

# Mobilité et commerces

## Quels enseignements des enquêtes déplacements ?

Avec l'avènement des enjeux liés au développement durable et la problématique de la revitalisation des centres-villes, les critères de desserte et d'accessibilité des pôles commerciaux, de centre-ville ou de périphérie, s'inscrivent davantage dans les projets d'urbanisme commercial.

**Les enjeux de mobilité et de dynamisme commercial sont au cœur du développement urbain et entretiennent une relation d'influence réciproque. Sur un territoire, l'évolution des structures commerciales, et notamment leur localisation, a des répercussions immédiates sur la mobilité des ménages. De même, l'offre commerciale s'adapte aux pratiques de déplacements et aux rythmes de vie des consommateurs.**

**Aujourd'hui, si l'essor du e-commerce engendre de nouveaux comportements de consommation qui interrogent nos pratiques de mobilité (livraisons à domicile, développement des points-relais et consignes, click&collect...), les déplacements à destination des commerces traditionnels restent structurants au sein d'une agglomération.**

**Mais que savons-nous de la mobilité liée aux achats ?**

**Que représentent les achats dans nos déplacements quotidiens ? Quelles différences de comportement peut-on observer au sein de la population ? La voiture est-elle indispensable pour faire ses courses ?**

**Cette fiche propose d'apporter des éléments de réponse et des repères sur la mobilité liée aux achats dans les agglomérations françaises. Ce document s'appuie sur les résultats et analyses des récentes Enquêtes Ménages Déplacements standard Cerema.**



# Les achats : une activité quotidienne pour les ménages

## En semaine : le deuxième motif de déplacement après le travail

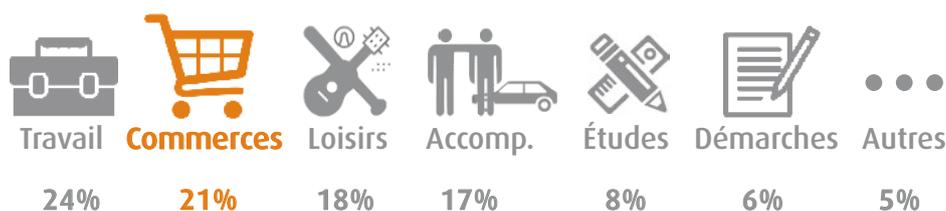
La mobilité du quotidien est régulièrement abordée par le prisme des déplacements liés à l'activité professionnelle des ménages. Si le travail continue de jouer un rôle important dans les programmes d'activités, l'analyse de la mobilité dans les territoires ne peut ignorer les autres besoins de déplacements.

Parmi eux, les achats occupent une place particulière, constituant le deuxième motif de déplacement dans les territoires. Que ce soit dans les grandes agglomérations, les périphéries ou les villes moyennes, on observe la même importance des motifs liés aux commerces, avec plus de 20 % des déplacements sur un jour moyen de semaine. Dans certaines villes, les achats constituent même le premier motif de déplacement des résidents, pour des raisons qui vont de l'importance de l'offre à la structure de la population.

### Les achats : 1<sup>er</sup> motif de déplacement

à Royan (34 %), Chalon-sur-Saône (28 %), Béziers (27 %), Carcassonne (25 %), Caen (24 %), Nantes (24 %), Marseille (23 %), Lille (22 %)...

### Répartition des déplacements selon le motif à destination (hors retour au domicile)



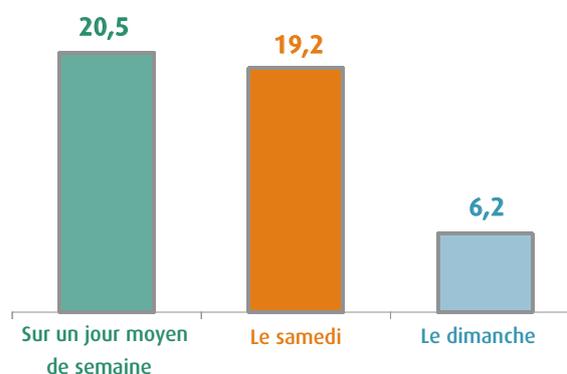
Source : Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017

## 20 millions de déplacements par jour

Souvent associés aux courses d'approvisionnement réalisées en fin de semaine, les déplacements pour achats des ménages ne se concentrent pas uniquement le samedi. En France, on décompte autant de déplacements vers les commerces un jour moyen de semaine que le samedi.

Toutefois, comme une majorité des actifs ne travaille pas le samedi, cette activité se démarque naturellement des autres motifs. Par exemple, sur les agglomérations de Caen, Dunkerque, Lille et Nancy, la part des motifs achats atteint le samedi 36 % à 40 % de l'ensemble des déplacements réalisés (hors retour au domicile).

### Déplacements pour achat en France par jour (en millions de déplacements)



Source : Enquête nationale Transport Déplacements, 2008

## Pour les ménages, un déplacement par jour en moyenne

À l'échelle des ménages, les déplacements vers les commerces font partie intégrante de la mobilité quotidienne. L'un ou l'autre de ses membres se rend en moyenne une fois par jour dans un commerce pour effectuer un achat.

Le graphique ci-après montre que le nombre d'enfant dans le ménage, influe finalement peu.

On note néanmoins une différence pour les personnes seules, qui, elles, ne se déplacent pas quotidiennement pour faire leurs courses.

### Mobilité pour achat par ménage (déplacements par jour)



Source : Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017

## Une tâche majoritairement féminine dans les ménages avec enfant

Pour les couples sans enfant, les achats sont une activité partagée entre l'homme et la femme. La présence d'un enfant change cet équilibre, car dans ces ménages les achats sont effectués en moyenne à 59 % par les femmes.

### Répartition des déplacements vers les commerces pour les couples...



Source : Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017

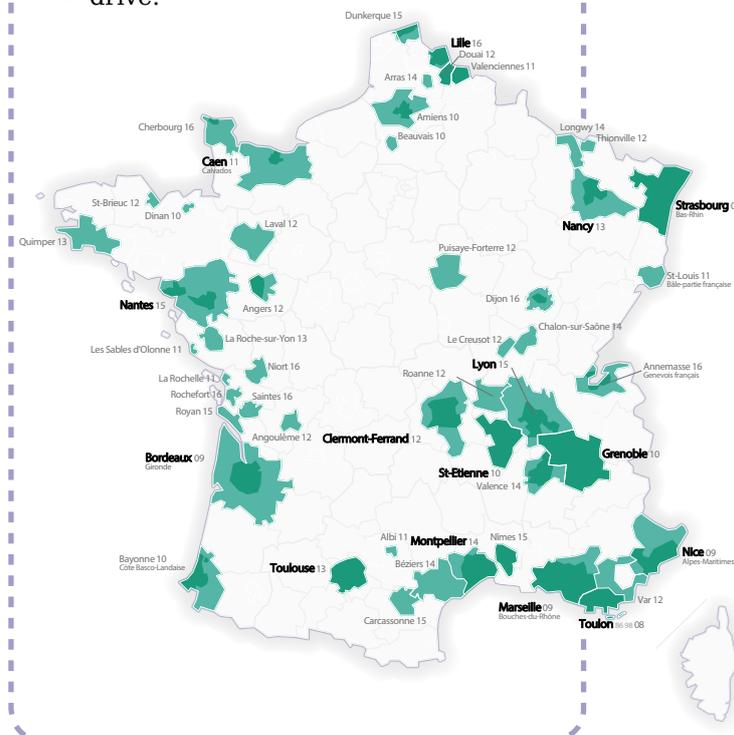
### Les enquêtes ménages-déplacements standard Cerema et la base unifiée

Les enquêtes ménages-déplacements permettent de recueillir l'ensemble des déplacements d'un échantillon de la population d'un territoire un jour moyen de semaine. Outil de référence pour la connaissance de la mobilité quotidienne, chaque déplacement est détaillé selon le mode utilisé, les distances parcourues, l'origine, la destination et le motif.

La base unifiée des enquêtes ménages-déplacements utilisée pour cette analyse regroupe l'ensemble des enquêtes ménages-déplacements réalisées entre 2009 et 2016 (cf. carte ci-dessous)

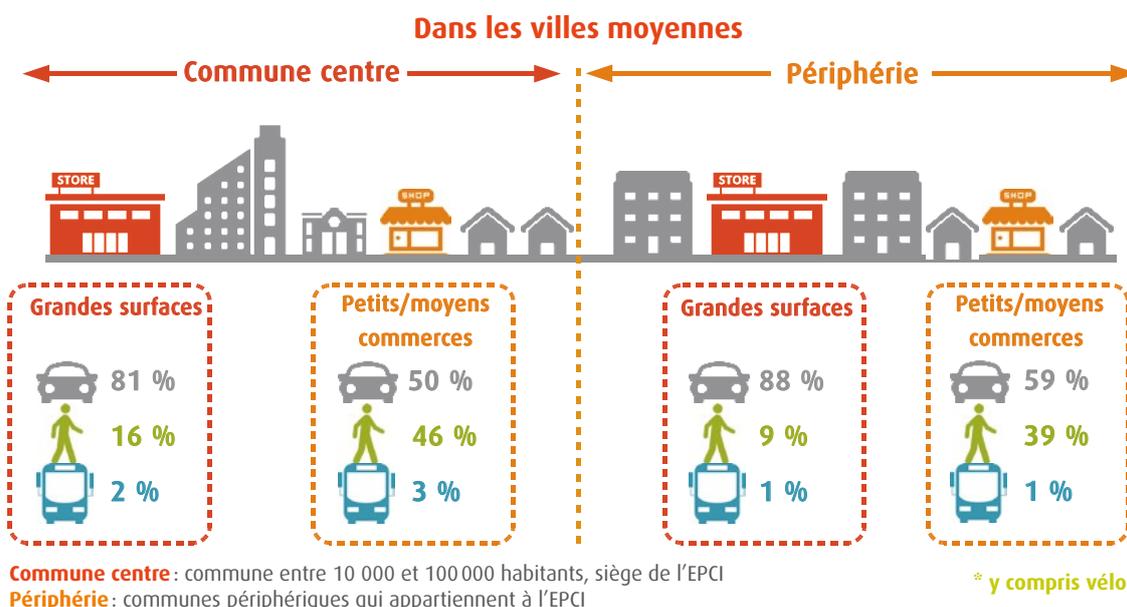
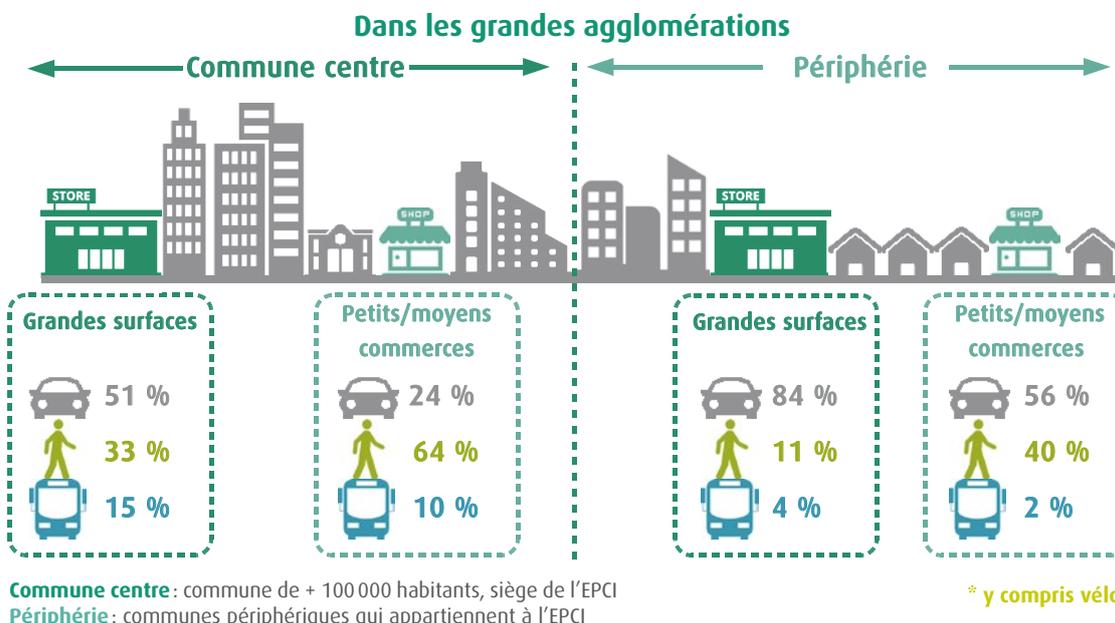
Les motifs des déplacements d'achats sont codés ainsi :

- achats en petits et moyens commerces (petits et moyens commerces / marché couvert et de plein vent) ;
- achats en grande surface (réaliser plusieurs motifs en centre commercial / grand magasin, supermarché, hypermarché et leurs galeries marchandes) ;
- visite sans achat ;
- drive.



# Comment allons-nous faire nos courses ?

Répartition modale des déplacements à destination des commerces en fonction de leur localisation



Source : Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017

## Découpage géographique

L'analyse est focalisée sur la France métropolitaine, hors Île-de-France. Les communes enquêtées ont été réparties en 4 types :

- communes centres d'une grande agglomération : communes de plus de 100 000 habitants, siège d'un établissement public de coopération intercommunale (EPCI) ;
- périphérie de grande agglomération : communes appartenant à l'EPCI hors commune centre ;
- communes centres de ville moyenne : communes entre 10 000 et 100 000 habitants, siège d'un EPCI ;
- périphérie de ville moyenne : communes appartenant à l'EPCI hors commune centre.

## Mode de déplacement : des pratiques marquées par la localisation et le type de commerce visité

Si, avec une part modale de 60 %, la voiture reste le moyen de transport privilégié pour aller faire les courses, on observe des différences liées à la fois au type de commerce visité (grandes surfaces / petits et moyens commerces) et à la situation géographique de ce dernier.

Stationnement gratuit, accessibilité routière élevée, diversité des produits vendus, capacité du coffre... Les facteurs qui expliquent la large utilisation de la voiture pour se rendre dans les grandes surfaces sont bien connus. Toutefois, notons que pour les pôles commerciaux situés dans un environnement dense (commune centre des grandes agglomérations), cette prédominance de la voiture est remise en question car près de 50 % des déplacements sont réalisés avec un mode alternatif, dont 15 % en transport collectif (TC). Cet usage important des TC montre que des alternatives à la voiture sont envisageables pour accéder à ces grands aménagements commerciaux.

Ces différences liées à la localisation du commerce s'observent également sur les déplacements à destination des petites et moyennes surfaces. Ces commerces, proches des lieux de vie et d'habitation, répondent à une demande de proximité, ou plus spécialisée. Ce positionnement se traduit par une utilisation significative des modes actifs (principalement la marche) avec une part modale qui varie entre 40 % et 64 %. Pour autant, certains résultats interrogent, comme la place de la voiture dans les villes moyennes qui représente 1 déplacement sur 2 à destination des commerces de proximité. On note également une faible utilisation des TC pour se rendre dans les petits et moyens commerces, y compris dans les grandes agglomérations où la part TC est, certes, de 10 %, mais inférieure à la part modale des TC pour l'accès aux grandes surfaces (15 %).

### Quelques chiffres à retenir



C'est le nombre moyen de personnes par véhicule à destination d'un commerce (1,4 pour les grandes surfaces et 1,2 pour les petits/moyens commerces). À titre de comparaison le taux d'occupation observé pour le motif travail est de 1,1.



C'est la durée moyenne d'un achat : 20 minutes pour un achat en petit/moyen commerce, 51 minutes pour une grande surface. Un résultat comparable à ceux des enquêtes « Emploi du temps » de l'Insee et stable dans le temps puisqu'il est constant depuis 1974 !



29 % des déplacements réalisés en voiture pour effectuer un achat font moins de 2 kilomètres (23 % pour les grandes surfaces et 35 % pour les petits/moyens commerces). Des résultats qui s'observent dans les grandes agglomérations et dans les villes moyennes, que le commerce soit situé en périphérie ou dans la commune centre.

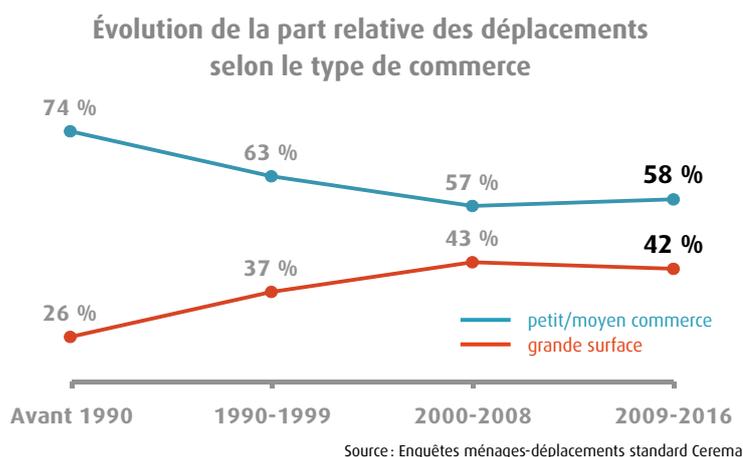


C'est la part modale du vélo sur l'ensemble des déplacements pour achat. Elle est de 1 % vers les grandes surfaces et de 2 % vers les petits/moyens commerces. Dans certains territoires, l'usage du vélo est plus marqué pour faire ses achats : Bordeaux (4 %), Albi (4 %), Saint-Louis (4 %), La Rochelle (6 %), Strasbourg (6 %).

# Vers un équilibre de nos déplacements vers les petits et moyens commerces et les grandes surfaces ?

## La part des déplacements vers les grandes surfaces se stabilise

Jusqu'au début des années 2000, la part des déplacements pour achats liés aux grandes surfaces a augmenté de manière continue. Le développement rapide des grands ensembles commerciaux, lié aux évolutions sociétales (désir d'économiser du temps, double activité au sein du ménage, développement de la journée continue, avènement de la voiture...) a largement modifié les pratiques d'achat au détriment des petits et moyens commerces. Cette tendance semble néanmoins marquer un temps d'arrêt puisque la part des déplacements vers les grandes surfaces se stabilise avec environ 42 % des déplacements pour achat sur les récentes EMD.



## En périphérie des grandes agglomérations, davantage de déplacements vers les grandes surfaces

Les petits et moyens commerces génèrent en proportion plus de déplacements que les grandes surfaces, autour de 60 %. Cela s'explique par l'importance des achats du quotidien : boulangerie, supérette, etc.

Néanmoins, on note un fléchissement de cette proportion pour les résidents des périphéries des métropoles, qui font presque autant de déplacements à destination des grandes surfaces que des petits commerces. Les grandes zones d'activité et leurs galeries commerçantes expliquent sans doute ce quasi-équilibre, avec des phénomènes d'ancrage différents, basés sur l'utilisation de la voiture pour la majorité des déplacements.



## De nouvelles pratiques qui s'accompagnent de nouveaux enjeux pour les territoires

Si l'on peut expliquer en partie le regain d'intérêt pour les petites et moyennes surfaces par l'investissement des grandes enseignes sur le segment de la proximité (avec le concept de « City Market »), cet équilibre témoigne d'un changement de comportement du consommateur.

Un des facteurs explicatifs peut être la croissance constante et rapide du e-commerce qui est venue bouleverser le secteur marchand sur ces 10 dernières années. En 2017, les achats en ligne ont généré un chiffre d'affaires de 81,7 milliards d'euros (+14,3 % par rapport à 2016) et 505 millions de colis (+10,5 %).

Avec la multiplication des livraisons, ce changement de mode de consommation repositionne les enjeux de logistique urbaine et d'organisation des flux de transport de marchandise au cœur du développement urbain. Toutefois, les livraisons hors du domicile (point-relais, consignes automatiques, retraits en magasin) engendrent de nouveaux déplacements au quotidien qui restent actuellement difficiles à appréhender (voir encadré).

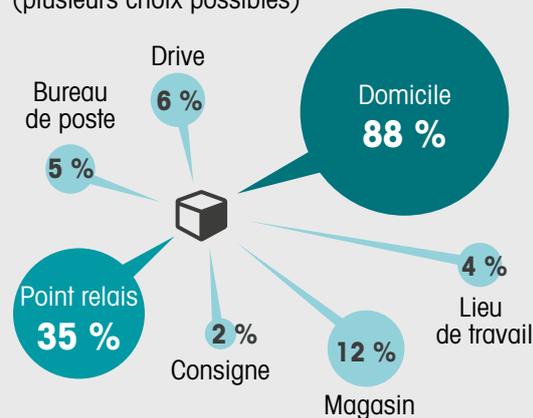
### Achats en ligne : la livraison à domicile prédomine mais les canaux de distribution se multiplient

L'analyse des pratiques d'achat sur internet et leurs impacts sur les déplacements des ménages dépasse, aujourd'hui, le cadre méthodologique des EMD standard Cerema. En 2015, la Région Île-de-France a réalisé une enquête spécifique auprès des e-consommateurs permettant de faire le lien entre mobilité et achats en ligne. Les résultats montrent que les acheteurs privilégient fortement la livraison à domicile et les points relais. Il apparaît également que le mode de déplacement pour retirer son colis varie en fonction du lieu de résidence.

#### Point relais : modes de déplacement pour retirer son colis



#### Les modes de livraison préférés des Franciliens (plusieurs choix possibles)



Source : Enquête sur les pratiques d'achat sur Internet et de livraison des Franciliens (financée par la Région Île-de-France) 2016 - Traitement IAU dF

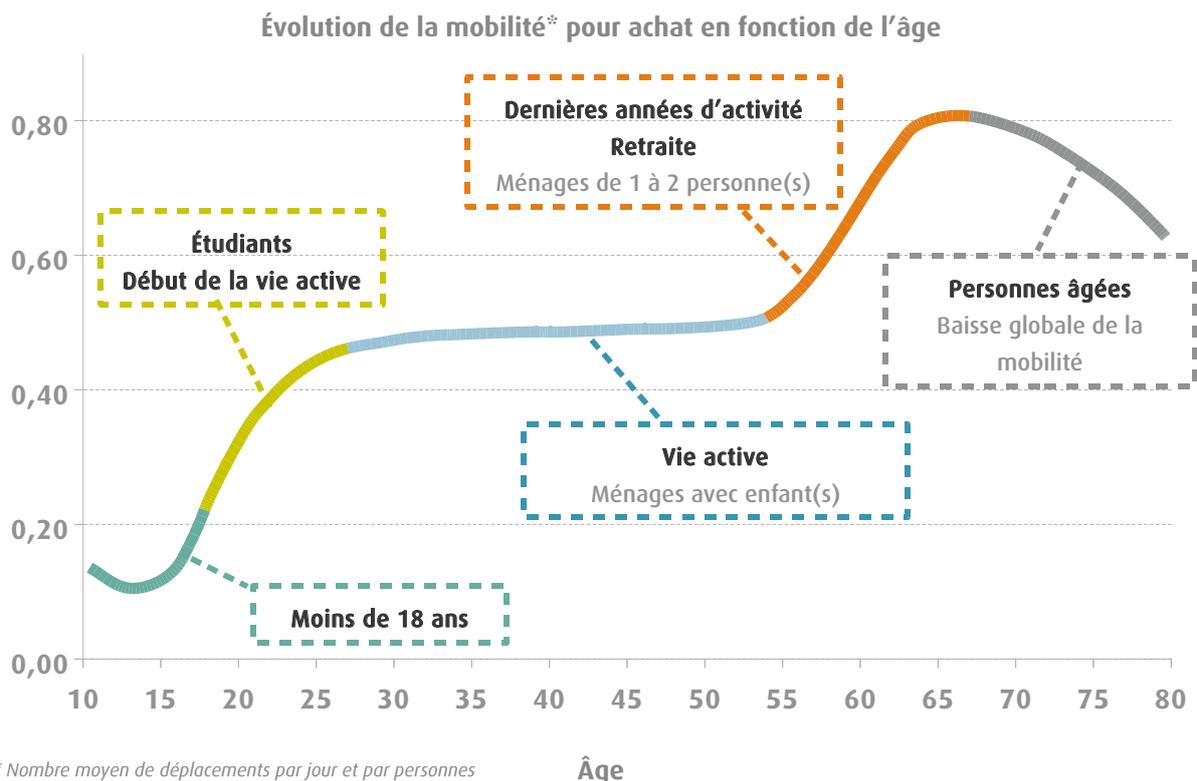
# Des pratiques différenciées selon l'activité des personnes

## Prendre en compte l'évolution des pratiques liée à l'âge

La mobilité pour achat dépend fortement de l'avancée dans le cycle de vie. Relativement faible pour les enfants, financièrement dépendants, elle augmente au départ du domicile familial pour atteindre un plateau pendant la vie active, lorsque les programmes d'activité sont les plus contraints. Elle atteint son maximum à l'âge de la retraite, pour baisser ensuite à mesure que la motricité décroît.

De manière générale, les grands changements de situation professionnelle et familiale (déménagement, vie en couple, etc.) permettent de reconfigurer en profondeur les habitudes de mobilité, et pourraient à être mieux exploitées par les acteurs des politiques publiques.

Avec le vieillissement de la population, la question de la permanence de la courbe ci-dessous se pose : quel sera le pouvoir d'achat des nouveaux retraités ? La préférence des retraités pour les petits et moyens commerces ainsi que leur accès privilégié aux commerces à pied (40 %, tous commerces confondus) seront-ils encore avérés dans quelques années lorsque la génération des « baby boomers » sera à la retraite ? Ou l'usage de la voiture s'en trouvera-t-il conforté ?

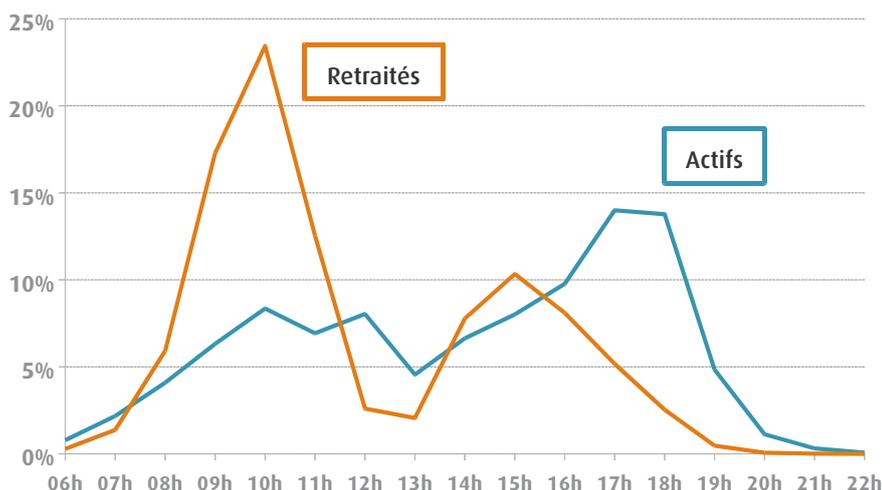


Source : Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017

## Actifs, retraité : des rythmes différents au cours de la journée

Les rythmes des actifs et des retraités pour leurs déplacements d'achat sont en quasi-opposition: les retraités font la majeure partie de leurs courses aux heures creuses de la matinée, quand les actifs les font au sortir du travail. L'augmentation de la part des transports collectifs dans les déplacements d'achats repose aussi sur une réflexion sur la distinction entre heures de pointe et heures creuses pour la desserte des pôles commerciaux, qu'ils soient centraux ou de périphérie.

Heure d'arrivée dans les commerces un jour ouvré



Source: Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017

## Le domicile, point de départ le plus fréquent des déplacements d'achat

Tous motifs confondus, le domicile est la « plaque tournante » des déplacements. Les achats sont, eux, plus souvent enchaînés avec un autre motif. Cela recouvre différentes façons de faire: là où les retraités ont tendance à enchaîner des déplacements en étoile autour de leur domicile, les actifs optimisent leur temps passé en déplacements.

Les pratiques de chaînage des déplacements sont donc étroitement liées à la structure socio-économique des territoires.

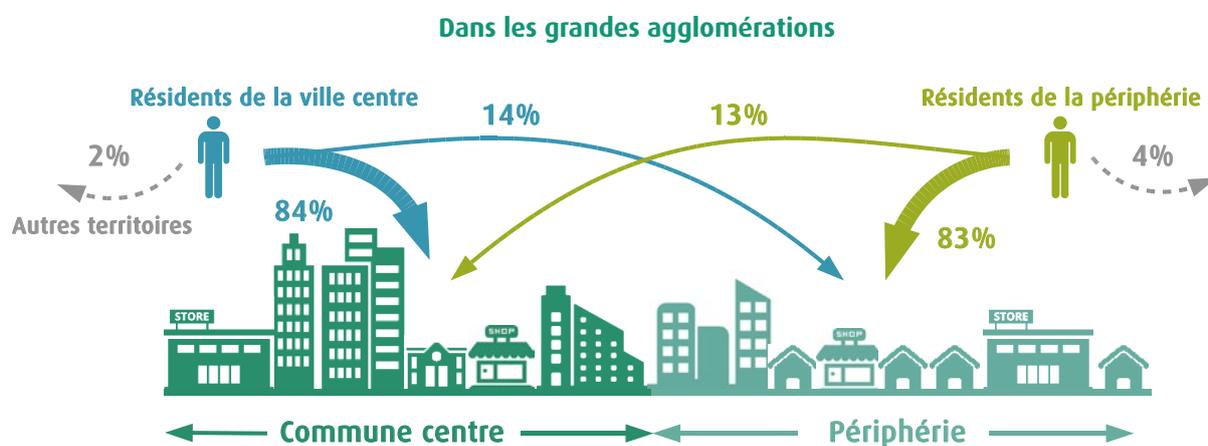
Répartition des motifs à l'origine des déplacements d'achat selon la catégorie de population



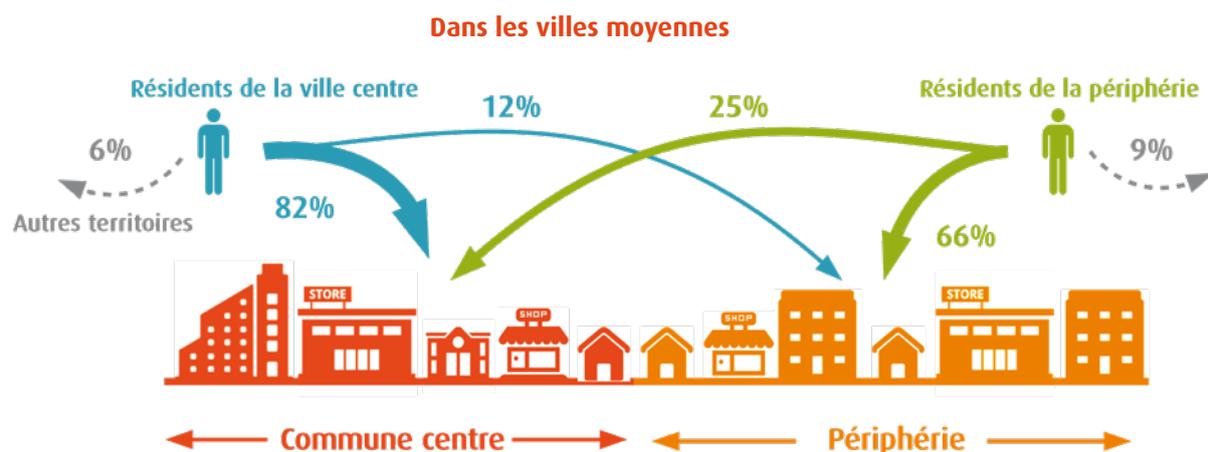
Source: Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017

# Les commerces des villes moyennes, un rôle structurant pour le territoire

## Les achats, majoritairement réalisés à proximité du domicile



Source : Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017



Source : Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017

De manière générale, l'adhérence à la zone de résidence pour les achats est forte : plus de 8 achats sur 10 y sont réalisés. C'est moins vrai pour les résidents des périphéries des villes moyennes, qui n'effectuent que deux déplacements d'achat sur trois dans leur zone de résidence. En cause, l'attractivité de la commune centre pour les achats (elle représente un quart des déplacements d'achats des résidents des périphéries), qui reste importante à l'échelle du bassin de vie des villes moyennes, malgré ce que les taux observés de vacance commerciale dans les centres-villes peuvent laisser penser.

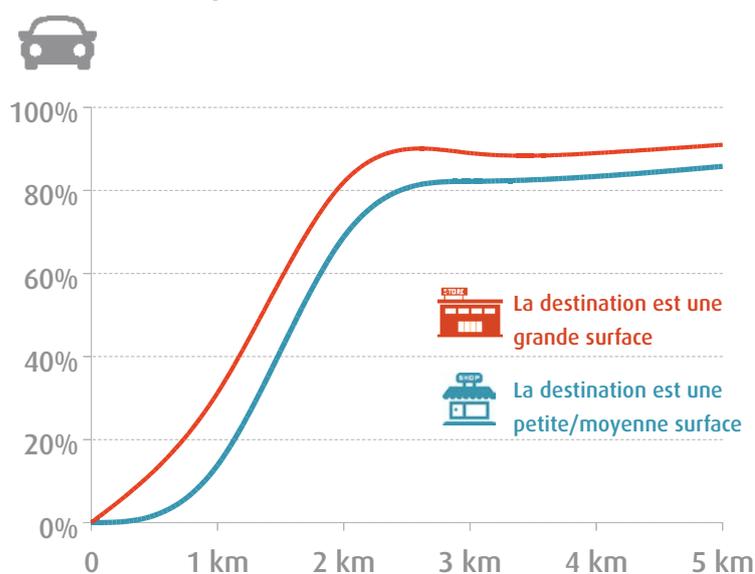
Ce résultat contre-intuitif s'explique sans doute par des structurations commerciales différentes dans les villes moyennes, avec des zones d'activités localisées dans les communes centres, au centre de zones de chalandise plus petites. Des études territorialisées permettraient d'aller plus loin, et de mieux comprendre les tendances à l'œuvre en croisant pratiques des ménages et évolution de l'offre commerciale en centre-ville et en périphérie.

## La voiture étant reine au delà de 3 km, repositionner les commerces dans le tissu urbain

Quand bien même ils seraient enchaînés avec un autre motif, les achats s'inscrivent dans la proximité : 50 % des déplacements à destination des grandes surfaces font moins de 3 km et ce taux monte à 70 % pour les petits et moyens commerces. Et il y a bien un enjeu à maintenir voire renforcer cette proximité car, au-delà de 3 km, 8 déplacements sur 10 sont effectués en voiture.

Intégrer les opérations commerciales dans le tissu urbain permet aussi d'envisager une desserte en transport collectifs de qualité, ainsi qu'un travail sur les espaces publics. En effet, ces espaces participent du développement de l'usage des modes actifs, notamment en réduisant l'emprise au sol des nappes de stationnement (parking en sous-sol ou à étages).

Part modale de la voiture en fonction de la distance parcourue pour aller faire ses courses



Source : Base unifiée des enquêtes ménages-déplacements, 2017

### Conclusion

Relevant d'objectifs parfois contradictoires et d'acteurs différents, commerces de proximité et grandes surfaces de périphérie peuvent être complémentaires sous réserve d'inventer dans chaque territoire le bon compromis entre la maîtrise de l'usage de la voiture et l'accès aux lieux d'achats.

Pour cela, en complément des EMC<sup>2</sup>, d'autres sources de données doivent être mobilisées, tant pour l'observation de l'offre et de la vacance commerciale que pour l'analyse du lien entre modes d'accès aux commerces et montants dépensés. Une enquête réalisée en 2003 par la Fubicy montrait ainsi que les piétons dépensent plus à l'échelle de la semaine que les automobilistes, qui dépensent plus à chaque visite mais viennent moins souvent.

Ce type d'enquête gagnerait à être intégré dans le nouveau dispositif EMC<sup>2</sup> (Enquête Mobilité Certifiée Cerema), désormais composé d'un cœur d'enquête commun à tous les territoires et d'options standardisées. Approfondir l'analyse sur le e-commerce nécessiterait en outre de coupler des méthodes proches de l'enquête Emploi du Temps de l'Insee et Transports de Marchandises en Ville pour apprécier l'ensemble des flux liés à ces nouvelles pratiques.

## + Pour aller plus loin ●●●

- Certu, *Les déplacements vers le travail: neuf vérités bonnes à dire*, fiche Mobilités et transport: Le point sur, n°14, 2010
- Insee, *Le temps des courses depuis 1974 – De moins en moins fréquentes et toujours plus longues le samedi*, Insee Première n°1533, 2015
- Cerema, *La logistique urbaine – Connaître et agir*, 2015
- IAU Île-de-France, *Comment améliorer la performance logistique du e-commerce? Volet 2: Pratiques d'achat et livraison sur Internet des Franciliens*, 2016
- Cerema, *Mobilité dans les villes moyennes – Trois échelles territoires d'analyse*, 2018
- Cerema, *Intégrer les activités commerciales dans le tissu urbain: enjeux et opportunités*, 2016
- Ademe, FUBicy, *Commerce de centre-ville et de proximité et modes non motorisés*, publication n°4841, 2003
- Cerema, *L'enquête transport de marchandises en ville – Guide méthodologique*, 2017

## ✎ Contributeurs ●●●

Cette fiche a été rédigée par Julie Pélata et Pierre Vacher (Cerema Territoires et ville) sur la base des traitements effectués par Arnaud Lannoy (Cerema Nord-Picardie), avec l'appui d'un groupe de travail composé de Maxime Le Corre (Cerema Est), Mathieu Bossard (Cerema Ouest) et Charles-Élie Allier (Cerema Méditerranée).

### Relecteurs

Nous remercions l'ensemble des relecteurs, Thibaut Baladon (Bordeaux Métropole), Laurent Chevereau et Nicolas Gillio (Cerema Territoires et ville), Jesus Gonzalez-Feliu (EVS-PIESO (UMR 5600) Institut Henri Fayol, Mines Saint-Étienne), Valérie Müller (DDT 57), Corinne Ropital (Institut Paris Région), Estelle Régnier (CCI Bordeaux Gironde).

### Maquettage

Cerema Territoires et ville  
Service édition

## ✉ Contact ●●●

observation.mobilite@cerema.fr

Photo couverture  
Batiste Cruaud

### Date de publication

Août 2019  
ISSN : 2417-9701  
2019/45

Commander ou télécharger nos ouvrages sur  
[www.cerema.fr](http://www.cerema.fr)

### La collection «Connaissances» du Cerema

© 2019 - Cerema  
La reproduction totale ou partielle du document doit être soumise à l'accord préalable du Cerema.

Cette collection présente l'état des connaissances à un moment donné et délivre de l'information sur un sujet, sans pour autant prétendre à l'exhaustivité. Elle offre une mise à jour des savoirs et pratiques professionnelles incluant de nouvelles approches techniques ou méthodologiques. Elle s'adresse à des professionnels souhaitant maintenir et approfondir leurs connaissances sur des domaines techniques en évolution constante. Les éléments présentés peuvent être considérés comme des préconisations, sans avoir le statut de références validées.

Aménagement et cohésion des territoires - Ville et stratégies urbaines - Transition énergétique et climat - Environnement et ressources naturelles - Prévention des risques - Bien-être et réduction des nuisances - Mobilité et transport - Infrastructures de transport - Habitat et bâtiment