de tailles d'aires urbaines



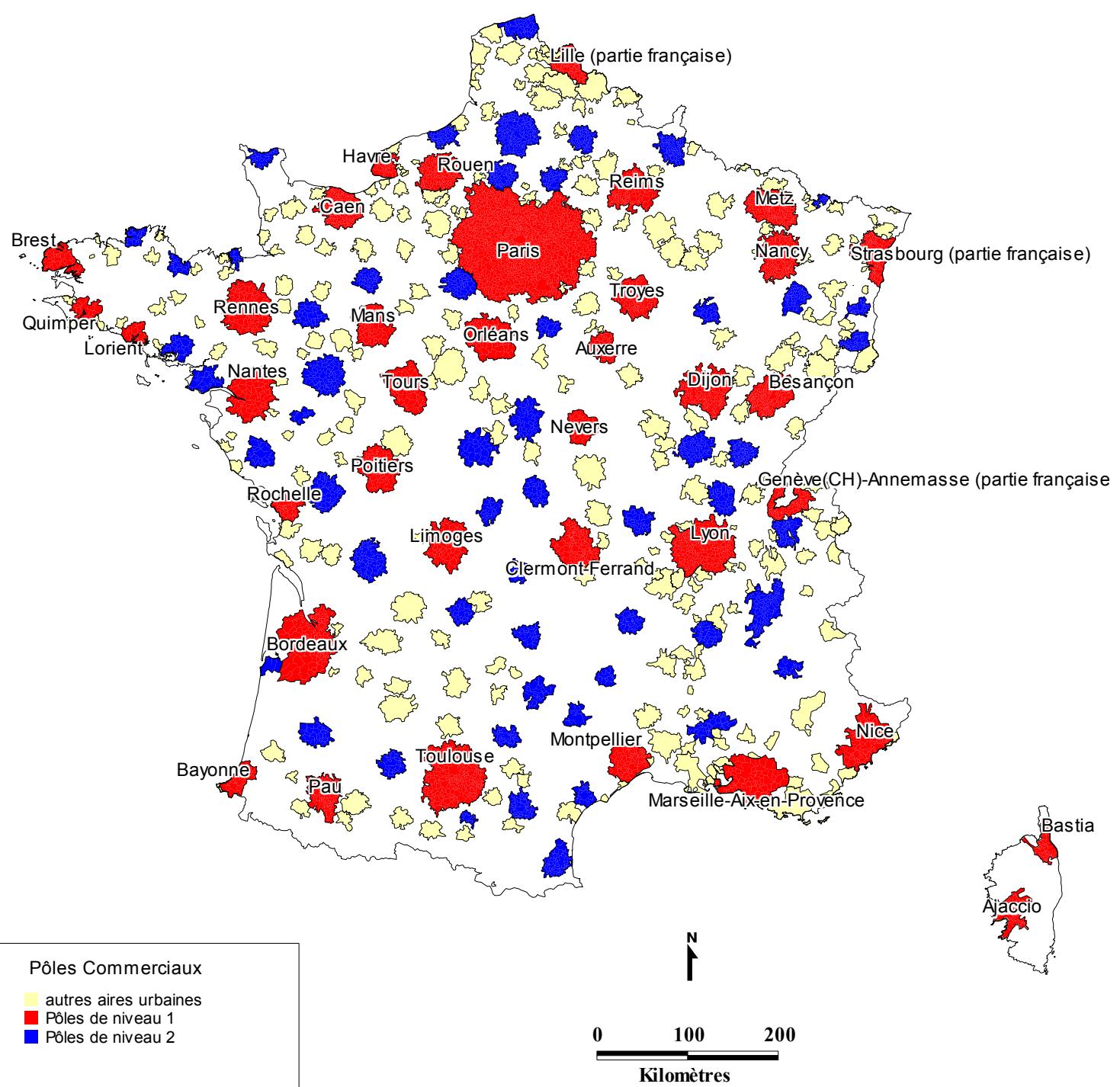
Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC

3.3 Une réduction de la polarisation de l'appareil commercial au niveau interrégional

Afin d'approfondir le diagnostic de déconcentration, nous avons cherché à identifier, parmi l'ensemble des aires urbaines, celles qui sont susceptibles de jouer le rôle de pôle commercial régional, afin d'observer comment a évolué leur emprise sur l'appareil commercial.

L'identification des pôles commerciaux régionaux a été effectuée par le croisement de deux critères. Premièrement, pour être considérée comme pôle commercial, une aire urbaine doit présenter un nombre absolu d'emplois commerciaux égal au minimum au double du volume d'emplois moyen des aires urbaines voisines. Deuxièmement, les aires urbaines ayant franchi le premier filtre ne doivent compter aucune aire urbaine voisine employant plus du double de ses propres effectifs salariés du commerce. L'identification des aires urbaines voisines a été opérée sur la base de la distance entre les villes-centres des pôles urbains, en prenant une première distance seuil de 100 km pour la désignation de "pôles de niveau 1", puis un distance seuil de 50 km permettant de distinguer des "pôles de niveau 2" supposés de moindre capacité d'attraction. Cette méthode débouche sur l'identification, pour 2002, de 37 pôles de niveau 1 et 55 pôles de niveau 2 (cf. liste en annexe).

Identification de pôles commerciaux régionaux en 2002



Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Les 37 pôles commerciaux de niveaux 1 représentent en 2002 plus de 51% des effectifs salariés du commerce de détail (et 47% du nombre total d'établissements), soit près de 60% de l'emploi commercial des aires urbaines (et 57% des établissements).

Une première manière d'étudier la variation du degré de polarisation de l'appareil commercial consiste à calculer, à partir des mêmes critères, le nombre de pôles pour les années 1990 et 1995.

Évolution du nombre de pôles commerciaux régionaux

	1990	1995	2002
Nombre de pôles de niveau 1	36	35	37
Nombre de pôles de niveau 2	55	53	55

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC

Il ressort que le nombre de pôles n'a pas connu d'importantes variations au cours de la période étudiée. Toutefois, entre 1990 et 1995, un pôle de niveau 1 et deux pôles de niveau 2 ont perdu leur statut de pôle, alors que l'on compte deux pôles de niveaux 1 et deux pôles de niveau 2 de plus en 2002 par rapport à 1995. Une phase de "dépolarisation" aurait ainsi précédé une phase de "re-polarisation". Les variations sont cependant extrêmement faibles.

Une deuxième manière d'étudier l'évolution de la polarisation est d'observer comment varie le poids des pôles au cours du temps. Commençons pour cela par travailler sur les pôles identifiés pour chacune des trois années étudiées. Nous retrouvons globalement une certaine dépolarisation au cours de la première sous-période, mais qui est en grande partie contrebalancée par le renforcement du poids des pôles qui s'est produit entre 1995 et 2002.

Évolution de l'emprise des pôles commerciaux régionaux sur l'appareil commercial national (en%)

	1990	1995	2002
Part des pôles de niveau 1 dans l'emploi commercial	52,3	51,3	51,3
Part des pôles de niveau 1 dans le nombre d'établissements commerciaux	46,3	45,7	46,6
Part des pôles de niveau 2 dans l'emploi commercial	12,8	12,3	12,7
Part des pôles de niveau 2 dans le nombre d'établissements commerciaux	12,4	11,9	12,3
Part des aires urbaines non-pôles dans l'emploi commercial	21,9	23,0	22,3
Part des aires urbaines non-pôles dans le nombre d'établissements commerciaux	22,9	24,1	22,9

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC

Si l'on prend en considération la manière dont a évolué l'emprise des pôles identifiés en 1990, une divergence apparaît entre les pôles de niveau 1, dont l'emprise a reculé sur l'ensemble de la période, et les pôles de niveau 2 qui ont (modestement) renforcé leur poids dans l'appareil commercial national.

**Évolution de l'emprise des pôles commerciaux régionaux de 1990
sur l'appareil commercial national (en%)**

	1990	1995	2002
Part des pôles de niveau 1 dans l'emploi commercial	52,3	51,6	50,5
Part des pôles de niveau 1 dans le nombre d'établissements commerciaux	46,3	45,9	45,9
Part des pôles de niveau 2 dans l'emploi commercial	12,8	12,9	13,2
Part des pôles de niveau 2 dans le nombre d'établissements commerciaux	12,4	12,6	12,7
Part des aires urbaines non-pôles dans l'emploi commercial	21,9	22,1	22,7
Part des aires urbaines non-pôles dans le nombre d'établissements commerciaux	22,9	23,1	23,2

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC

Enfin, l'analyse en termes d'évolution de la densité en emplois confirme le faible dynamisme relatif des pôles de niveau 1, comparé aux pôles de niveau 2 et aux aires urbaines qui n'ont pas été identifiées comme pôles commerciaux régionaux.

**Évolution de la densité commerciale (effectifs salariés du commerce / habitants)
des pôles commerciaux régionaux**

	1990	2002 ¹⁸	2002/1990
Pôles de niveau 1 (pôles de l'année courante)	254,33	281,97	+10,9%
Pôles de niveau 2 (pôles de l'année courante)	243,9	297,4	+21,9%
Aires urbaines non-pôles (pôles de l'année courante)	242,8	295,3	+21,6%
Pôles de niveau 1 (pôles de 1990)	254,33	282,27	+11,0%
Pôles de niveau 2 (pôles de 1990)	243,9	292,8	+20,1%
Aires urbaines non-pôles (pôles de 1990)	242,8	296,7	+22,2%

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC

¹⁸ A partir des chiffres de population de 1999.

Au final, cette approche en termes de pôles commerciaux régionaux révèle, premièrement, que l'hétérogénéité des dynamiques commerciales entre les aires urbaines doit globalement assez peu au statut de pôle commercial régional et, deuxièmement, que les aires urbaines jouant le rôle de pôle commercial à rayonnement large ont dans l'ensemble cédé un peu de terrain en termes relatifs, à l'inverse des autres aires urbaines, confirmant le diagnostic de déconcentration de l'appareil commercial au niveau macro des aires urbaines.

Sur le plan sectoriel, notons que l'appareil commercial des aires urbaines pôles de niveau 1 est globalement plus diversifié que celui des aires urbaines pôles de niveau 2, lui-même plus diversifié que celui des aires urbaines n'apparaissant pas comme pôle commercial régional.

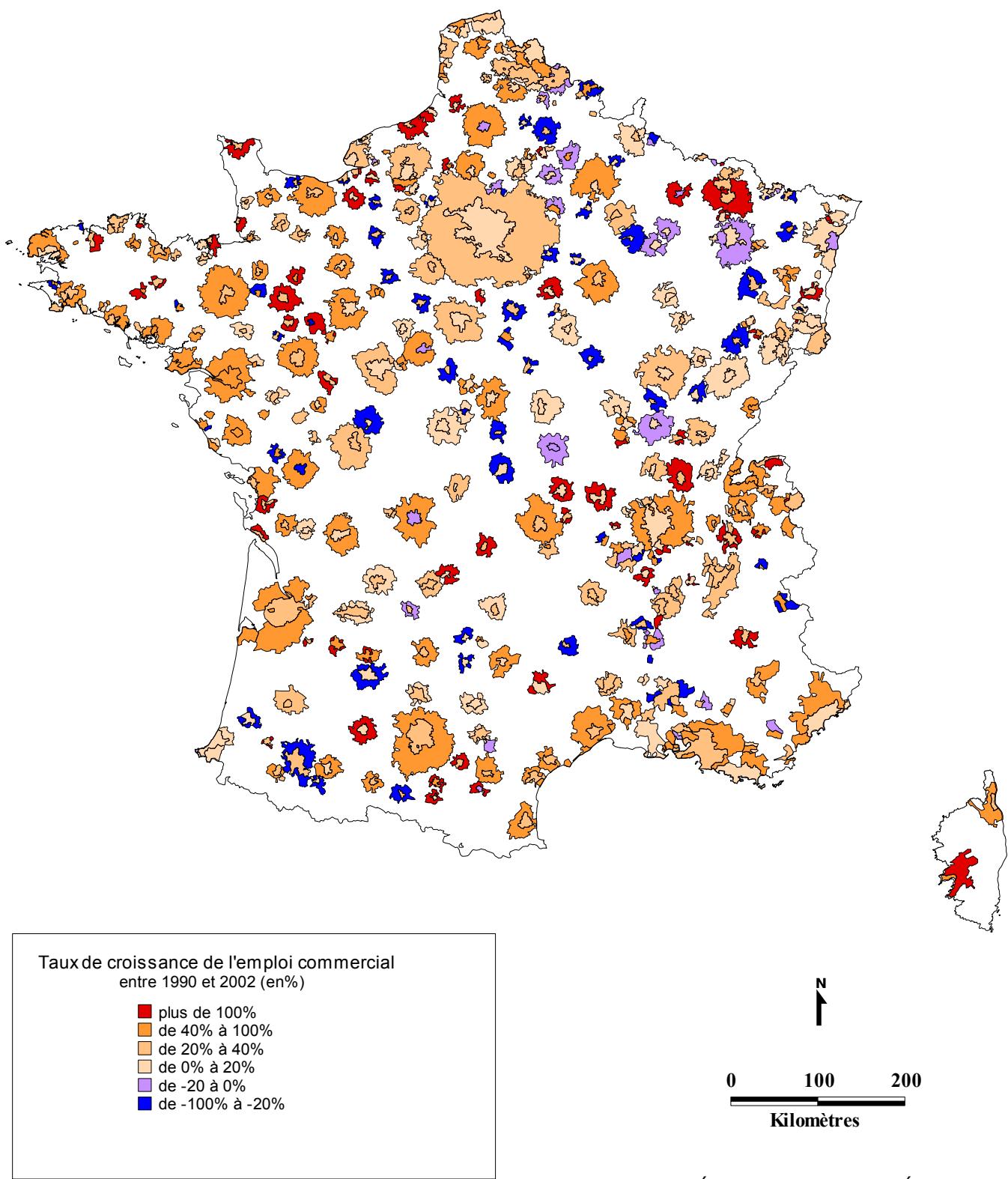
4. LA DYNAMIQUE SPATIALE DU COMMERCE À L'INTÉRIEUR DES AIRES URBAINES

4.1 Une dynamique "d'étalement commercial" particulièrement marquée dans les aires urbaines moyennes

L'analyse de l'évolution du partage de l'appareil commercial des aires urbaines entre pôles urbains et couronnes périurbaines révèle une tendance à l'augmentation du poids des couronnes périurbaines, qui s'est légèrement accélérée au cours de la période 1995-2002. Ainsi, au total en 12 ans, les couronnes périurbaines ont vu leur part dans l'emploi commercial des aires urbaines passer de 6,2% à 7,5%. Si cette évolution est bien loin d'avoir remis en cause la suprématie des pôles urbains, elle témoigne d'un certain mouvement de déconcentration de l'appareil commercial au sein des aires urbaines qui, bien sûr, est à relier au processus d'étalement urbain qui continue de marquer l'évolution de la géographie résidentielle. On notera cependant une nouvelle fois que la démographie ne saurait suffire à expliquer ce mouvement puisque la densité en emplois s'est accrue beaucoup plus rapidement dans les couronnes périurbaines (+34% entre 1990 et 2002) que dans les pôles urbains (+15%). Les contrastes sont beaucoup moins sensibles en termes d'établissements, la croissance de l'emploi commercial dans les couronnes périurbaines étant pour une large part causée par l'accroissement de la taille moyenne des établissements (7,1 salariés en 2002, contre 5,3 en 1990). La densité commerciale en nombre d'établissements par habitant y est restée stable sur la période étudiée.

Cette dynamique d'étalement commercial est cependant inégale selon la taille des aires urbaines. Inexistante ou négligeable en moyenne dans les aires urbaines de 10 000 à 100 000 habitants où les couronnes périurbaines sont peu développées, elle culmine dans les aires urbaines moyennes, de 100 000 à 500 000 habitants (où les pôles urbains cèdent 2,3 points en termes d'effectifs), et perd un peu d'intensité dans les aires urbaines de plus de 500 000 salariés. C'est ainsi, par exemple, que la densité en emplois de la couronne périurbaine des aires urbaines de 200 000 à 500 000 personnes s'est accrue de près de 40% entre 1990 et 2002, alors que celle des pôles urbains n'augmentait que de 15%.

Croissance comparée de l'emploi commercial dans les pôles urbains et les couronnes périurbaines des aires urbaines



Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Sur le plan sectoriel, ce mouvement d'étalement est particulièrement sensible dans le commerce non spécialisé, avec une progression de plus de 50% de la densité en emplois des couronnes périurbaines (mais une baisse de 13% de la densité en établissements et un quasi-doublement de la taille moyenne des établissements). Le secteur du commerce alimentaire spécialisé est le seul à avoir vécu une dynamique inverse, avec une légère contraction de la part des couronnes périurbaines à la fois dans les effectifs et le nombre d'établissements du secteur et un recul de la densité commerciale beaucoup plus sensible qu'à l'échelle nationale. Le commerce alimentaire spécialisé a sans doute été victime de l'offensive dans grandes surfaces alimentaires dans l'espace périurbain.

4.2 Pôles urbains : le recul des villes-centres

Le poids des villes-centres dans l'appareil commercial des pôles urbains a connu un recul significatif au cours de la période étudiée, passant de 52,2% de l'emploi salarié des aires urbaines en 1990 à 45,9% en 2002, au profit des banlieues. Le nombre d'établissements implantés en 2002 dans les villes-centres est même en retrait absolu de presque 4% par rapport à celui de 1990. Dans le même temps, le degré de diversification de l'appareil commercial des villes-centres (lequel, rappelons-le, est particulièrement élevé) a connu une légère contraction.

C'est dans les aires urbaines de taille moyenne (de 100 000 à 500 000 habitants) que le mouvement de balancier entre les villes-centres et leur banlieue a été le plus franc. Ce sont les mêmes, on l'a vu, qui vivent avec le plus d'intensité le mouvement allant du pôle urbain vers la couronne périurbaine. Ainsi, la densité commerciale (appréhendée par l'emploi) a progressé de plus de 40% dans les banlieues de pôles urbains des aires urbaines de 100 000 à 500 000 habitants, pendant que stagnait celle des villes-centres. Les pôles urbains des aires urbaines moyennes empruntent donc une dynamique qui les rapproche progressivement de la structure des grandes aires urbaines marquée par la faiblesse relative des villes-centres au profit des banlieues, pouvant représenter jusqu'à 57% de l'emploi commercial total dans l'aire urbaine parisienne. Le développement du commerce dans les banlieues de pôles des petites aires urbaines est encore plus spectaculaire. La progression en termes d'emploi atteint par exemple 43% dans les aires urbaines de 20 000 à 50 000 habitants et le nombre d'emplois commerciaux par habitant progresse de 54%. Cependant, dans les petites aires urbaines, cette croissance des banlieues n'est pas exclusive de celle du commerce dans les villes-centres des pôles urbains.

Il semble plus généralement que cette force centrifuge qui favorise le développement du commerce de banlieue au détriment de celui des villes-centres ait perdu une partie de son intensité au cours de la seconde sous-période étudiée. En effet, le recul en termes relatifs des villes-centres a été plus rapide entre 1990 et 1995 qu'entre 1995 et 2002. De surcroît, alors que ce recul relatif était couplé à une réduction absolue des effectifs salariés et du nombre d'établissements entre 1990 et 1995 (respectivement -7,3% et -5,5%), ces deux grandeurs ont globalement progressé entre 1995 et 2002 (respectivement +13,5% et +2%) ; le recul des villes-centres n'est donc plus que relatif. De même, la densité commerciale, structurellement très élevée dans les villes-centres de pôles urbains, a continué de progresser dans l'ensemble sur la période étudiée, mais à un rythme plus lent que le rythme national. Là aussi, les évolutions sont différentes selon la taille des aires urbaines. Alors que la densité en emplois dans les villes-centres de pôles appartenant à des aires urbaines de moins de 100 000 habitants est une nette croissance, elle recule dans les aires urbaines de plus de 200 000 habitants. Notons que l'accroissement de la densité commerciale dans les petites aires urbaines est quasi-exclusivement imputable à l'augmentation de la taille moyenne des établissements, la densité en termes de nombre d'établissements par habitant restant stable, voire affichant un léger recul.

Le recul relatif des villes-centres au profit des banlieues se retrouve dans chacun des quatre grands secteurs du commerce de détail, mais avec beaucoup plus d'intensité dans le commerce non spécialisé et le commerce non alimentaire spécialisé que dans le commerce alimentaire spécialisé et la pharmacie-parfumerie. La croissance de la densité en emploi dans les banlieues atteint son maximum dans le commerce non alimentaire spécialisé (+40%), alors que c'est la pharmacie-parfumerie qui réalise la plus forte progression en termes de densité en emploi en villes-centres (+16%).

4.3 Le commerce périurbain : une dynamique équilibrée

La très forte croissance de l'emploi commercial dans les couronnes périurbaines se retrouve dans chacune de leurs trois composantes : villes-centres, banlieues et communes rurales. De ce fait, la structure de l'appareil commercial périurbain demeure stable, villes-centres et communes rurales surclassant très largement les banlieues de villes-centres, très peu développées.

On soulignera en particulier la belle performance des communes rurales, dont l'emploi commercial s'est accru de 50% entre 1990 et 2002 et la densité commerciale (appréhendée par l'emploi) de près de 40%. Cette dynamique est imputable au commerce non spécialisé (hypers et supers) et, dans une moindre mesure, au commerce non alimentaire spécialisé. L'emprise des communes rurales d'aires

urbaines sur l'appareil commercial national demeure cependant très modeste (2,7% de l'emploi et 3,2% des établissements en 2002), de même que la densité commerciale.

4.4 Un affaiblissement de la polarisation du commerce dans les aires urbaines

L'étalement de l'appareil commercial au sein des aires urbaines ne se fait pas de manière régulière et équilibrée selon un modèle de cercles concentriques, mais s'opère par l'émergence de nouvelles centralités commerciales, le plus souvent autour d'un centre commercial ou d'un hypermarché, ou par agglomération de grandes et moyennes surfaces spécialisées à proximité d'un nœud de communication. Nous avons tenté de repérer ces pôles commerciaux à partir des données d'emploi. La limite principale de notre démarche est que notre unité de base sur le plan géographique est la commune, ce qui nous interdit d'identifier de manière fine différents pôles commerciaux susceptibles d'exister à l'intérieur d'une même commune (ce biais est, bien sûr, particulièrement gênant pour les grandes communes, mais aussi pour les communes disposant de pôles "périphériques" à l'intérieur des limites administratives de la commune). L'identification des communes ayant le statut de pôle commercial à l'échelle de l'aire urbaine est simplement fondée sur le rapport de la densité en emplois commerciaux de chaque commune avec la densité moyenne des autres communes de son aire urbaine. Deux seuils ont été retenus pour ce rapport : le seuil de 10^{19} ne retient que les gros pôles commerciaux locaux, que nous qualifierons de primaires. Le seuil de 2 permet d'identifier des pôles commerciaux locaux secondaires.

Cette méthode conduit à l'identification en 2002 de 345 pôles commerciaux locaux primaires, soit une moyenne d'environ un pôle par aire urbaine. La faiblesse de ce chiffre s'explique par le fait que 156 aires urbaines ne disposent d'aucun pôle – au sens où nous les avons définis. Les 12 aires urbaines composées d'une seule commune sont naturellement dans cette situation, mais c'est également le cas de petites aires urbaines, composées d'un nombre réduit de communes et disposant d'un appareil commercial relativement bien réparti. L'emploi commercial totalisé par ces 345 pôles locaux primaires représente 38,1% de l'emploi commercial total des aires urbaines françaises. Ces pôles représentent un poids équivalent en termes de nombre d'établissements (37,7%). Ces chiffres masquent cependant de très importantes disparités selon les aires urbaines, disparités que l'on retrouve dans toutes les

¹⁹ La commune pôle présente un nombre d'emplois commerciaux par habitant 10 fois supérieur à la valeur moyenne de cette densité pour les autres communes de son aire urbaine.

tranches de taille. Par exemple, les 4 pôles primaires identifiés dans l'aire urbaine de Lyon totalisent 39,4% de l'emploi commercial de l'aire, alors que l'aire de Marseille-Aix ne compte qu'un pôle commercial primaire ne représentant que 7,4% des salariés du commerce. Les 2 pôles primaires de l'aire de Tours ne comptent que pour 17% dans l'emploi commercial total, alors que les 2 pôles du Havre en captent près de 77%.

Plus de 90% des pôles commerciaux primaires sont localisés au sein des pôles urbains, 39% dans les villes-centres et 52% dans les banlieues de villes-centres. Au cours du temps, la proportion de pôles situés dans les villes-centres diminue (ils étaient 45% en 1990) au profit des banlieues et des couronnes périurbaines. Les pôles primaires implantés en villes-centres emploient, à l'échelle du pays, 73% des salariés travaillant dans les pôles primaires. C'est dire que la dimension moyenne de ces pôles est beaucoup plus importante que celle des pôles primaires situés en banlieue ou en zone périurbaine.

Globalement, l'emprise des pôles primaires sur l'appareil commercial des aires urbaines tend à se relâcher. En effet, leur poids dans le total de l'emploi des aires urbaines a perdu près de 6 points entre 1990 et 2002. Il s'agit d'un mouvement largement partagé puisqu'on le retrouve dans 130 des 197 aires urbaines disposant d'au moins un pôle commercial primaire. Ce mouvement est d'autant plus remarquable que le nombre de pôles en 2002 est identique à celui de 1990 (il était supérieur de 6 unités en 1995). Les pôles situés dans les villes-centres sont les seuls responsables de ce recul, la part prise par les pôles de banlieue et de la couronne périurbaine dans l'emploi commercial des aires urbaines étant au contraire en légère progression.

812 pôles commerciaux locaux secondaires ont été identifiés en 2002, représentant globalement 37% de l'emploi commercial des aires urbaines et 34% du nombre d'établissements. Si la plupart sont localisés au sein des pôles urbains, ils sont relativement nombreux, comparativement aux pôles primaires, au sein des couronnes périurbaines (22,5% en 2002). Autre différence avec les pôles primaires, la majeure partie des pôles secondaires des pôles urbains se trouvent dans les banlieues de villes-centres. Par contre, c'est dans les villes-centres que se trouvent les pôles de taille moyenne la plus élevée, et dans les couronnes périurbaines que se situent les pôles de taille moyenne la plus faible.

Le nombre de pôles commerciaux secondaires est en hausse par rapport à 1990 (+6%) et cette progression semble avoir été régulière. Du coup, leur emprise sur l'appareil commercial des aires urbaines s'est resserrée (d'environ 3,5 points, en termes à la fois d'emploi et de nombre

d'établissements). Ce développement des pôles commerciaux secondaires se retrouve dans les trois composantes des aires urbaines.

Finalement, le nombre total de pôles commerciaux à l'intérieur des aires urbaines a légèrement progressé au cours de la période considérée, mais leur poids dans l'appareil commercial des aires urbaines a eu tendance à se réduire. On assiste ainsi à un mouvement (modeste) de "dépolarisation", les pôles primaires cédant du terrain au profit des pôles secondaires et des communes non-pôles²⁰.

L'analyse de la croissance des pôles commerciaux identifiés en 1990 apporte un éclairage complémentaire sur ce mouvement. Les 345 pôles primaires de 1990 ont perdu plus de 4 points dans le total de l'emploi commercial des aires urbaines. Par contre, le poids des 764 pôles secondaires de 1990 est resté stable. Il semble donc que l'emprise croissante des pôles secondaires sur l'appareil commercial des aires urbaines doive plus à l'apparition de nouveaux pôles qu'à la croissance des pôles existants.

Enfin, nous avons cherché à mesurer l'évolution du degré de concentration de l'activité commerciale entre les pôles commerciaux de chaque aire urbaine. Pour cela, un indice d'Herfindahl a été calculé à partir du poids de chaque pôle dans l'emploi commercial total de l'ensemble des pôles commerciaux de son aire urbaine. La moyenne de cet indice pour les aires urbaines disposant de plus d'un pôle commercial primaire est en augmentation significative²¹, traduisant un mouvement général de déconcentration de l'appareil commercial contenu dans les pôles primaires des aires urbaines. Ce mouvement se retrouve dans environ trois aires urbaines sur quatre (parmi celles disposant de plus d'un pôle). La même méthode appliquée aux pôles commerciaux locaux secondaires montre que ceux-ci ont connu la même tendance à la déconcentration mais de manière moins affirmée²².

Sur le plan sectoriel, les pôles primaires sont logiquement plus diversifiés que les pôles secondaires²³. A l'échelle de l'ensemble des aires urbaines, le degré de diversification des pôles primaires identifiés en 1990 est resté grossièrement stable au cours de la période étudiée. Si l'on tient compte de l'évolution de la population des pôles commerciaux aux trois dates étudiées, un léger mouvement de

²⁰ Le taux de croissance de l'emploi commercial a été deux fois plus rapide dans les communes non-pôles et les pôles secondaires (environ 33% entre 1990 et 2002) que dans les pôles primaires (16%).

²¹ Il passe de 0,74 en 1990 à 0,66 en 2002.

²² L'indice d'Herfindahl moyen passe de 0,54 en 1990 à 0,51 en 2002. La moitié des aires urbaines disposant de plus d'un pôle commercial secondaire ont connu ce mouvement de déconcentration.

²³ La moyenne de l'indice d'Herfindahl pour les aires urbaines s'établit à 0,29 pour les pôles locaux primaires et à 0,32 pour les pôles locaux secondaires.

spécialisation de l'appareil commercial des pôles primaires est perceptible (ce qui est l'indice d'un moindre degré de diversification des pôles émergeant au cours de la période). Les pôles primaires témoignent, globalement, d'un accroissement de leur degré de spécialisation dans un peu moins des deux tiers des aires urbaines.

Les pôles commerciaux secondaires identifiés en 1990 ont, en moyenne, accru leur degré de diversification, et cette tendance persiste lorsque l'on prend en compte l'évolution de la population des pôles. En réalité, les dynamiques sont contrastées selon les aires urbaines : la diversification des pôles commerciaux primaires tend à s'accroître dans la moitié d'entre elles, alors qu'elle se réduit dans l'autre moitié.

En tout état de cause, les évolutions en matière de diversification et de spécialisation sectorielle des pôles commerciaux intra-aires urbaines, au niveau global où nous les appréhendons, sont modestes.

5. L'ÉVOLUTION DU COMMERCE HORS AIRES URBAINES

Rappelons qu'au cours de la période étudiée, la part dans l'emploi commercial national des communes situées hors aires urbaines s'est légèrement accrue. Cette dynamique est principalement imputable aux espaces à dominante rurale.

5.1 Les communes multipolarisées : stabilisation à faible niveau

Sur l'ensemble de la période étudiée, le commerce dans les communes multipolarisées a crû à un rythme proche du rythme national, induisant la stabilité – à un faible niveau - de sa part dans l'appareil commercial. L'analyse par sous-période révèle cependant un changement de régime : les communes multipolarisées, qui avaient réalisé une sous-performance par rapport au niveau national entre 1990 et 1995, affichent entre 1995 et 2002 une croissance de l'emploi commercial supérieure à la croissance nationale. Cette croissance semble liée à la taille des communes, les communes de moins de 2 000 habitants affichant les plus faibles performances.

Le commerce non spécialisé représente près de la moitié des effectifs du commerce dans les communes multipolarisées et, avec 47% de croissance entre 1990 et 2002, il est responsable de l'essentiel de la dynamique de l'emploi commercial dans ces zones. Ceci explique sans doute la réduction de l'indice de diversification de l'appareil commercial dans les villes-centres des communes multipolarisées.

5.2 Les espaces à dominante rurale : la vitalité commerciale retrouvée

La part des communes de l'espace à dominante rurale dans l'emploi commercial national est passée de 10,9% en 1990 à 11,6% en 2002 et la densité en emploi y a progressé à un rythme très supérieur à la moyenne nationale (+27% contre +17%). Cette croissance est entièrement imputable à la progression de la taille moyenne des établissements (de 4,4 à 5,6 salariés).

Le développement du commerce dans l'espace à dominante rurale se retrouve dans chacune de ses composantes. C'est cependant dans la banlieue des villes-centres que ce développement a été le plus marqué avec un accroissement de 46% du volume d'emplois et de 8% du nombre des établissements, mais aussi la croissance la plus marquée de la taille moyenne des établissements (7 salariés en 2002,

contre 5,2 en 1990). Au total, les banlieues affichent la plus forte progression de la densité commerciale dans tout l'espace à dominante rurale (+42%). C'est dans les communes de banlieue de moins de 2 000 habitants que la croissance a été la plus forte. En dépit de ce dynamisme, le commerce des banlieues de villes-centres rurales ne représente encore qu'environ 11% de l'appareil commercial implanté dans l'espace à dominante rurale et 1% sur le plan national.

Le commerce des villes-centres et celui des communes rurales ont progressé à peu près au même rythme, soit un peu plus que le rythme national selon le critère de l'emploi, et ont bénéficié d'un accroissement de l'ordre de 25% du nombre de salariés du commerce par habitant. Notons le léger recul du nombre d'établissements implantés dans les villes-centres (qui intervient en début de période) et l'augmentation de l'indice de spécialisation de l'appareil commercial. L'appareil commercial en villes-centres des espaces à dominante rurale s'est donc concentré (croissance de plus de 30% de la taille moyenne des établissements). La taille des communes ne semble pas influer sur la croissance de l'activité commerciale des villes-centres des espaces à dominante rurale.

Les effectifs salariés du commerce non spécialisé ont progressé de 56% sur la période étudiée dans l'espace à dominante rurale, alors que le nombre d'établissements reculait de 5%. Comme dans les communes multipolarisées, la grande distribution alimentaire s'est déployée, souvent à la périphérie des bourgs, et a provoqué la concentration de l'appareil commercial. Les effectifs du commerce non alimentaire spécialisé n'ont progressé, quant à eux, que de 6%. Le secteur du commerce non alimentaire spécialisé enregistre la même progression. Le commerce de produits pharmaceutiques et de parfumerie a accru de 22% ses effectifs dans l'espace à dominante rurale et le nombre de ses établissements a progressé de 4,5%.

CONCLUSION

Le premier résultat de cette étude est sans doute qu'il ne s'est pas produit, au cours de la période de 12 ans étudiée, de transformations majeures des grands traits de la géographie du commerce. L'appareil commercial reste très inégalement réparti sur le territoire national, en faveur des zones les plus peuplées. Des évolutions à la marge sont cependant intervenues qui convergent autour du diagnostic d'une répartition un peu moins déséquilibrée de l'appareil commercial. On assiste en effet à un lent mouvement de dispersion associé au développement particulièrement rapide du commerce dans les zones où il était relativement moins présent. Ce mouvement s'opère simultanément à différentes échelles : le commerce se développe plus vite hors des aires urbaines (et dans les zones rurales en particulier) que dans les aires urbaines ; la progression est plus rapide dans les petites aires urbaines que dans les grandes ; les pôles commerciaux régionaux à rayonnement large progressent moins vite que les pôles commerciaux régionaux de moindre envergure ; la croissance du commerce dans les couronnes périurbaines surclasse celle dans les pôles urbains ; au sein des pôles urbains, les villes-centres reculent en termes relatifs au profit des banlieues, les pôles commerciaux primaires locaux cèdent du terrain aux pôles commerciaux secondaires et aux communes n'ayant pas le statut de pôle commercial...

Si ces évolutions ont été favorisées par les tendances démographiques (le commerce s'est généralement développé plus vite dans les zones bénéficiant de la démographie la plus dynamique), ces dernières ne suffisent pas à rendre compte de l'intensité du phénomène. En effet, la plupart des zones qui voient leur poids dans l'appareil commercial national augmenter enregistrent également une forte progression de la densité commerciale (tout au moins en termes d'emplois commerciaux par habitant), souvent supérieure à la progression relevée au niveau national. C'est en quelque sorte comme si le commerce sur-réagissait aux évolutions démographiques qu'il semble, quelquefois, anticiper.

L'image de la transformation de la structure spatiale de l'appareil commercial qui se dégage de cette étude est celle d'un mouvement de débordement. Le commerce croît le moins rapidement là où il est déjà le plus développé. Les zones intermédiaires prennent alors le relais, tandis que les plus fortes croissances sont enregistrées là où le commerce était le moins présent. Ce schéma se vérifie peu ou prou à chacune des échelles géographiques. Ce mouvement est illustré par le tableau ci-dessous qui montre que les zones qui pèsent le plus lourd dans l'appareil commercial sont celles qui ont bénéficié

des plus fortes parts dans les créations nettes d'emplois commerciaux intervenues au cours de la période étudiée (les villes-centres de pôles urbains et leurs banlieues...). Mais ce tableau montre aussi que les plus forts taux de croissance de l'emploi ont été réalisés par les zones qui occupent les plus faibles parts dans l'appareil commercial national (les communes rurales des couronnes périurbaines, les banlieues de villes-centres hors aires urbaines...).

Croissance de l'emploi par catégories de communes

Catégorie de commune (valeurs brutes)	Effectifs totaux		Evolution 2002-1990	Croissance 2002-1990	Part de la croissance de l'emploi	Part dans effectifs 2002
	1990	2002				
France entière	1 245 901	1 501 313	255 412	20,5%	100,0%	100,0%
Dans Aire Urbaine	1 083 373	1 295 239	211 866	19,6%	83,0%	86,3%
Pôle urbain	1 006 116	1 182 536	176 420	17,5%	69,1%	78,8%
VILLE CENTRE	579 819	611 470	31 651	5,5%	12,4%	40,7%
BANLIEUE	426 297	571 066	144 769	34,0%	56,7%	38,0%
Couronne périurbaine	77 257	112 703	35 446	45,9%	13,9%	7,5%
VILLE CENTRE	40 438	58 731	18 293	45,2%	7,2%	3,9%
BANLIEUE	10 032	13 786	3 754	37,4%	1,5%	0,9%
RURAL	26 787	40 186	13 399	50,0%	5,2%	2,7%
Hors Aire Urbaine	162 528	206 074	43 546	26,8%	17,0%	13,7%
Commune multipolarisée	26 389	32 130	5 741	21,8%	2,2%	2,1%
VILLE CENTRE	15 055	19 425	4 370	29,0%	1,7%	1,3%
BANLIEUE	3 673	3 357	-	-8,6%	-0,1%	0,2%
RURAL	7 661	9 348	1 687	22,0%	0,7%	0,6%
Espace à dominante rurale	136 139	173 944	37 805	27,8%	14,8%	11,6%
VILLE CENTRE	84 572	107 473	22 901	27,1%	9,0%	7,2%
BANLIEUE	7 775	12 323	4 548	58,5%	1,8%	0,8%
RURAL	43 792	54 148	10 356	23,6%	4,1%	3,6%

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Pour beaucoup, ces évolutions ne sont visibles qu'au travers des données d'emplois, alors que les mouvements sont beaucoup moins nets lorsque l'on étudie les changements dans la répartition spatiale des établissements du commerce. Ces évolutions sont la conséquence des stratégies de localisation des distributeurs. Confrontés à la saturation de leur potentiel de croissance et aux limites du régime de croissance extensive, les réseaux de la grande distribution ont entrepris de s'attaquer aux territoires où ils étaient jusque-là peu présents, quitte à concevoir pour cela des formats ou des concepts

spécifiques²⁴. Le mouvement semble particulièrement net dans la grande distribution alimentaire (notamment avec le hard-discount). L'offensive de la grande distribution sur ces nouveaux territoires se traduit souvent par un renforcement de la concurrence pour les entreprises commerciales qui y étaient implantées. La croissance de l'emploi salarié dans certaines de ces zones peut masquer un recul de l'emploi non salarié²⁵.

Le rural est l'un des bénéficiaires de ces évolutions. Sur la période étudiée, l'emploi commercial s'est développé presque une fois et demie plus rapidement dans les communes rurales que dans les unités urbaines. C'est dans "la campagne des villes" que le commerce rural se développe le plus vite, porté par la dynamique de "urbanisation". Hors des aires urbaines, les communes rurales bénéficient d'une croissance proche de la moyenne nationale, ce qui constitue sans doute une rupture par rapport à des décennies de déclin. Notons également les bonnes performances relatives du commerce dans les villes-centres de l'espace à dominante rurale et leur banlieue (le "commerce de bourg").

Enfin, si cette étude ne permet pas d'effectuer un diagnostic précis de la situation du commerce en centre-ville, elle met en évidence un net redressement des performances des villes-centres au cours de la période 1995-2002. Le commerce des villes-centres des couronnes périurbaines et de l'espace à dominante rurale renforce son poids (en emplois) dans l'appareil commercial national. Les villes-centres des pôles urbains continuent quant à elles de reculer en termes relatifs, mais à un rythme qui ralentit et les pertes d'emplois font désormais place à la croissance des effectifs. Il conviendrait de préciser le diagnostic par une analyse fine du commerce urbain distinguant le commerce d'hypercentre, le commerce de quartier et le commerce implanté au cœur des nouvelles centralités urbaines (quartiers d'affaires, zones de loisirs...). Une telle approche nécessite d'autres données. Les informations éparses disponibles semblent indiquer que le renouveau du commerce urbain s'opère de manière très sélective, autour de quelques pôles actifs (les emplacements "numéro 1" des hypercentres, quelques pôles de quartier...) séparés par des espaces de plus en plus désertés par le commerce.

Cette remarque souligne une autre limite de cette étude qui porte sur la manière dont a été analysée la polarisation de l'appareil commercial. Cette analyse a adopté la commune comme unité de base. Le

²⁴ On citera par exemple les formats spécifiques créés par la Fnac, Darty, Décathlon ou Plein Ciel pour s'attaquer au marché des "villes moyennes", ou la création de l'enseigne Logimarché par Bricomarché destinée à des points de vente de l'ordre de 450 m² implantés en zones rurales ou semi-rurales.

²⁵ Ce point se trouve conforté par l'étude de Cochez [2004] qui met en évidence la baisse importante du nombre d'établissements qu'ont connu un grand nombre de secteurs du commerce de détail où dominaient les très petites entreprises.

constat d'une tendance à la dispersion de l'appareil commercial mérirait d'être complété par une analyse menée au niveau intra-communal, susceptible de mettre en évidence une dynamique plus complexe marquée par l'approfondissement des micro-concentrations locales.

Le diagnostic sur l'évolution de la polarisation gagnerait également à être affiné sur le plan sectoriel. La grande distribution alimentaire a été un acteur majeur des transformations de la géographie du commerce à l'échelle agrégée. L'image d'un appareil commercial qui se déconcentre dans l'espace est ainsi en grande partie liée aux stratégies de prolongation de la croissance extensive, par les enseignes de la grande distribution alimentaire, par l'implantation dans des zones où elles étaient jusque-là peu présentes. Le commerce non alimentaire est traditionnellement plus polarisé, et la présente étude a dégagé des indices d'une dynamique plus polarisante qu'il conviendrait de préciser notamment par un travail au niveau le plus fin de la nomenclature sectorielle.

Enfin, l'approche qui a été adoptée dans cette étude est restée trop centrée sur l'analyse de moyennes et manque de nuances sur le plan géographique. Un prolongement consisterait à prendre en compte la diversité des formes de croissance urbaine, et celle des structures de l'appareil commercial permettant, éventuellement, une pluralité de "modèles" de développement spatial du commerce.

BIBLIOGRAPHIE

- BESSY-PIETRI P. [2000], "Les formes récentes de la croissance urbaine", *Economie et Statistique*, n°336/6, pp. 35-52.
- BESSY-PIETRI P., SICAMOIS Y. [2001], "Le zonage en aires urbaines en 1999. 4 millions d'habitants en plus dans les aires urbaines", *INSEE Première*, n°765, avril.
- COCHEZ N. [2004], *Les entreprises du petit commerce en France entre 1993 et 2003*, Ministère de l'Economie, DECAS.
Téléchargeable sur <http://www.pme.gouv.fr/user/framegnale.php?var=5&rep=etudesstat &file=etudes>
- DESSE R.-P. [2001], *Le nouveau commerce urbain. Dynamiques spatiales et stratégies des acteurs*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes.
- JULIEN P. [2001], "Les grandes villes françaises étendent leur influence", *INSEE Première*, n°766, avril.
- MOATI P. [2001], *L'avenir de la grande distribution*, Odile Jacob, Paris.

ANNEXES

Répartition de l'appareil commercial par tranches de tailles d'aires urbaines

Catégorie d'aire urbaine (valeurs brutes)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	1 083 373	1 084 631	1 295 239	164 744	160 226	166 908
Moins de 2 000 habitants	2	6	5	1	2	1
Entre 2 000 et 5 000 hab.	0	0	0	0	0	0
Entre 5 000 et 10 000 hab.	1 827	1 947	2 667	360	369	446
Entre 10 000 et 20 000 hab.	38 416	39 261	48 752	6 839	6 767	6 992
Entre 20 000 et 50 000 hab.	91 058	94 125	117 049	16 677	16 260	16 946
Entre 50 000 et 100 000 hab.	102 088	103 669	128 092	17 407	17 298	18 392
Entre 100 000 et 200 000 hab.	111 415	111 635	138 576	17 132	16 996	18 056
Entre 200 000 et 500 000 hab.	196 718	201 710	238 575	28 617	28 199	29 483
Entre 500 000 et 2 000 000 hab.	257 114	256 545	307 906	37 797	37 261	39 127
Plus de 2 000 000 hab.	284 735	275 733	313 617	39 914	37 074	37 465

Catégorie d'aire urbaine (part dans le total)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Moins de 2 000 habitants	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Entre 2 000 et 5 000 hab.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Entre 5 000 et 10 000 hab.	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%
Entre 10 000 et 20 000 hab.	3,5%	3,6%	3,8%	4,2%	4,2%	4,2%
Entre 20 000 et 50 000 hab.	8,4%	8,7%	9,0%	10,1%	10,1%	10,2%
Entre 50 000 et 100 000 hab.	9,4%	9,6%	9,9%	10,6%	10,8%	11,0%
Entre 100 000 et 200 000 hab.	10,3%	10,3%	10,7%	10,4%	10,6%	10,8%
Entre 200 000 et 500 000 hab.	18,2%	18,6%	18,4%	17,4%	17,6%	17,7%
Entre 500 000 et 2 000 000 hab.	23,7%	23,7%	23,8%	22,9%	23,3%	23,4%
Plus de 2 000 000 hab.	26,3%	25,4%	24,2%	24,2%	23,1%	22,4%

Catégorie d'aire urbaine (évolution)	Effectifs totaux		Nb établissements	
	1990 - 1995	1995 - 2002	1990 - 1995	1995 - 2002
France entière	0,1%	19,4%	-2,7%	4,2%
Moins de 2 000 habitants	200,0%	-16,7%	100,0%	-50,0%
Entre 2 000 et 5 000 hab.	-	-	-	-
Entre 5 000 et 10 000 hab.	6,6%	37,0%	2,5%	20,9%
Entre 10 000 et 20 000 hab.	2,2%	24,2%	-1,1%	3,3%
Entre 20 000 et 50 000 hab.	3,4%	24,4%	-2,5%	4,2%
Entre 50 000 et 100 000 hab.	1,5%	23,6%	-0,6%	6,3%
Entre 100 000 et 200 000 hab.	0,2%	24,1%	-0,8%	6,2%
Entre 200 000 et 500 000 hab.	2,5%	18,3%	-1,5%	4,6%
Entre 500 000 et 2 000 000 hab.	-0,2%	20,0%	-1,4%	5,0%
Plus de 2 000 000 hab.	-3,2%	13,7%	-7,1%	1,1%

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Évolution de la densité commerciale – Ensemble du commerce de détail

Catégorie de commune (valeurs brutes)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	1 245 901	1 253 120	1 501 313	201 865	196 239	203 993
Dans Aire Urbaine	1 083 373	1 084 631	1 295 239	164 744	160 226	166 908
<i>Pôle urbain</i>	1 006 116	1 000 561	1 182 536	150 217	145 739	151 047
VILLE CENTRE	579 819	538 086	611 470	94 955	89 774	91 510
BANLIEUE	426 297	462 475	571 066	55 262	55 965	59 537
<i>Couronne péri-urbaine</i>	77 257	84 070	112 703	14 527	14 487	15 861
VILLE CENTRE	40 438	43 994	58 731	7 135	6 988	7 683
BANLIEUE	10 032	10 945	13 786	1 452	1 427	1 553
RURAL	26 787	29 131	40 186	5 940	6 072	6 625
Hors Aire Urbaine	162 528	168 489	206 074	37 121	36 013	37 085
<i>Commune multipolarisée</i>	26 389	26 145	32 130	5 380	5 138	5 346
VILLE CENTRE	15 055	15 368	19 425	2 731	2 567	2 730
BANLIEUE	3 673	2 721	3 357	431	407	434
RURAL	7 661	8 056	9 348	2 218	2 164	2 182
<i>Espace à dominante rurale</i>	136 139	142 344	173 944	31 741	30 875	31 739
VILLE CENTRE	84 572	88 232	107 473	17 868	17 027	17 242
BANLIEUE	7 775	9 201	12 323	1 359	1 432	1 637
RURAL	43 792	44 911	54 148	12 514	12 416	12 860
Dans Unité Urbaine	1 167 661	1 171 022	1 397 631	181 193	175 587	182 326
VILLE CENTRE	719 884	685 680	797 099	122 689	116 356	119 165
BANLIEUE	447 777	485 342	600 532	58 504	59 231	63 161
Hors Unité Urbaine	78 240	82 098	103 682	20 672	20 652	21 667
RURAL	78 240	82 098	103 682	20 672	20 652	21 667

Catégorie de commune (part dans le total)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Dans Aire Urbaine	87,0%	86,6%	86,3%	81,6%	81,6%	81,8%
<i>Pôle urbain</i>	80,8%	79,8%	78,8%	74,4%	74,3%	74,0%
VILLE CENTRE	46,5%	42,9%	40,7%	47,0%	45,7%	44,9%
BANLIEUE	34,2%	36,9%	38,0%	27,4%	28,5%	29,2%
<i>Couronne péri-urbaine</i>	6,2%	6,7%	7,5%	7,2%	7,4%	7,8%
VILLE CENTRE	3,2%	3,5%	3,9%	3,5%	3,6%	3,8%
BANLIEUE	0,8%	0,9%	0,9%	0,7%	0,7%	0,8%
RURAL	2,2%	2,3%	2,7%	2,9%	3,1%	3,2%
Hors Aire Urbaine	13,0%	13,4%	13,7%	18,4%	18,4%	18,2%
<i>Commune multipolarisée</i>	2,1%	2,1%	2,1%	2,7%	2,6%	2,6%
VILLE CENTRE	1,2%	1,2%	1,3%	1,4%	1,3%	1,3%
BANLIEUE	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
RURAL	0,6%	0,6%	0,6%	1,1%	1,1%	1,1%
<i>Espace à dominante rurale</i>	10,9%	11,4%	11,6%	15,7%	15,7%	15,6%
VILLE CENTRE	6,8%	7,0%	7,2%	8,9%	8,7%	8,5%
BANLIEUE	0,6%	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%	0,8%
RURAL	3,5%	3,6%	3,6%	6,2%	6,3%	6,3%
Dans Unité Urbaine	93,7%	93,4%	93,1%	89,8%	89,5%	89,4%
VILLE CENTRE	57,8%	54,7%	53,1%	60,8%	59,3%	58,4%
BANLIEUE	35,9%	38,7%	40,0%	29,0%	30,2%	31,0%
Hors Unité Urbaine	6,3%	6,6%	6,9%	10,2%	10,5%	10,6%
RURAL	6,3%	6,6%	6,9%	10,2%	10,5%	10,6%

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les statistiques d'emploi

Catégorie de commune	EVOLUTIONS				DENSITE DE L'APP. COMMERCIAL (<i>pour 10 000 hab.</i>)			
	Effectifs totaux		nb étab.		Effectifs totaux		nb étab.	
	90-95	95-02	90-95	95-02	1990	2002	1990	2002
France entière	0,6%	19,8%	-2,8%	4,0%	220,09	256,58	35,66	34,86
Dans Aire Urbaine	0,1%	19,4%	-2,7%	4,2%	249,75	287,51	37,98	37,05
<i>Pôle urbain</i>	-0,6%	18,2%	-3,0%	3,6%	289,07	331,18	43,16	42,30
VILLE CENTRE	-7,2%	13,6%	-5,5%	1,9%	369,31	385,51	60,48	57,69
BANLIEUE	8,5%	23,5%	1,3%	6,4%	223,12	287,76	28,92	30,00
<i>Couronne péri-urbaine</i>	8,8%	34,1%	-0,3%	9,5%	90,13	120,61	16,95	16,97
VILLE CENTRE	8,8%	33,5%	-2,1%	9,9%	161,85	212,48	28,56	27,80
BANLIEUE	9,1%	26,0%	-1,7%	8,8%	142,54	178,63	20,63	20,12
RURAL	8,8%	37,9%	2,2%	9,1%	49,88	69,19	11,06	11,41
Hors Aire Urbaine	3,7%	22,3%	-3,0%	3,0%	122,84	153,09	28,06	27,55
<i>Commune multipolarisée</i>	-0,9%	22,9%	-4,5%	4,0%	96,01	110,36	19,57	18,36
VILLE CENTRE	2,1%	26,4%	-6,0%	6,3%	199,29	243,70	36,15	34,25
BANLIEUE	-25,9%	23,4%	-5,6%	6,6%	146,47	127,51	17,19	16,48
RURAL	5,2%	16,0%	-2,4%	0,8%	43,97	50,50	12,73	11,79
<i>Espace à dominante rurale</i>	4,6%	22,2%	-2,7%	2,8%	129,88	164,89	30,28	30,09
VILLE CENTRE	4,3%	21,8%	-4,7%	1,3%	258,63	326,74	54,64	52,42
BANLIEUE	18,3%	33,9%	5,4%	14,3%	132,95	204,38	23,24	27,15
RURAL	2,6%	20,6%	-0,8%	3,6%	66,08	81,34	18,88	19,32
Dans Unité Urbaine	0,3%	19,4%	-3,1%	3,8%	272,38	316,24	42,27	41,25
VILLE CENTRE	-4,8%	16,2%	-5,2%	2,4%	323,92	350,96	55,21	52,47
BANLIEUE	8,4%	23,7%	1,2%	6,6%	216,89	279,54	28,34	29,40
Hors Unité Urbaine	4,9%	26,3%	-0,1%	4,9%	56,95	72,42	15,05	15,13
RURAL	4,9%	26,3%	-0,1%	4,9%	56,95	72,42	15,05	15,13

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Évolution de la densité commerciale – Commerce non spécialisé

Catégorie de commune (valeurs brutes)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	486 884	497 702	619 157	24 473	23 096	22 599
Dans Aire Urbaine	421 703	422 539	519 642	17 747	16 485	16 266
<i>Pôle urbain</i>	389 833	385 210	466 786	15 225	14 056	13 858
VILLE CENTRE	198 212	181 208	213 204	8 403	7 538	7 356
BANLIEUE	191 621	204 002	253 582	6 822	6 518	6 502
<i>Couronne péri-urbaine</i>	31 870	37 329	52 856	2 522	2 429	2 408
VILLE CENTRE	17 974	20 695	29 288	1 120	1 076	1 091
BANLIEUE	4 600	5 838	7 120	248	237	238
RURAL	9 296	10 796	16 448	1 154	1 116	1 079
Hors Aire Urbaine	65 181	75 163	99 515	6 726	6 611	6 333
<i>Commune multipolarisée</i>	10 334	11 475	15 189	1 024	1 005	915
VILLE CENTRE	6 879	7 699	10 003	457	446	426
BANLIEUE	1 445	1 540	2 025	98	95	91
RURAL	2 010	2 236	3 161	469	464	398
<i>Espace à dominante rurale</i>	54 847	63 688	84 326	5 702	5 606	5 418
VILLE CENTRE	36 932	42 268	55 851	2 557	2 431	2 337
BANLIEUE	4 213	5 403	7 426	294	277	316
RURAL	13 702	16 017	21 049	2 851	2 898	2 765
Dans Unité Urbaine	461 876	468 653	578 499	19 999	18 618	18 357
VILLE CENTRE	259 997	251 870	308 346	12 537	11 491	11 210
BANLIEUE	201 879	216 783	270 153	7 462	7 127	7 147
Hors Unité Urbaine	25 008	29 049	40 658	4 474	4 478	4 242
RURAL	25 008	29 049	40 658	4 474	4 478	4 242

Catégorie de commune (part dans le total)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Dans Aire Urbaine	86,6%	84,9%	83,9%	72,5%	71,4%	72,0%
<i>Pôle urbain</i>	80,1%	77,4%	75,4%	62,2%	60,9%	61,3%
VILLE CENTRE	40,7%	36,4%	34,4%	34,3%	32,6%	32,6%
BANLIEUE	39,4%	41,0%	41,0%	27,9%	28,2%	28,8%
<i>Couronne péri-urbaine</i>	6,5%	7,5%	8,5%	10,3%	10,5%	10,7%
VILLE CENTRE	3,7%	4,2%	4,7%	4,6%	4,7%	4,8%
BANLIEUE	0,9%	1,2%	1,1%	1,0%	1,0%	1,1%
RURAL	1,9%	2,2%	2,7%	4,7%	4,8%	4,8%
Hors Aire Urbaine	13,4%	15,1%	16,1%	27,5%	28,6%	28,0%
<i>Commune multipolarisée</i>	2,1%	2,3%	2,5%	4,2%	4,4%	4,0%
VILLE CENTRE	1,4%	1,5%	1,6%	1,9%	1,9%	1,9%
BANLIEUE	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%
RURAL	0,4%	0,4%	0,5%	1,9%	2,0%	1,8%
<i>Espace à dominante rurale</i>	11,3%	12,8%	13,6%	23,3%	24,3%	24,0%
VILLE CENTRE	7,6%	8,5%	9,0%	10,4%	10,5%	10,3%
BANLIEUE	0,9%	1,1%	1,2%	1,2%	1,2%	1,4%
RURAL	2,8%	3,2%	3,4%	11,6%	12,5%	12,2%
Dans Unité Urbaine	94,9%	94,2%	93,4%	81,7%	80,6%	81,2%
VILLE CENTRE	53,4%	50,6%	49,8%	51,2%	49,8%	49,6%
BANLIEUE	41,5%	43,6%	43,6%	30,5%	30,9%	31,6%
Hors Unité Urbaine	5,1%	5,8%	6,6%	18,3%	19,4%	18,8%
RURAL	5,1%	5,8%	6,6%	18,3%	19,4%	18,8%

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les statistiques d'emploi

Catégorie de commune	EVOLUTIONS				DENSITE DE L'APP. COMMERCIAL (pour 10 000 hab.)			
	Effectifs totaux		nb étab.		Effectifs totaux		nb étab.	
	90-95	95-02	90-95	95-02	1990	2002	1990	2002
France entière	2,2%	24,4%	-5,6%	-2,2%	104,24	128,64	5,24	4,70
Dans Aire Urbaine	0,2%	23,0%	-7,1%	-1,3%	108,95	129,91	4,59	4,07
<i>Pôle urbain</i>	-1,2%	21,2%	-7,7%	-1,4%	114,88	134,28	4,49	3,99
VILLE CENTRE	-8,6%	17,7%	-10,3%	-2,4%	126,26	134,43	5,35	4,64
BANLIEUE	6,5%	24,3%	-4,5%	-0,2%	105,07	134,16	3,74	3,44
<i>Couronne péri-urbaine</i>	17,1%	41,6%	-3,7%	-0,9%	66,81	100,88	5,29	4,60
VILLE CENTRE	15,1%	41,5%	-3,9%	1,4%	74,05	109,00	4,61	4,06
BANLIEUE	26,9%	22,0%	-4,4%	0,4%	88,90	125,29	4,79	4,19
RURAL	16,1%	52,4%	-3,3%	-3,3%	50,93	82,89	6,32	5,44
Hors Aire Urbaine	15,3%	32,4%	-1,7%	-4,2%	81,45	122,43	8,41	7,79
<i>Commune multipolarisée</i>	11,0%	32,4%	-1,9%	-9,0%	69,35	96,33	6,87	5,80
VILLE CENTRE	11,9%	29,9%	-2,4%	-4,5%	92,98	128,03	6,18	5,45
BANLIEUE	6,6%	31,5%	-3,1%	-4,2%	94,54	126,46	6,41	5,68
RURAL	11,2%	41,4%	-1,1%	-14,2%	33,64	49,76	7,85	6,27
<i>Espace à dominante rurale</i>	16,1%	32,4%	-1,7%	-3,4%	84,22	128,71	8,76	8,27
VILLE CENTRE	14,4%	32,1%	-4,9%	-3,9%	113,30	170,38	7,84	7,13
BANLIEUE	28,2%	37,4%	-5,8%	14,1%	115,25	196,41	8,04	8,36
RURAL	16,9%	31,4%	1,6%	-4,6%	47,46	72,69	9,88	9,55
Dans Unité Urbaine	1,5%	23,4%	-6,9%	-1,4%	111,57	135,75	4,83	4,31
VILLE CENTRE	-3,1%	22,4%	-8,3%	-2,4%	117,51	136,40	5,67	4,96
BANLIEUE	7,4%	24,6%	-4,5%	0,3%	104,75	135,02	3,87	3,57
Hors Unité Urbaine	16,2%	40,0%	0,1%	-5,3%	47,10	73,72	8,43	7,69
RURAL	16,2%	40,0%	0,1%	-5,3%	47,10	73,72	8,43	7,69

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Évolution de la densité commerciale – Commerce alimentaire spécialisé

Catégorie de commune (valeurs brutes)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	80 386	76 839	80 426	25 236	24 673	24 434
Dans Aire Urbaine	65 454	62 563	64 639	19 456	19 155	18 643
<i>Pôle urbain</i>	58 200	55 854	57 616	17 003	16 880	16 331
VILLE CENTRE	33 464	31 514	32 608	9 786	9 633	9 428
BANLIEUE	24 736	24 340	25 008	7 217	7 247	6 903
<i>Couronne péri-urbaine</i>	7 254	6 709	7 023	2 453	2 275	2 312
VILLE CENTRE	3 053	2 720	3 127	987	977	1 039
BANLIEUE	659	696	521	210	202	178
RURAL	3 542	3 293	3 375	1 256	1 096	1 095
Hors Aire Urbaine	14 932	14 276	15 787	5 780	5 518	5 791
<i>Commune multipolarisée</i>	2 942	2 589	2 984	991	916	952
VILLE CENTRE	1 303	1 163	1 398	420	400	422
BANLIEUE	226	198	273	85	70	86
RURAL	1 413	1 228	1 313	486	446	444
<i>Espace à dominante rurale</i>	11 990	11 687	12 803	4 789	4 602	4 839
VILLE CENTRE	5 639	5 645	6 086	2 211	2 123	2 175
BANLIEUE	624	634	635	217	221	232
RURAL	5 727	5 408	6 082	2 361	2 258	2 432
Dans Unité Urbaine	69 704	66 910	69 656	21 133	20 873	20 463
VILLE CENTRE	43 459	41 042	43 219	13 404	13 133	13 064
BANLIEUE	26 245	25 868	26 437	7 729	7 740	7 399
Hors Unité Urbaine	10 682	9 929	10 770	4 103	3 800	3 971
RURAL	10 682	9 929	10 770	4 103	3 800	3 971

Catégorie de commune (part dans le total)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Dans Aire Urbaine	81,4%	81,4%	80,4%	77,1%	77,6%	76,3%
<i>Pôle urbain</i>	72,4%	72,7%	71,6%	67,4%	68,4%	66,8%
VILLE CENTRE	41,6%	41,0%	40,5%	38,8%	39,0%	38,6%
BANLIEUE	30,8%	31,7%	31,1%	28,6%	29,4%	28,3%
<i>Couronne péri-urbaine</i>	9,0%	8,7%	8,7%	9,7%	9,2%	9,5%
VILLE CENTRE	3,8%	3,5%	3,9%	3,9%	4,0%	4,3%
BANLIEUE	0,8%	0,9%	0,6%	0,8%	0,8%	0,7%
RURAL	4,4%	4,3%	4,2%	5,0%	4,4%	4,5%
Hors Aire Urbaine	18,6%	18,6%	19,6%	22,9%	22,4%	23,7%
<i>Commune multipolarisée</i>	3,7%	3,4%	3,7%	3,9%	3,7%	3,9%
VILLE CENTRE	1,6%	1,5%	1,7%	1,7%	1,6%	1,7%
BANLIEUE	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%
RURAL	1,8%	1,6%	1,6%	1,9%	1,8%	1,8%
<i>Espace à dominante rurale</i>	14,9%	15,2%	15,9%	19,0%	18,7%	19,8%
VILLE CENTRE	7,0%	7,3%	7,6%	8,8%	8,6%	8,9%
BANLIEUE	0,8%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%	0,9%
RURAL	7,1%	7,0%	7,6%	9,4%	9,2%	10,0%
Dans Unité Urbaine	86,7%	87,1%	86,6%	83,7%	84,6%	83,7%
VILLE CENTRE	54,1%	53,4%	53,7%	53,1%	53,2%	53,5%
BANLIEUE	32,6%	33,7%	32,9%	30,6%	31,4%	30,3%
Hors Unité Urbaine	13,3%	12,9%	13,4%	16,3%	15,4%	16,3%
RURAL	13,3%	12,9%	13,4%	16,3%	15,4%	16,3%

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les statistiques d'emploi

Catégorie de commune	EVOLUTIONS				DENSITE DE L'APP. COMMERCIAL (pour 10 000 hab.)			
	Effectifs totaux		nb étab.		Effectifs totaux		nb étab.	
	90-95	95-02	90-95	95-02	1990	2002	1990	2002
France entière	-4,4%	4,7%	-2,2%	-1,0%	17,48	16,97	5,49	5,16
Dans Aire Urbaine	-4,4%	3,3%	-1,5%	-2,7%	17,07	16,32	5,07	4,71
Pôle urbain	-4,0%	3,2%	-0,7%	-3,3%	17,26	16,68	5,04	4,73
VILLE CENTRE	-5,8%	3,5%	-1,6%	-2,1%	21,32	20,56	6,23	5,94
BANLIEUE	-1,6%	2,7%	0,4%	-4,7%	13,73	13,39	4,01	3,70
Couronne péri-urbaine	-7,5%	4,7%	-7,3%	1,6%	15,69	13,85	5,30	4,56
VILLE CENTRE	-10,9%	15,0%	-1,0%	6,3%	13,20	12,22	4,27	4,06
BANLIEUE	5,6%	-25,1%	-3,8%	-11,9%	14,08	10,16	4,49	3,47
RURAL	-7,0%	2,5%	-12,7%	-0,1%	19,21	16,89	6,81	5,48
Hors Aire Urbaine	-4,4%	10,6%	-4,5%	4,9%	19,52	20,28	7,55	7,44
Commune multipolarisée	-12,0%	15,3%	-7,6%	3,9%	19,73	18,90	6,65	6,03
VILLE CENTRE	-10,7%	20,2%	-4,8%	5,5%	17,83	18,12	5,75	5,47
BANLIEUE	-12,4%	37,9%	-17,6%	22,9%	14,90	17,15	5,61	5,40
RURAL	-13,1%	6,9%	-8,2%	-0,4%	23,20	20,27	7,98	6,86
Espace à dominante rurale	-2,5%	9,5%	-3,9%	5,1%	19,46	20,63	7,77	7,80
VILLE CENTRE	0,1%	7,8%	-4,0%	2,4%	17,56	18,84	6,88	6,73
BANLIEUE	1,6%	0,2%	1,8%	5,0%	18,96	18,65	6,59	6,81
RURAL	-5,6%	12,5%	-4,4%	7,7%	21,87	23,09	9,02	9,23
Dans Unité Urbaine	-4,0%	4,1%	-1,2%	-2,0%	17,04	16,54	5,16	4,86
VILLE CENTRE	-5,6%	5,3%	-2,0%	-0,5%	19,80	19,28	6,11	5,83
BANLIEUE	-1,4%	2,2%	0,1%	-4,4%	13,84	13,42	4,08	3,76
Hors Unité Urbaine	-7,0%	8,5%	-7,4%	4,5%	21,06	20,40	8,09	7,52
RURAL	-7,0%	8,5%	-7,4%	4,5%	21,06	20,40	8,09	7,52

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Évolution de la densité commerciale – Commerce de produits pharmaceutiques et parfumerie

Catégorie de commune (valeurs brutes)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	118 533	123 458	147 155	25 774	26 554	27 533
Dans Aire Urbaine	95 518	99 901	119 720	20 218	20 897	21 709
<i>Pôle urbain</i>	85 833	88 701	106 092	17 782	18 295	18 944
VILLE CENTRE	49 518	49 600	58 195	9 813	9 950	10 165
BANLIEUE	36 315	39 101	47 897	7 969	8 345	8 779
<i>Couronne péri-urbaine</i>	9 685	11 200	13 628	2 436	2 602	2 765
VILLE CENTRE	5 144	5 767	7 068	1 133	1 185	1 241
BANLIEUE	841	975	1 193	224	235	260
RURAL	3 700	4 458	5 367	1 079	1 182	1 264
Hors Aire Urbaine	23 015	23 557	27 435	5 556	5 657	5 824
<i>Commune multipolarisée</i>	4 324	3 910	4 632	868	891	923
VILLE CENTRE	1 810	2 054	2 412	381	390	402
BANLIEUE	1 028	289	362	63	65	73
RURAL	1 486	1 567	1 858	424	436	448
<i>Espace à dominante rurale</i>	18 691	19 647	22 803	4 688	4 766	4 901
VILLE CENTRE	10 008	10 404	12 052	2 173	2 196	2 265
BANLIEUE	749	805	992	198	202	213
RURAL	7 934	8 438	9 759	2 317	2 368	2 423
Dans Unité Urbaine	105 413	108 995	130 171	21 954	22 568	23 398
VILLE CENTRE	66 480	67 825	79 727	13 500	13 721	14 073
BANLIEUE	38 933	41 170	50 444	8 454	8 847	9 325
Hors Unité Urbaine	13 120	14 463	16 984	3 820	3 986	4 135
RURAL	13 120	14 463	16 984	3 820	3 986	4 135

Catégorie de commune (part dans le total)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Dans Aire Urbaine	80,6%	80,9%	81,4%	78,4%	78,7%	78,8%
<i>Pôle urbain</i>	72,4%	71,8%	72,1%	69,0%	68,9%	68,8%
VILLE CENTRE	41,8%	40,2%	39,5%	38,1%	37,5%	36,9%
BANLIEUE	30,6%	31,7%	32,5%	30,9%	31,4%	31,9%
<i>Couronne péri-urbaine</i>	8,2%	9,1%	9,3%	9,5%	9,8%	10,0%
VILLE CENTRE	4,3%	4,7%	4,8%	4,4%	4,5%	4,5%
BANLIEUE	0,7%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%	0,9%
RURAL	3,1%	3,6%	3,6%	4,2%	4,5%	4,6%
Hors Aire Urbaine	19,4%	19,1%	18,6%	21,6%	21,3%	21,2%
<i>Commune multipolarisée</i>	3,6%	3,2%	3,1%	3,4%	3,4%	3,4%
VILLE CENTRE	1,5%	1,7%	1,6%	1,5%	1,5%	1,5%
BANLIEUE	0,9%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%
RURAL	1,3%	1,3%	1,3%	1,6%	1,6%	1,6%
<i>Espace à dominante rurale</i>	15,8%	15,9%	15,5%	18,2%	17,9%	17,8%
VILLE CENTRE	8,4%	8,4%	8,2%	8,4%	8,3%	8,2%
BANLIEUE	0,6%	0,7%	0,7%	0,8%	0,8%	0,8%
RURAL	6,7%	6,8%	6,6%	9,0%	8,9%	8,8%
Dans Unité Urbaine	88,9%	88,3%	88,5%	85,2%	85,0%	85,0%
VILLE CENTRE	56,1%	54,9%	54,2%	52,4%	51,7%	51,1%
BANLIEUE	32,8%	33,3%	34,3%	32,8%	33,3%	33,9%
Hors Unité Urbaine	11,1%	11,7%	11,5%	14,8%	15,0%	15,0%
RURAL	11,1%	11,7%	11,5%	14,8%	15,0%	15,0%

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les statistiques d'emploi

Catégorie de commune	EVOLUTIONS				DENSITE DE L'APP. COMMERCIAL (pour 10 000 hab.)			
	Effectifs totaux		nb étab.		Effectifs totaux		nb étab.	
	90-95	95-02	90-95	95-02	1990	2002	1990	2002
France entière	4,2%	19,2%	3,0%	3,7%	25,37	30,56	5,52	5,72
Dans Aire Urbaine	4,6%	19,8%	3,4%	3,9%	24,49	29,69	5,18	5,38
<i>Pôle urbain</i>	3,3%	19,6%	2,9%	3,5%	25,07	30,22	5,19	5,40
VILLE CENTRE	0,2%	17,3%	1,4%	2,2%	31,54	36,69	6,25	6,41
BANLIEUE	7,7%	22,5%	4,7%	5,2%	19,59	24,90	4,30	4,56
<i>Couronne péri-urbaine</i>	15,6%	21,7%	6,8%	6,3%	20,34	26,13	5,12	5,30
VILLE CENTRE	12,1%	22,6%	4,6%	4,7%	20,72	25,73	4,56	4,52
BANLIEUE	15,9%	22,4%	4,9%	10,6%	16,62	21,52	4,43	4,69
RURAL	20,5%	20,4%	9,5%	6,9%	20,88	28,03	6,09	6,60
Hors Aire Urbaine	2,4%	16,5%	1,8%	3,0%	29,83	35,04	7,20	7,44
<i>Commune multipolarisée</i>	-9,6%	18,5%	2,6%	3,6%	29,57	30,02	5,94	5,98
VILLE CENTRE	13,5%	17,4%	2,4%	3,1%	24,20	30,57	5,09	5,10
BANLIEUE	-71,9%	25,3%	3,2%	12,3%	78,91	26,62	4,84	5,37
RURAL	5,5%	18,6%	2,8%	2,8%	25,44	30,06	7,26	7,25
<i>Espace à dominante rurale</i>	5,1%	16,1%	1,7%	2,8%	29,89	36,27	7,50	7,80
VILLE CENTRE	4,0%	15,8%	1,1%	3,1%	30,62	36,65	6,65	6,89
BANLIEUE	7,5%	23,2%	2,0%	5,4%	23,34	29,96	6,17	6,43
RURAL	6,4%	15,7%	2,2%	2,3%	29,78	36,58	8,70	9,08
Dans Unité Urbaine	3,4%	19,4%	2,8%	3,7%	25,28	30,31	5,27	5,45
VILLE CENTRE	2,0%	17,5%	1,6%	2,6%	29,95	35,15	6,08	6,20
BANLIEUE	5,7%	22,5%	4,6%	5,4%	19,97	24,90	4,34	4,60
Hors Unité Urbaine	10,2%	17,4%	4,3%	3,7%	26,13	32,66	7,61	7,95
RURAL	10,2%	17,4%	4,3%	3,7%	26,13	32,66	7,61	7,95

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Densité commerciale – Autres commerces spécialisés

Catégorie de commune (valeurs brutes)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	526 560	527 451	627 650	116 345	112 067	119 163
Dans Aire Urbaine	471 892	476 699	569 360	98 936	95 660	101 996
<i>Pôle urbain</i>	446 257	451 581	533 608	92 815	89 778	95 080
VILLE CENTRE	284 121	265 997	298 828	62 867	59 328	61 164
BANLIEUE	162 136	185 584	234 780	29 948	30 450	33 916
<i>Couronne péri-urbaine</i>	25 635	25 118	35 752	6 121	5 882	6 916
VILLE CENTRE	13 334	13 508	18 224	3 565	3 376	3 891
BANLIEUE	3 500	3 172	4 613	644	627	736
RURAL	8 801	8 438	12 915	1 912	1 879	2 289
Hors Aire Urbaine	54 668	50 752	58 290	17 409	16 407	17 167
<i>Commune multipolarisée</i>	7 960	7 258	8 334	2 179	1 923	2 103
VILLE CENTRE	4 766	4 209	5 302	1 367	1 222	1 339
BANLIEUE	881	596	619	161	145	151
RURAL	2 313	2 453	2 413	651	556	613
<i>Espace à dominante rurale</i>	46 708	43 494	49 956	15 230	14 484	15 064
VILLE CENTRE	30 270	28 643	32 062	10 315	9 717	9 898
BANLIEUE	1 980	2 167	2 955	562	630	742
RURAL	14 458	12 684	14 939	4 353	4 137	4 424
Dans Unité Urbaine	500 988	503 876	597 383	109 429	105 495	111 837
VILLE CENTRE	332 491	312 357	354 416	78 114	73 643	76 292
BANLIEUE	168 497	191 519	242 967	31 315	31 852	35 545
Hors Unité Urbaine	25 572	23 575	30 267	6 916	6 572	7 326
RURAL	25 572	23 575	30 267	6 916	6 572	7 326

Catégorie de commune (part dans le total)	Effectifs totaux			Nb établissements		
	1990	1995	2002	1990	1995	2002
France entière	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Dans Aire Urbaine	89,6%	90,4%	90,7%	85,0%	85,4%	85,6%
<i>Pôle urbain</i>	84,7%	85,6%	85,0%	79,8%	80,1%	79,8%
VILLE CENTRE	54,0%	50,4%	47,6%	54,0%	52,9%	51,3%
BANLIEUE	30,8%	35,2%	37,4%	25,7%	27,2%	28,5%
<i>Couronne péri-urbaine</i>	4,9%	4,8%	5,7%	5,3%	5,2%	5,8%
VILLE CENTRE	2,5%	2,6%	2,9%	3,1%	3,0%	3,3%
BANLIEUE	0,7%	0,6%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%
RURAL	1,7%	1,6%	2,1%	1,6%	1,7%	1,9%
Hors Aire Urbaine	10,4%	9,6%	9,3%	15,0%	14,6%	14,4%
<i>Commune multipolarisée</i>	1,5%	1,4%	1,3%	1,9%	1,7%	1,8%
VILLE CENTRE	0,9%	0,8%	0,8%	1,2%	1,1%	1,1%
BANLIEUE	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
RURAL	0,4%	0,5%	0,4%	0,6%	0,5%	0,5%
<i>Espace à dominante rurale</i>	8,9%	8,2%	8,0%	13,1%	12,9%	12,6%
VILLE CENTRE	5,7%	5,4%	5,1%	8,9%	8,7%	8,3%
BANLIEUE	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%
RURAL	2,7%	2,4%	2,4%	3,7%	3,7%	3,7%
Dans Unité Urbaine	95,1%	95,5%	95,2%	94,1%	94,1%	93,9%
VILLE CENTRE	63,1%	59,2%	56,5%	67,1%	65,7%	64,0%
BANLIEUE	32,0%	36,3%	38,7%	26,9%	28,4%	29,8%
Hors Unité Urbaine	4,9%	4,5%	4,8%	5,9%	5,9%	6,1%
RURAL	4,9%	4,5%	4,8%	5,9%	5,9%	6,1%

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les statistiques d'emploi

Catégorie de commune	EVOLUTIONS				DENSITE DE L'APP. COMMERCIAL (<i>pour 10 000 hab.</i>)			
	Effectifs totaux		nb étab.		Effectifs totaux		nb étab.	
	90-95	95-02	90-95	95-02	1990	2002	1990	2002
France entière	0,2%	19,0%	-3,7%	6,3%	111,72	129,06	24,68	24,50
Dans Aire Urbaine	1,0%	19,4%	-3,3%	6,6%	120,19	140,18	25,20	25,11
<i>Pôle urbain</i>	1,2%	18,2%	-3,3%	5,9%	130,18	151,86	27,08	27,06
VILLE CENTRE	-6,4%	12,3%	-5,6%	3,1%	180,99	188,42	40,05	38,57
BANLIEUE	14,5%	26,5%	1,7%	11,4%	87,26	121,78	16,12	17,59
<i>Couronne péri-urbaine</i>	-2,0%	42,3%	-3,9%	17,6%	51,44	65,26	12,28	12,62
VILLE CENTRE	1,3%	34,9%	-5,3%	15,3%	55,58	68,57	14,86	14,64
BANLIEUE	-9,4%	45,4%	-2,6%	17,4%	64,28	77,55	11,83	12,37
RURAL	-4,1%	53,1%	-1,7%	21,8%	43,15	58,02	9,37	10,28
Hors Aire Urbaine	-7,2%	14,9%	-5,8%	4,6%	69,45	72,71	22,12	21,41
<i>Commune multipolarisée</i>	-8,8%	14,8%	-11,7%	9,4%	50,26	49,78	13,76	12,56
VILLE CENTRE	-11,7%	26,0%	-10,6%	9,6%	64,23	67,74	18,42	17,11
BANLIEUE	-32,3%	3,9%	-9,9%	4,1%	51,80	34,58	9,47	8,44
RURAL	6,1%	-1,6%	-14,6%	10,3%	34,44	33,87	9,69	8,60
<i>Espace à dominante rurale</i>	-6,9%	14,9%	-4,9%	4,0%	74,29	78,76	24,22	23,75
VILLE CENTRE	-5,4%	11,9%	-5,8%	1,9%	92,84	97,79	31,64	30,19
BANLIEUE	9,4%	36,4%	12,1%	17,8%	49,05	70,49	13,92	17,70
RURAL	-12,3%	17,8%	-5,0%	6,9%	55,11	56,49	16,59	16,73
Dans Unité Urbaine	0,6%	18,6%	-3,6%	6,0%	119,86	138,76	26,18	25,98
VILLE CENTRE	-6,1%	13,5%	-5,7%	3,6%	150,45	156,97	35,35	33,79
BANLIEUE	13,7%	26,9%	1,7%	11,6%	85,54	118,68	15,90	17,36
Hors Unité Urbaine	-7,8%	28,4%	-5,0%	11,5%	47,94	54,21	12,96	13,12
RURAL	-7,8%	28,4%	-5,0%	11,5%	47,94	54,21	12,96	13,12

Source : Calculs CRÉDOC sur données UNÉDIC et INSEE

Identification des aires urbaines

Base : Effectifs 2002

Pôles de niveau 1	Pôles de niveau 2	
1 Ajaccio	1 Albi	38 Montargis
2 Annemasse	2 Alençon	39 Mont-de-Marsan
3 Auxerre	3 Amiens	40 Montluçon
4 Bastia	4 Angers	41 Mulhouse
5 Bayonne	5 Angoulême	42 Niort
6 Besançon	6 Annecy	43 Pamiers
7 Bordeaux	7 Arcachon	44 Perpignan
8 Brest	8 Auch	45 Puy-en-Velay
9 Caen	9 Aurillac	46 Roanne
10 Clermont-Ferrand	10 Avignon	47 Roche-sur-Yon
11 Dijon	11 Beauvais	48 Rodez
12 Havre	12 Béziers	49 Saint-Brieuc
13 Lille	13 Bourg-en-Bresse	50 Saint-Malo
14 Limoges	14 Bourges	51 Saint-Nazaire
15 Lorient	15 Brive-la-Gaillarde	52 Saint-Quentin
16 Lyon	16 Carcassonne	53 Ussel
17 Mans	17 Chalon-sur-Saône	54 Valence
18 Marseille	18 Charleville-Mézières	55 Vannes
19 Metz	19 Chartres	
20 Montpellier	20 Châteauroux	
21 Nancy	21 Chaumont	
22 Nantes	22 Cherbourg	
23 Nevers	23 Cholet	
24 Nice	24 Colmar	
25 Orléans	25 Compiègne	
26 Paris	26 Dieppe	
27 Pau	27 Dunkerque	
28 Poitiers	28 Épinal	
29 Quimper	29 Forbach	
30 Reims	30 Gap	
31 Rennes	31 Grenoble	
32 Rochelle	32 Guéret	
33 Rouen	33 Lannion	
34 Strasbourg	34 Laval	
35 Toulouse	35 Lons-le-Saunier	
36 Tours	36 Mende	
37 Troyes	37 Millau	

NB : Les aires urbaines identifiées comme pôles commerciaux régionaux sont désignées par la ville-centre de leur pôle urbain