Ruralia
Sciences sociales et mondes ruraux contemporains

03 | 1998
Varia

Grande distribution alimentaire et recomposition des territoires. Étude de stratégies d'acteurs dans des zones rurales de Midi-Pyrénées.

Thèse de doctorat en géographie sous la direction de Dominique Coquart, Université de Toulouse-Le Mirail, 27 janvier 1999, 2 volumes, 460 f° + annexes, 52 cartes, 4 figures, 40 tableaux, jury constitué de Dominique Coquart, Bernard Kayser, Jean-Paul Laborie, Bernadette Mérenne-Schoumaker (rapporteur), Alain Metton (rapporteur), mention très honorable et félicitations du jury, à l'unanimité.

Michaël Pouzenc

Édition électronique
URL : http://journals.openedition.org/ruralia/74
ISSN : 1777-5434

Éditeur
Association des ruralistes français

Édition imprimée
Date de publication : 1 juin 1998
ISSN : 1280-374X

Référence électronique
Michaël Pouzenc, « Grande distribution alimentaire et recomposition des territoires. Étude de stratégies d'acteurs dans des zones rurales de Midi-Pyrénées. », *Ruralia* [En ligne], 03 | 1998, mis en ligne le 25 janvier 2005, consulté le 01 mai 2019. URL : http://journals.openedition.org/ruralia/74

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

Tous droits réservés

Grande distribution alimentaire et recomposition des territoires. Étude de stratégies d'acteurs dans des zones rurales de Midi-Pyrénées.

Thèse de doctorat en géographie sous la direction de Dominique Coquart, Université de Toulouse-Le Mirail, 27 janvier 1999, 2 volumes, 460 f° + annexes, 52 cartes, 4 figures, 40 tableaux, jury constitué de Dominique Coquart, Bernard Kayser, Jean-Paul Laborie, Bernadette Mérenne-Schoumaker (rapporteur), Alain Metton (rapporteur), mention très honorable et félicitations du jury, à l'unanimité.

Michaël Pouzenc

Un questionnement à la croisée de la géographie rurale, de la géographie du commerce et de l'aménagement du territoire

1 Ce travail porte sur trois séries d'interrogations relativement anciennes, mais qui se posent toujours avec acuité. La première, au départ de cette recherche, porte sur les dynamiques territoriales aujourd'hui à l'œuvre. De nombreux travaux traitant de ce sujet montrent l'ampleur des évolutions en cours et en même temps interrogent sur le sens de ces évolutions. En effet, une partie de ces travaux concluent à une perte de territoire, une perte des repères qui servaient à identifier nos territoires et une perte de notre emprise sur les évolutions que connaissent ces territoires, alors que d'autres concluent que les territoires nous sont indispensables, pour la construction de notre identité aussi bien que pour ouvrir de nouvelles voies au développement de notre économie. Ces conclusions, qui ne sont pas forcément en contradiction, mais qui sont à tout le moins en décalage les unes par rapport aux autres, nous incitent à nous interroger sur les processus d'évolution des

territoires et nous conduisent à formuler l'hypothèse que s'opèrent non seulement des processus de décomposition mais également de recomposition des territoires.

2 La deuxième série d'interrogations est un prolongement de la première. Les questions sur le sens des évolutions et sur les processus d'évolution des territoires prennent un tour particulier dans le cas des territoires ruraux. En effet, certains travaux concluent à la fin de la ruralité : du fait de « la fin des paysans », ou de la « rurbanisation », par exemple, les territoires ruraux ont perdu leur spécificité, à ceci près qu'ils ont une densité de population plus ou moins faible. Alors que d'autres concluent au maintien de spécificités rurales et à une recomposition des territoires ruraux, voire une « renaissance rurale ». Là encore, ces conclusions ne sont pas systématiquement contradictoires mais sont en décalage les unes par rapport aux autres, et nous conduisent à formuler l'hypothèse que s'opère un certain renouvellement des spécificités rurales.

3 La troisième série d'interrogations concerne les rapports entre la grande distribution et l'aménagement du territoire. Les impacts territoriaux de la grande distribution sont bien souvent dénoncés. Entre autres, le développement des centres commerciaux en périphérie urbaine nuirait à l'attractivité des centres-villes, renforcerait l'attraction urbaine sur les campagnes et entraînerait la dégradation rapide du commerce rural. Dans le même temps, les projets de création ou d'implantation de grandes surfaces sont bien souvent couronnés de succès, tant auprès des consommateurs qu'auprès des pouvoirs publics. En tous les cas, il est certain que le développement de la grande distribution participe à une profonde réorganisation spatiale de l'appareil commercial, qui accompagne et suscite à la fois une réorganisation des pratiques spatiales des consommateurs, une réorganisation spatiale des modes d'approvisionnement des établissements commerciaux, voire une réorganisation spatiale des modes de production. L'ampleur de ces phénomènes, ajoutée aux controverses qu'ils déclenchent, nous conduisent à nous interroger sur les rapports que la grande distribution entretient avec les territoires qu'elle investit, et nous rejoignons là les deux premières séries d'interrogations.

4 L'objectif d'aborder ensemble ces différentes questions a plusieurs justifications. Tout d'abord, le développement de la grande distribution alimentaire correspond à l'une des mutations fortes qu'ont connu récemment les territoires ruraux. Si la grande distribution alimentaire était un fait urbain durant les décennies 1960 et 1970, elle est aussi devenue un fait rural dans la décennie 1980, en raison d'un véritable déferlement des implantations de supermarchés. En conséquence, la participation de la grande distribution alimentaire et des systèmes d'acteurs qui l'entourent à un mouvement de décomposition-recomposition des territoires ruraux mérite d'être évaluée, à la fois pour vérifier l'hypothèse d'un renouvellement des spécificités rurales et pour tenter d'apporter des éléments nouveaux aux débats concernant la relation entre la grande distribution et l'aménagement du territoire.

5 Ensuite, l'objectif de traiter ensemble des interrogations sur les processus de décomposition-recomposition des territoires, sur le devenir de la ruralité et sur les rapports entre la grande distribution alimentaire et les territoires qu'elle investit se justifie par le point de vue théorique adopté. Nous faisons l'hypothèse que le mouvement de décomposition-recomposition des territoires découle pour une bonne part, d'une évolution des processus par lesquels nous organisons nos espaces. Plus précisément, la mutation des territoires découle d'un renouvellement des stratégies d'acteurs de tous ordres (acteurs économiques, sociaux, politico-administratifs, aussi bien qu'individus),

qui se traduit par un renouvellement de leurs pratiques spatiales et de la manière dont ils organisent les espaces qu'ils investissent. Cette hypothèse suggère que l'étude des processus d'organisation de l'espace par les stratégies d'acteurs est particulièrement adaptée à l'objectif de mieux comprendre les dynamiques territoriales, ou du moins certaines d'entre elles, qui ne peuvent pas s'analyser simplement comme le fruit de tendances « lourdes » ou « globales », mais dans lesquelles au contraire certains acteurs tiennent un rôle essentiel. Dans cette optique, les stratégies de la grande distribution alimentaire paraissent particulièrement intéressantes à étudier, au vu de leurs impacts territoriaux *a priori* importants.

Une approche monographique

6 Les grands distributeurs alimentaires et les acteurs qui les entourent (fournisseurs, pouvoirs publics, petits commerçants alimentaires, autres formes de commerce, prestataires des services et habitants-consommateurs) ont été étudiés au moyen de monographies spatiales d'acteurs et de monographies régionales. Ce que nous appelons « monographie spatiale d'un acteur » se distingue de la monographie régionale, habituellement utilisée en géographie, et de la monographie d'entreprise, utilisée en économie. Bien qu'assez proche de la monographie d'entreprise, la monographie spatiale d'acteur privilégie deux orientations qui fondent sa particularité. Tout d'abord, elle s'attache moins à décrire le fonctionnement d'une entreprise que les jeux, les interrelations qu'entretient cette entreprise avec les acteurs qui l'entourent. Ensuite, les éléments descriptifs sont sélectionnés en fonction d'un seul but, détailler le rapport à l'espace de ces jeux d'acteurs.

7 La monographie régionale adaptée à nos objectifs de recherche a pour base la monographie régionale habituellement utilisée en géographie. Cependant, il ne s'agit pas tant de décrire finement et exhaustivement les différents éléments caractérisant l'espace étudié que de contribuer à l'analyse des jeux d'acteurs qui s'opèrent dans cet espace autour de la grande distribution alimentaire. L'objectif est alors de compléter l'étude de ces jeux d'acteurs en faisant apparaître les processus d'organisation de l'espace et de recomposition des territoires qui se prêtent mal à une analyse en termes de stratégies d'acteurs et qui correspondent davantage à un ensemble de contingences dans lequel s'inscrivent les jeux des systèmes d'acteurs entourant la grande distribution alimentaire.

8 Quatre monographies spatiales d'acteurs ont ainsi été réalisées : une centrée sur le supermarché Shopi de Loures-Barousse, une centrée sur l'hypermarché Leclerc de Saint-Gaudens, une centrée sur le centre commercial Carrefour de Portet-sur-Garonne et une centrée sur la SOCAMIL, centrale régionale Leclerc. Ces quatre monographies spatiales d'acteurs s'inscrivent dans trois monographies régionales, concernant la Barousse et ses abords, le Comminges et ses abords et la région Midi-Pyrénées.

9 Le choix des acteurs placés au centre des monographies spatiales et le choix des terrains répond principalement au souci d'aborder les différentes échelles de fonctionnement de la grande distribution et des acteurs qui l'entourent. Le choix d'étudier différents cas au sein de trois terrains emboîtés les uns dans les autres permet de suivre conjointement trois pistes de recherche *a priori* intéressantes : une concerne le rôle que joue la grande distribution alimentaire et les acteurs qui l'entourent dans l'articulation de territoires relevant d'échelles différentes, une autre concerne le rôle que jouent ces systèmes d'acteurs dans les processus d'organisation de l'espace, et une dernière concerne la place

des mutations commerciales dans le mouvement de recomposition des espaces de vie des habitants.

Mutation du commerce et dynamiques territoriales

10 Les résultats obtenus permettent de mieux comprendre les dynamiques territoriales aujourd'hui à l'œuvre, ainsi que les rôles joués dans ces dynamiques par la grande distribution alimentaire et les acteurs qui l'entourent. Tout d'abord, ces systèmes d'acteurs contribuent à articuler des territoires relevant d'échelles différentes, depuis l'échelle locale jusqu'à l'échelle internationale. En effet, la grande distribution alimentaire attribue des fonctions spécifiques à chaque échelle, de manière à tirer parti des opportunités que chacune présente, tout en s'adaptant au contexte d'action propre à chacune de ces échelles. Ces fonctionnements spécifiques à chaque échelle sont intégrés dans un ensemble commun par un fonctionnement pluri-scalaire hiérarchisé, qui accorde une place prédominante à l'échelle nationale tout en laissant des marges de manœuvre à chaque échelle, en particulier à l'échelle locale. La grande distribution n'est donc pas simplement une « machine à homogénéiser » l'espace national, qui répandrait des magasins identiques et des produits similaires dans tout le pays.

11 De plus, la profonde réorganisation spatiale des appareils commerciaux passe par de nouveaux compromis entre trois logiques de localisation des magasins, qu'il s'agisse des grandes surfaces ou des petits commerces : une logique d'accessibilité, une logique de quadrillage du territoire et une logique de synergie. La logique d'accessibilité est renforcée, bien souvent au détriment des deux autres. La logique de quadrillage du territoire demeure importante, mais elle est mise en œuvre de manière plus lâche. La logique de synergie change en partie de signification, car elle ne joue pas simplement pour des équipements situés à proximité immédiate les uns des autres. Elle joue de manière plus générale pour des équipements situés sur un même trajet. Par ces nouveaux compromis entre différentes logiques de localisation des magasins, la réorganisation spatiale des appareils commerciaux participe fortement à la réorganisation de l'espace en général, dans le sens où elle contribue à des processus contradictoires d'homogénéisation, de polarisation, de hiérarchisation et de fragmentation de l'espace.

12 Cette participation de la grande distribution alimentaire et des acteurs qui l'entourent aux processus d'organisation de l'espace est fortement liée à d'importantes évolutions des espaces de vie. Ces derniers subissent tous un certain éclatement ; ils présentent de plus en plus un caractère singulier, individuel, et de moins en moins un caractère collectif. Au-delà de cette tendance générale, chaque niveau d'espace de vie est traversé de dynamiques spécifiques. Il ressort entre autres que, même s'il est fortement remis en cause, l'espace de vie villageois apparaît néanmoins comme le principal point d'ancrage de l'individu dans le territoire. En outre, certains espaces de vie pluri-villageois se trouvent renforcés, car ils héritent de fonctions que chaque village n'est plus en mesure d'assurer seul. Enfin, la fragilisation des espaces de vie centrés sur les bourgs est contrebalancée, pour certains, par des mécanismes d'adaptation.

13 Au sein de ces évolutions, les espaces de vie des ruraux connaissent *un renouvellement de leur signification spécifiquement rurale*, tout d'abord car se re-produisent des contextes d'action qui leur sont propres. La grande distribution alimentaire, aussi puissante soit-elle, n'est pas en mesure d'appliquer en toute indépendance la même politique standardisée à tous les espaces qu'elle investit, qu'ils soient ruraux ou non, en les

considérant simplement comme un ensemble d'opportunités et de contraintes. Sa réussite passe au contraire, dans un contexte concurrentiel difficile, lié notamment à une faible densité de la clientèle et à une forte évasion commerciale vers les pôles urbains, par son intégration au milieu local et la prise en compte de ses spécificités. En ce sens, même si elle fait indéniablement partie de la stratégie nationale, l'intégration au milieu local correspond, tout particulièrement dans les milieux ruraux, à une norme locale, à un impératif dicté par le contexte local. La signification spécifiquement rurale des espaces de vie des ruraux se renouvelle ensuite au travers des rapports entre la ville et la campagne. Les habitants développent un attachement à leurs espaces de vie ruraux par opposition aux inconvénients attribués à la ville, tout en ayant systématiquement recours à cette dernière pour pallier les inconvénients de la campagne.

Une contribution aux débats sur les rapports entre grande distribution alimentaire et aménagement du territoire

14 Il découle des résultats précédents que la compréhension du fonctionnement de la grande distribution et de ses impacts sur les territoires n'est pas possible si l'on néglige, d'une part, les rapports que la grande distribution instaure entre les différentes échelles qu'elle investit, ainsi que la diversité de ses rôles à l'échelle locale, et d'autre part le fait qu'elle impulse une forte réorganisation spatiale de l'appareil commercial, qui est lourde de conséquences sur les processus d'organisation de l'espace, en même temps qu'elle est à la fois cause et conséquence d'une importante évolution des espaces de vie.

15 En conséquence, un traitement politique de la relation grande distribution-aménagement du territoire s'annonce peu satisfaisant s'il ne prend en compte que les stratégies et les déterminants relevant de l'échelle nationale, et s'il néglige la diversité des impacts territoriaux que peut avoir la grande distribution, selon les contextes d'action dans lesquels elle se trouve. Un traitement politique de la relation grande distribution-aménagement du territoire s'annonce également peu satisfaisant s'il aborde les impacts territoriaux de la grande distribution comme un isolat, alors que ceux-ci font partie intégrante de processus de recomposition territoriale découlant des comportements de différentes catégories d'acteurs.

16 L'approche de l'organisation de l'espace par les stratégies d'acteurs développée ici fait en outre apparaître des potentialités de mise en cohérence des jeux de la grande distribution alimentaire et des acteurs qui l'entourent, et par là les potentialités de mise en cohérence de leurs rapports aux territoires. De multiples stratégies d'ajustement réciproque ont en effet été relevées. Il ressort entre autres que l'évolution des localisations des magasins alimentaires en milieu rural laisse une opportunité aux petits commerces qui ont conservé une forte logique de quadrillage du territoire, contrairement aux grandes surfaces qui se fondent avant tout sur une logique d'accessibilité. Il ressort également que les pouvoirs publics peuvent faciliter la mise en adéquation de l'organisation spatiale de l'appareil commercial avec l'organisation des espaces de vie, et qu'ils ont en particulier un rôle à jouer dans la production des informations nécessaires à cette mise en adéquation.

17 De plus, les pouvoirs publics paraissent en mesure de mobiliser différentes catégories d'acteurs pour une réflexion collective sur l'organisation spatiale souhaitable de

l'appareil commercial. En effet, le contexte actuel y paraît relativement favorable dans certaines zones rurales, car la géographie de la concurrence a changé entre les décennies 1980 et 1990. Ce changement a rendu obsolètes les outils prévisionnels utilisés habituellement et a rendu risquée la course aux agrandissements des super et hypermarchés. Si, durant les décennies précédentes, l'expansion de la grande distribution a déclenché une profonde concentration spatiale de l'appareil commercial et a renforcé l'essor très important de la mobilité des habitants, aujourd'hui, bien que la tendance se poursuive, la grande distribution ne rêve que de fidélisation de la clientèle, et certaines de ses composantes sont prêtes pour cela à suivre l'exemple donné par le commerce traditionnel en matière de structuration des territoires. Ceci se traduit par diverses formes d'intégration des supermarchés au milieu local, ainsi que par le maintien ou la réouverture, au cœur de certains villages, de petits commerces rattachés à de grands groupes de distribution.

18 Ces différentes conclusions peuvent se résumer en trois points. Tout d'abord, la grande distribution alimentaire tient des rôles importants dans les processus de décomposition-recomposition des territoires ruraux, des rôles qui vont bien au-delà d'une simple contribution à la standardisation, à l'homogénéisation du territoire national. Ensuite, les territoires ruraux connaissent un renouvellement de leurs spécificités, notamment car se re-produisent des contextes d'action qui leur sont propres, dont la grande distribution alimentaire est contrainte de tenir compte. Enfin, dans les jeux entre la grande distribution alimentaire et les différentes catégories d'acteurs qui l'entourent, apparaissent en certains points des marges de manœuvre importantes pour améliorer les relations entre la grande distribution et l'aménagement du territoire.

INDEX

Index chronologique : XXe siècle