



HAL
open science

La petite ville, un espace adapté à la rétraction de l'univers commercial des personnes âgées ?

Milhan Chaze

► To cite this version:

Milhan Chaze. La petite ville, un espace adapté à la rétraction de l'univers commercial des personnes âgées ?. *Vivre le vieillir : des mots, des lieux, des actes*, LISST CIEU - Université Toulouse 2 Le Mirail, Mar 2009, Toulouse, France. hal-02508576

HAL Id: hal-02508576

<https://uca.hal.science/hal-02508576>

Submitted on 14 Mar 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Milhan CHAZE

La petite ville, un espace adapté à la rétraction de l'univers commercial des personnes âgées ?

Communication présentée lors du colloque « Vivre le vieillir : des mots, des lieux, des actes », organisé par le LISST-Cieu (Laboratoire Interdisciplinaire Solidarités, Sociétés, Territoires) UMR 5193 CNRS - Université de Toulouse-Le Mirail, à Toulouse les 11, 12 et 13 mars 2009.

Le vieillissement s'accompagne, au fil du temps, d'une réduction progressive de la mobilité des individus. Qui n'a jamais vu une vieille dame marchant lentement et portant péniblement son cabas sur le chemin la conduisant à l'épicerie (ou plutôt la supérette) de son quartier ? Et qui ne s'est jamais posé la question de ce qu'il adviendrait si la supérette venait à fermer ? Bien évidemment, cette image caricaturale ne résume pas, loin de là, le sort de tous les seniors. Beaucoup d'entre eux, revendiquant parfois même un âge très avancé, présentent un dynamisme certain. Mais au-delà de cette discussion somme toute banale, l'observation du comportement des personnes âgées pose la question de leur mobilité commerciale et de l'adaptation de l'espace marchand à leur capacité de déplacement.

La problématique de la relation entre les consommateurs âgés et l'espace marchand urbain sera traitée dans le cadre particulier de la petite ville française, définie comme une aire urbaine comprise entre 2 000 et 30 000 habitants. La surface réduite de l'espace urbain, les distances plus courtes, ou encore la position au bas de la hiérarchie urbaine, en font un type d'espace original et distinct de la grande agglomération. Nous partirons alors de l'hypothèse selon laquelle les consommateurs âgés des petites villes présentent non seulement des pratiques spatiales distinctes des adultes actifs, mais aussi un comportement adapté aux atouts et aux contraintes que présente la petite agglomération.

Plus précisément, dans le cadre d'une approche renouvelée de l'étude des déplacements des consommateurs, centrée sur les notions d'univers d'approvisionnement et de pérégrination du consommateur (Desse R.-P., 2001 ; Desse R.-P., Fournié A., Gasnier A. *et alii*, 2008), nous chercherons à comprendre comment évolue l'univers d'approvisionnement des personnes âgées vivant dans les petites villes, comment se caractérisent leurs usages de l'espace commercial de la petite ville, mais aussi comment les acteurs institutionnels locaux (élus, associations de commerçants, etc.) agissent pour faciliter les déplacements de la clientèle âgée.

I) Méthodologie : les enquêtes de terrain

Afin de répondre à ces interrogations, nous avons adopté une méthode tout à fait classique, fondée sur des enquêtes auprès des différents acteurs du commerce. Mais avant de présenter la méthodologie, nous allons nous pencher sur la définition, ô combien malaisée, de la clientèle âgée.

1) La clientèle âgée

Dans le cadre de cette étude, les personnes âgées seront considérées sous l'aspect du consommateur, c'est-à-dire comme des acteurs du système de distribution-consommation. Parler de consommateurs âgés, et plus largement de personnes âgées nécessite une définition préalable de la population étudiée. Pour cette définition, le qualificatif « âgé » impose la détermination d'une limite d'âge au-delà de laquelle il devient possible de dénommer les personnes « d'âgées ». Cette délimitation est particulièrement délicate, parce qu'aucune limite ne fait l'unanimité, mais aussi parce que l'appartenance à une catégorie d'âge reste avant tout

le fruit de représentations sociales et d'un positionnement de chaque individu au sein des catégories d'âge qu'il perçoit.

Cependant, afin de bien centrer cette étude sur une catégorie d'individus, nous avons choisi de considérer comme âgées les personnes de plus de soixante ans. Outre la facilité statistique que procure cette limite, ce choix s'explique avant tout par son adaptation au sujet d'étude, à savoir le comportement des consommateurs. En effet, l'âge de 60 ans est, le plus souvent, en France, celui auquel les salariés prennent leur retraite. Or, le passage à la retraite implique de profonds changements dans les modes de vie, donc dans les emplois du temps, et par conséquent dans l'insertion de l'acte d'achat dans la vie quotidienne.

2) Les enquêtes de terrain dans les petites villes

Pour mener à bien cette étude sur les comportements des consommateurs âgés tels que nous venons de les définir, nous nous sommes appuyés sur une série d'enquêtes menées dans le cadre d'une thèse de doctorat en cours, dans six petites villes comprises entre 2 000 et 30 000 habitants (Brioude, Issoire, Modane, Paray-le-Monial, Tarare et Tournon-sur-Rhône). Ces enquêtes ont été menées non seulement auprès des personnes âgées, mais aussi auprès des différents acteurs du commerce que sont les commerçants, les élus politiques et les représentants des associations de commerçants, afin non seulement de comprendre le comportement spatial des consommateurs, mais aussi de mieux appréhender les politiques menées pour améliorer la mobilité des personnes âgées et l'accessibilité des nodules commerciaux.

Une première enquête a été réalisée auprès de 250 commerçants répartis sur les six petites villes. Parmi l'ensemble des questions posées, seules ont été utilisées celles concernant la clientèle (nature et évolution de la clientèle, horaires et jours de fréquentation). Ensuite, une seconde enquête a été effectuée auprès de 30 clients. Le nombre très réduit de personnes interrogées s'explique par le fait que l'enquête est encore en cours. Par ailleurs, elle n'a pas porté que sur les personnes âgées, mais sur l'ensemble de la population, ce qui a permis de mettre en valeur les caractéristiques comportementales de la clientèle âgée. Enfin, une série d'entretiens a été menée auprès d'élus et de responsables d'associations de commerçants, afin d'évaluer les politiques et les actions réalisées dans le cadre de l'amélioration des déplacements des consommateurs âgés.

II) L'évolution de l'univers commercial avec l'âge

Chacun d'entre nous s'en est déjà rendu compte, l'âge est un facteur de changement du comportement social, y compris de changement du comportement de consommation. Mais comment ce changement se manifeste-t-il ? Et l'âge est-il le seul facteur de différenciation des comportements des consommateurs de plus de 60 ans ?

1) Le rôle de l'âge dans l'évolution de l'univers commercial des individus

L'avancée en âge se traduit par une modification des univers d'approvisionnement des consommateurs. Pour matérialiser cette évolution, nous avons schématisé les univers d'approvisionnement des personnes enquêtées. Les figures 1 à 4 présentent un échantillon de ces univers d'approvisionnement des personnes âgées résidant dans les petites villes de Brioude et Paray-le-Monial. L'univers d'approvisionnement est représenté sous la forme d'aires concentriques correspondant chacune à une échelle d'approvisionnement en biens. Ces schémas

permettent alors de voir l'étendue de l'archipel commercial auquel se réfèrent chaque consommateur, et au-delà la diversité des mobilités des consommateurs.

Le principal effet de l'avancée en âge consiste en une rétraction progressive des univers d'approvisionnements (figures 1 et 2). Cependant, la rétraction n'intervient pas immédiatement à l'entrée des individus dans la catégorie des retraités. Au contraire, on observe même, dans un premier temps un maintien, voir un élargissement des univers d'approvisionnement, à la faveur d'un emploi du temps de moins en moins régi par le temps contraint (travail, enfants, etc.). Ce n'est que progressivement que les personnes âgées réduisent leurs lieux d'approvisionnement à ceux qui sont les plus proches de leur domicile.

Ce phénomène s'explique logiquement par une réduction des capacités de mobilité des personnes âgées, que ces capacités soient physiques ou motorisées. Mais il trouve aussi son origine dans un effet de génération, avec actuellement, dans les catégories d'âge les plus élevées, une cohorte d'individus ne présentant pas, originellement, un fort taux de motorisation (surtout parmi la population féminine). Or, cette cohorte s'oppose à celle, plus jeune, issue du Baby-boom, qui commence à entrer en retraite, et qui a toujours vécu dans l'ère de l'automobile (Rochefort R. 2000). De fait, il est probable que l'effet de génération se traduira, à l'avenir, par une nouvelle configuration des univers commerciaux des personnes âgées.

Ceci dit, l'étude des schémas d'approvisionnement révèle aussi des différences au sein de la population âgée en fonction d'autres critères que celui de l'âge. La première est relative au genre, puisque les femmes présentent, en général, un univers d'approvisionnement plus vaste que les hommes (figures 1 à 4). Ceci s'explique par une pratique des achats qui, dans le cadre de la répartition traditionnelle des tâches ménagères au sein du couple, incombe essentiellement aux femmes. Néanmoins, cette information reste largement fonction de la réponse donnée par la personne enquêtée, les lieux de fréquentation commerciale indiqués pouvant être aussi bien ceux de la personne que ceux du ménage.

Mais plus que le genre, la catégorie socioprofessionnelle s'affirme comme un discriminant majeur dans la distinction entre les individus (figures 3 et 4). Même en retraite, les personnes issues des catégories sociales les plus favorisées (cadres, chefs d'entreprises) présentent un univers d'approvisionnement plus vaste que les catégories les plus modestes (employés, ouvriers). Il s'agit là du maintien de pratiques antérieures au passage en retraite (évasion commerciale plus fréquente, mobilité plus grande, vacances, etc.), et plus largement du maintien des différences sociales avec l'avancée en âge.

L'âge est donc un facteur discriminant des comportements spatiaux des consommateurs, mais n'est pas le seul. Des personnes du même âge peuvent présenter des comportements très divers, et souvent même plus proches de ceux de personnes plus jeunes, mais présentant un profil socioprofessionnel identique. Cependant, l'avancée en âge induit tout de même des évolutions communes à toutes les catégories sociales, et notamment la rétraction progressive de l'univers d'approvisionnement. Ce qui a des incidences sur les parcours d'achat des consommateurs âgés.

2) *La pérégrination du consommateur âgé : modes de déplacements et lieux fréquentés*

Les enquêtes ont aussi permis de mettre en lumière les spécificités des déplacements d'achat des personnes âgées. Tout d'abord, si le taux de motorisation reste toujours élevé au début de la période de retraite, l'usage de la voiture particulière a tendance à se réduire avec l'âge, en raison d'achats moins volumineux à effectuer, d'un lieu de résidence souvent situé en centre-ville, donc à proximité du principal nodule commercial, mais plus largement en raison d'une

baisse de fréquence d'usage de l'automobile pour d'autres déplacements que ceux liés aux achats.

Les personnes âgées présentent aussi la particularité de combiner plus fréquemment les déplacements d'achat avec les déplacements médicaux (médecin, pharmacie), aussi bien lorsqu'ils restent dans la petite ville que lorsqu'ils se rendent dans une grande agglomération, pour consulter un médecin spécialiste, par exemple. Ceci s'explique logiquement par la plus grande propension des personnes âgées à utiliser les services médicaux et paramédicaux.

De fait, les personnes âgées ont tendance à mettre en œuvre des stratégies de groupement des déplacements d'achat avec les autres déplacements, plus que de véritables stratégies de pérégrination quotidienne, comme le font les adultes actifs (M. Chaze, 2007). L'explication réside ici dans un temps libre plus important que chez les actifs. En effet, ils n'ont pas besoins d'organiser leurs déplacements d'achat en fonction des horaires de travail ou des horaires scolaires, qui guident la gestion du temps des couples d'actifs avec enfants.

Par ailleurs, le fait de résider dans une petite ville implique, chez les consommateurs âgés, comme d'ailleurs parmi la population plus jeune, un certain nombre de pratiques spécifiques qui les distinguent de la clientèle résidant dans les grandes agglomérations (Chaze M. 2007). Par exemple, l'évasion commerciale vers les villes moyennes proches, voire vers les métropoles régionales, reste encore importante, surtout chez les personnes motorisées qui viennent juste d'entrer dans l'âge de la retraite.

De même, la vente à distance, plus utilisée dans les petites villes que dans les villes moyennes (FEVAD¹, 2004), est aussi une constante dans les réponses données par les clients interrogés. Elle réside avant tout dans l'usage de la vente par correspondance, même si le commerce électronique semble jouer un rôle non négligeable, qui devrait d'ailleurs s'accroître dans les années à venir avec l'arrivée en retraite de consommateurs déjà familiers de ce mode d'achat.

Au total, les personnes âgées présentent des pratiques spatiales d'achat distinctes de celles des adultes actifs, et qui ont même tendance à s'accroître avec l'âge. Mais elles présentent aussi des particularités par rapport aux personnes âgées résidant dans les grandes villes, d'où le rôle du milieu urbain dans lequel évoluent les consommateurs, et la nécessité de s'adapter à ses contraintes.

III) La petite agglomération, une ville à la taille des seniors ?

Cette étude a donc permis, jusque-là, de souligner que l'entrée dans le troisième âge ne constitue pas, en soi, une entrée dans le monde de la dépendance. C'est plutôt la réduction de la motricité et de la motorisation des individus, consécutive au vieillissement, qui s'avère être la source du handicap et donc le facteur de rétraction de l'univers d'approvisionnement des individus. Dans ce contexte, la petite ville s'affirme-t-elle comme un milieu limitant ou amplifiant le handicap des personnes âgées ?

1) La petite ville, un milieu favorable ou handicapant pour les personnes âgées ?

L'observation des univers d'approvisionnement des personnes âgées permet de remarquer que la petite ville n'est pas un milieu spécialement propice à la rétraction de leur univers d'approvisionnement. En effet, s'ils sont motorisés, les clients âgés n'hésitent pas, par exemple,

¹ Fédération des Entreprises de Vente à Distance.

à continuer de se rendre dans d'autres villes pour combler les lacunes de l'offre commerciale locale.

Cependant, la petite taille des villes n'est pas non plus toujours un facteur favorable aux déplacements d'achats des personnes les plus âgées et les moins mobiles, dans la mesure où les petits organismes urbains ne disposent généralement pas de réseau de transport en commun intra-urbain. Or l'absence d'un tel réseau empêche généralement la clientèle non motorisée de se rendre dans les zones d'activités commerciales périphériques, ou du moins la rend dépendante d'un conducteur tiers. Cette situation rend donc les personnes âgées résidant en centre-ville captives des commerces qui s'y trouvent, ce qui pose alors deux nouveaux problèmes. Tout d'abord celui de l'impossibilité, pour les retraités, d'avoir accès aux magasins « discount » situés en périphérie, et donc de bénéficier de prix plus bas lors de leurs achats. Ensuite la question cruciale de l'avenir du commerce de proximité en centre-ville, avec la menace pesant sur la pérennité des supérettes, qui constituent la source principale d'approvisionnement de nombreux seniors.

De même, à l'échelle du centre-ville, la petite cité présente aussi des aspects handicapants communs à ceux des grandes agglomérations. L'existence d'un mobilier urbain encombrant et disposé de manière anarchique sur la voie publique en est un auquel les différents acteurs de l'aménagement ne prêtent pas toujours une très grande attention. Pourtant, la multiplication des panneaux de signalisation, des plots interdisant le stationnement ou encore des marches d'escalier permettant d'accéder aux boutiques, constitue une gêne indéniable pour les personnes à mobilité réduite (Bodin F., Lamy C., Salinas P., 2004).

Cette liste des contraintes auxquelles sont confrontées les personnes âgées n'est, bien sûr, pas exhaustive. Mais elle permet de voir que, malgré les apparences d'une ville à taille humaine (distances plus courtes, trafic automobile moins dense, voirie moins large, etc.), la petite ville présente aussi des contraintes d'accessibilité aux nodules commerciaux que les acteurs publics se doivent de prendre en compte dans leurs politiques d'aménagement.

2) Une politique d'amélioration de l'accessibilité : l'exemple du réseau de transports publics de Paray-le-Monial

Afin de faciliter l'accessibilité des nodules commerciaux pour les personnes âgées présentant des difficultés de déplacement, les autorités municipales des petites villes commencent à mettre en place des systèmes de transport en commun. Jusqu'à présent, pour des questions de rentabilité, les bus urbains étaient réservés aux grandes agglomérations et aux villes moyennes, les aires urbaines de moins de 30 000 habitants n'ayant commencé à s'en doter qu'au cours des années deux mille, pour les plus dynamiques d'entre-elles.

Nous allons aborder cette question à partir de l'exemple de Paray-le-Monial. En effet, depuis septembre 2008, la ville dispose d'une ligne de bus intra-urbaine (figure 5). Dans la mesure où celle-ci est en activité depuis moins d'un an, il est difficile de tirer un bilan précis sur ses effets sur l'accessibilité des nodules commerciaux. Cependant, l'observation de son tracé (figure 5) permet de soulever quelques idées sur la prise en compte des besoins des personnes âgées.

Dans l'élaboration du tracé, la desserte des nodules commerciaux a été clairement prise en compte et la zone d'activité commerciale est désormais reliée correctement au reste de la ville. Cependant, le tracé suivi par les véhicules n'a pas été uniquement conçu pour les personnes âgées, mais aussi pour les jeunes scolarisés, d'où un circuit desservant aussi tous les établissements scolaires et des horaires largement déterminés par les horaires scolaires. Ce qui

pose plus largement la question de l'adéquation entre la demande du public âgé et d'un public scolaire, d'une part, et l'offre de transport en commun.

Pour l'instant, il ne nous est pas possible de tirer un bilan de cette action, et donc des ajustements éventuels à réaliser dans l'organisation de la desserte des nodules commerciaux, mais cette question se posera inévitablement à la société d'exploitation des bus. Cependant, il est fort probable que l'effet sur les déplacements d'achat des personnes âgées, en particulier vers la zone commerciale périphérique, sera positif. Mais seule une nouvelle enquête auprès des établissements commerciaux pourra le démontrer.

Conclusion

En attendant, cette étude a permis de soulever quelques idées maîtresses. Tout d'abord, le handicap, plus que la vieillesse, s'avère être, en plus des autres facteurs sociaux (genre, catégorie socioprofessionnelle d'origine, etc.), un élément déterminant l'évolution des déplacements d'achat des personnes âgées résidant dans les petites villes. Aussi bien sur le plan de l'univers d'approvisionnement que sur celui des parcours d'achats, les personnes dont l'âge avancé se traduit par une mobilité réduite se distinguent nettement des autres consommateurs. De fait, des politiques d'aménagement des espaces urbains s'avèrent nécessaires pour faciliter leurs déplacements, et les petites villes, malgré leur image de cité à taille humaine, n'échappent pas à cette contrainte. Mais au-delà de la question de la place des seniors dans l'espace public urbain, c'est plus largement la place des personnes à mobilité réduite qui se pose, et pour les acteurs institutionnels de la petite ville, la question de l'adaptation de l'espace marchand urbain à une clientèle qui devrait devenir de plus en plus nombreuse.

Bibliographie

- BODIER M., 1999, Les effets d'âge et de génération sur le niveau et la structure de la consommation, *Economie et Statistique*, 424-425 (4-5), INSEE, pp. 163-180
- BODIN F., LAMY C., SALINAS P., 2004, « Temps et handicaps : l'accessibilité des espaces commerciaux », in BONDUE J.-P. (dir.), *Temps des courses. Course des temps*, Actes du colloque de Lille, 21 et 22 novembre 2003, Lille, USTL, pp. 211-222
- CARADEC V., 2008, *Sociologie de la vieillesse et du vieillissement*, Paris, A. Colin, coll. 128, 127 p.
- CERAMAC, 2003, *L'avenir des petites villes*, Actes du colloque international de Clermont-Ferrand, 20-21 novembre 2002, Clermont-Ferrand, PUBP, CERAMAC, 21, 325 p.
- CHAZE M., 2007, « Du groupement des déplacements aux parcours quotidiens : la pérégrination du consommateur dans les petites villes françaises », in BOQUET Y. (dir.), *Commerce et mobilités*, Colloque de Dijon, Actes à paraître
- DESSE R.-P., 2001, *Le nouveau commerce urbain*, Rennes, PUR, 198 p.
- DESSE R.-P., FOURNIE A., GASNIER A. et alii, 2008, *Dictionnaire du commerce et de l'aménagement*, Rennes, PUR, 357 p.
- FEVAD, 2004, *Acheteurs à distance, cyber-acheteurs. Etude profil*, 8 p.
- HERPIN N., 2004, *Sociologie de la consommation*, Paris, La Découverte, Repères, 121 p.
- LANGLOIS S., 2005, *Consommer en France*, Paris, L'Aube, CREDOC, 267 p.
- ROCHEFORT R., 2001, *La société des consommateurs*, Paris, Odile Jacob, 279 p.
- ROCHEFORT R., 2000, *Vive le papy-boom*, Paris, Odile Jacob, 339 p.
- THOMAS R., 2005, *Les trajectoires de l'accessibilité*, Paris, A la croisée, Ambiances, Ambiance, 183 p.

Figure 1 - Homme, 65 ans, Paray-le-Monial, retraité

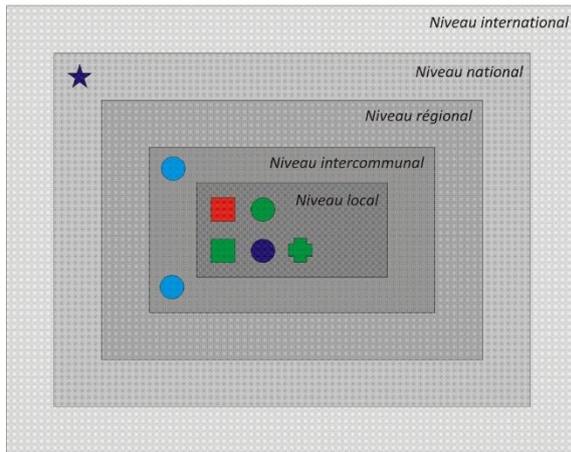


Figure 2 - Homme, 77 ans, Brioude, retraité

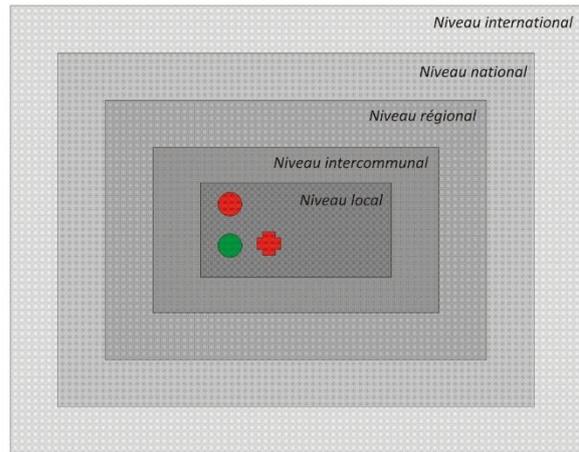


Figure 3 - Femme, 65 ans, Charolles, retraitée (femme de cadre en retraite)

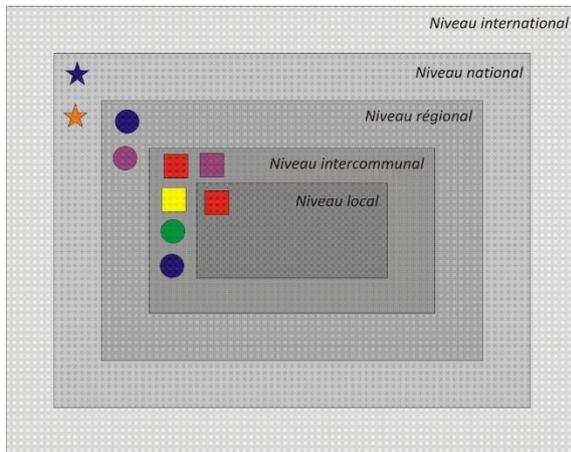
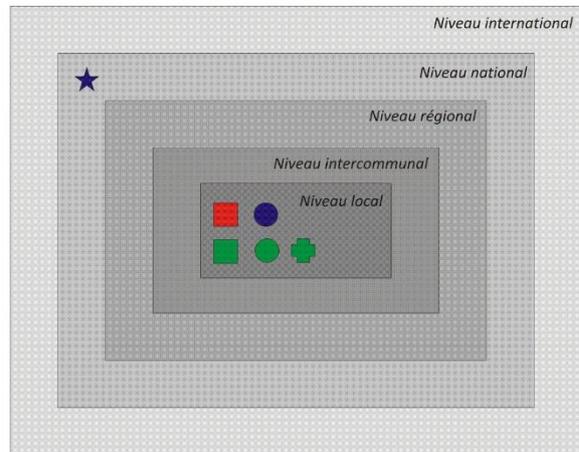


Figure 4 - Femme, 63 ans, Paray-le-Monial, retraitée (ancienne employée)



	Centre-ville	Périphérie	Marché	Vente à distance
Courses	●	■	+	★
Alimentation spécialisée	●	■	+	★
Vêtements/Chaussures	●	■	+	★
Bijoux/Parfums/Maroquinerie	●	■	+	★
Meubles/Electroménager/TV	●	■	+	★
Jardinage/Bricolage	●	■	+	★
Sport/Culture/Loisirs	●	■	+	★
Cinéma/Spectacles	●	■	+	★

Explications : Le niveau local correspond à la petite ville dans laquelle réside la personne (qui n'est donc pas la ville où l'enquête a été réalisée) ; le niveau intercommunal correspond aux autres petites villes ou aux villes moyennes proches ; le niveau régional correspond à la métropole régionale ; le niveau national correspond à Paris et à la vente par correspondance à partir de catalogues nationaux ; le niveau international correspond à des lieux de consommation situés à l'étranger, à la vente par correspondance sur catalogues étrangers ou aux sites internet.

Figure 5 - Les nodules commerciaux et la ligne de bus de Paray-le-Monial



Milhan CHAZE, mai 2009

Source : Relevé de terrain