

Les services marchands aux particuliers s'implantent dans l'espace rural

Bénédicte Mordier, division Services, Insee

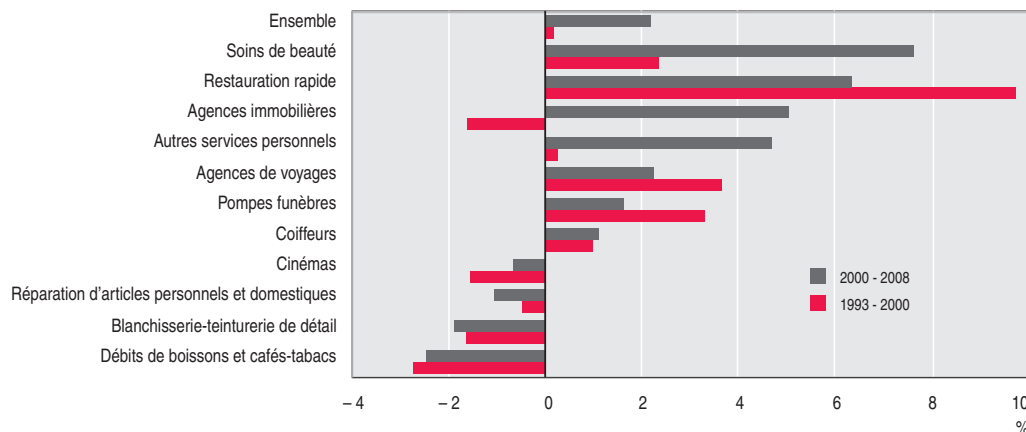
Entre 1993 et 2008, les services marchands aux particuliers se sont développés sur le territoire métropolitain de façon inégale suivant les secteurs : dans les services personnels (coiffure, soins de beauté...), les établissements se multiplient alors que, dans d'autres secteurs (réparation, débits de boissons...), ils se raréfient. Le développement des établissements est particulièrement marqué dans l'espace rural. En 2008, les petites agglomérations rurales sont ainsi presque aussi bien équipées que l'espace urbain. Les communes rurales isolées bénéficient aussi de la croissance du nombre des établissements depuis 2000 mais demeurent pour certains services (cinémas, agences de voyages...) nettement moins équipées que le reste du territoire.

Les établissements de services marchands aux particuliers (*champ*) sont de plus en plus nombreux sur le territoire métropolitain. Entre 1993 et 2008, leur nombre progresse de 1,2 %

en moyenne par an. Faible jusqu'en 2000, la progression est plus marquée depuis (2,2 % entre 2000 et 2008 - *graphique 1*) et nettement supérieure au rythme de croissance de la population (0,5 % en moyenne annuelle entre 1990 et 2006). La restauration rapide et les soins de beauté se développent fortement ; le nombre de salons de coiffure s'accroît aussi malgré une présence déjà importante sur le territoire métropolitain. Ce dynamisme reflète celui de la demande. L'évolution du chiffre d'affaires de ces secteurs est, sur la période, proche de celle du nombre d'établissements.

Dans d'autres secteurs, cependant, les disparitions d'établissements ne sont pas compensées par les créations. Entre 1993 et 2008, une commune sur dix a perdu son dernier débit de boissons. Les services de blanchisserie-teinturerie de détail sont aussi en repli. Il en est de même pour la plupart des services de réparation (réparations de vêtements, de chaussures, d'électroménager, de matériel électronique...) qui semblent de moins en moins attractifs face aux prix des biens neufs. Enfin, la concentration des salles dans les établissements multiplex a provoqué la disparition de nombreux cinémas.

① Croissance comparée du nombre d'établissements de services marchands aux particuliers entre les décennies 1990 et 2000 (évolution annuelle en %)



Lecture : les secteurs ont été classés selon l'évolution du nombre d'établissements entre 2000 et 2008, par ordre décroissant. Le nombre d'établissements dans le secteur des soins de beauté a progressé de 2,4 % entre 1993 et 2000 et de 7,6 % entre 2000 et 2008. Pour l'ensemble des secteurs, les tendances positives ou négatives observées entre 1993 et 2000 se prolongent entre 2000 et 2008 sauf pour les agences immobilières.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements Sirene 1993, 2000, 2008.

À la seule exception des agences immobilières, les établissements dont le nombre croissait entre 1993 et 2000, ont continué à se développer entre 2000 et 2008 (et inversement pour ceux dont le nombre baissait).

Des équipements, qui jusqu'à présent caractérisaient la ville, se développent dans le rural

L'implantation des établissements de services marchands s'est fortement accrue dans l'espace à dominante rurale (*définitions*) qui bénéficie ainsi en 2008 d'un maillage plus serré qu'en 1993 (*encadré*).

Avec 1 % en moyenne annuelle entre 1993 et 2008, la croissance du nombre d'établissements par habitant y a été plus forte que dans l'espace à dominante urbaine où elle n'a été que de 0,6 % (*graphique 2*). Le nombre d'agences immobilières par habitant a crû cinq fois plus vite en moyenne annuelle dans l'espace rural que dans l'espace urbain (*définitions*). Pour les agences de voyages, les autres services personnels, ou la coiffure, la croissance annuelle moyenne a été au moins deux fois plus forte dans le rural. Les pompes funèbres, ouvertes à la concurrence depuis 1993, se sont aussi particulièrement développées dans l'espace rural. Seuls les restaurants rapides ont davantage progressé dans l'urbain que dans le rural.

À l'inverse, l'espace à dominante rurale a mieux su préserver ses services que l'espace à dominante urbaine : dans les secteurs qui perdent des établissements, le recul y a été plus faible.

L'espace rural tend à être aussi bien équipé que l'espace urbain

En 2008, rapportés à la population, il y a autant de cinémas en zone rurale qu'en zone urbaine et davantage de cafés, de services de pompes funèbres et de coiffeurs (*tableau 1*). En revanche, les agences immobilières et restaurants rapides, et dans une

moindre mesure les agences de voyages ou les blanchisseries-teintureries de détail sont, rapportés à la population, davantage implantés en zone urbaine qu'en zone rurale.

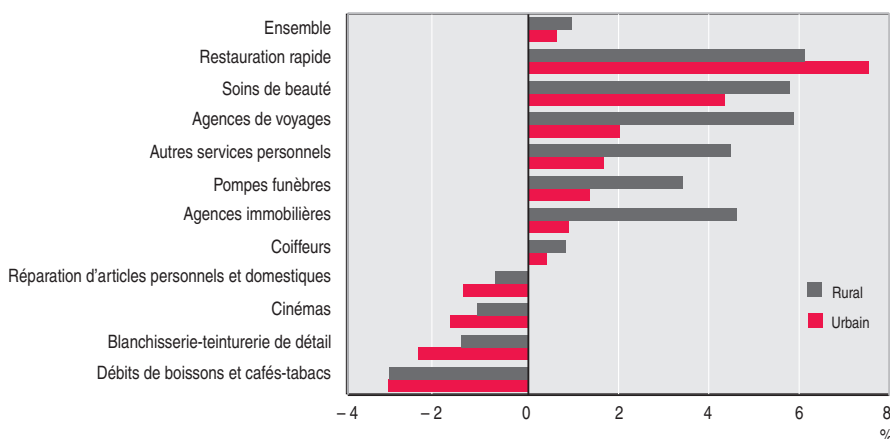
Les services préfèrent les villes-centres

Les villes-centres des pôles urbains et ruraux (*définitions*) sont les espaces les mieux équipés en services : 68 établissements pour 10 000 habitants en 2008 (*tableau 2*), soit un taux deux fois plus élevé que celui des banlieues et couronnes des pôles (*définitions*). L'écart est particulièrement marqué pour les services les plus rares. Ainsi, les cinémas y sont cinq fois plus nombreux que dans les

banlieues et couronnes, les agences de voyages y sont trois fois plus présentes. Qu'elles appartiennent à la zone urbaine ou à la zone rurale, les couronnes et banlieues sont, en proportion de leur population, moins bien loties que les centres, et leurs habitants doivent souvent se rendre dans les villes-centres pour accéder aux services les plus rares.

En 1993, les villes-centres des pôles ruraux ne comptaient que 53 établissements pour 10 000 habitants contre 63 dans les villes-centres des pôles urbains. En 2008, elles sont autant équipées que leurs homologues urbaines. Au sein de l'espace rural, ce sont elles qui ont le plus bénéficié de l'augmentation du nombre d'établissements de services par habitant, avec une évolution annuelle de + 1,6 % entre

② Croissance comparée de 1993 à 2008 entre le rural et l'urbain du nombre d'établissements pour 10 000 habitants (évolution annuelle en %)



Champ : France métropolitaine.
Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 1993, 2008, Recensements de la population 1990 et 2006.

① Nombre d'établissements de services pour 10 000 habitants en 2008

	Ensemble	Espace à dominante urbaine	Espace à dominante rurale
Pompes funèbres	1,0	0,9	1,5
Débites de boissons et cafés-tabacs	5,8	5,2	8,2
Cinémas	0,2	0,2	0,2
Coiffeurs	10,7	10,4	12,2
Autres services personnels	3,0	3,0	2,6
Réparation d'articles personnels et domestiques	2,7	2,8	2,3
Soins de beauté	3,0	3,1	2,5
Agences immobilières	9,7	10,1	7,7
Blanchisserie-teinturerie de détail	1,9	2,0	1,5
Restauration rapide	6,1	6,4	4,5
Agences de voyages	1,4	1,5	0,7
Ensemble	45,4	45,8	43,9

Lecture : les activités sont classées par ordre décroissant du rapport entre rural et urbain.
Champ : France métropolitaine.
Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 2008, Recensement de la population 2006.

1993 et 2008 : fort développement des agences immobilières (+ 4,7 %) et moindre recul des débits de boissons et cafés-tabacs (- 1,7 %). Les villes-centres des pôles ruraux ont aussi mieux préservé leurs services

de réparation de chaussures (- 3,7 %), de matériel électronique grand public (- 1,3 %) et leurs blanchisseries de détail (- 1,2 %). Depuis 1993, l'écart d'équipement entre les villes-centres des pôles et leur périphérie s'est ainsi

accentué dans l'espace rural alors qu'il s'est légèrement réduit dans l'espace urbain.

2 Nombre d'établissements pour 10 000 habitants en 2008

en ‰

	Ville-centre du pôle urbain	Ville-centre du pôle rural	Banlieue et couronne du pôle urbain	Banlieue et couronne du pôle rural	Rural isolé
Réparation d'articles personnels et domestiques	4,1	4,5	2,2	1,7	1,6
Restauration rapide	10,7	7,6	4,3	4,4	3,4
Agences de voyages	2,9	1,4	0,8	0,7	0,5
Agences immobilières	15,0	12,7	7,6	6,8	6,1
Cinémas	0,4	0,5	0,1	0,1	0,1
Blanchisserie-teinturerie de détail	3,1	3,6	1,4	0,9	0,8
Coiffeurs	13,7	16,9	8,7	9,0	10,9
Soins de beauté	4,2	4,6	2,6	1,6	1,8
Autres services personnels	4,2	3,8	2,5	2,2	2,2
Débits de boissons et cafés-tabacs	8,1	9,5	3,7	5,8	8,0
Pompes funèbres	1,1	2,8	0,8	0,7	1,1
Ensemble	67,5	67,9	34,6	33,8	36,5

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 2008, Recensement de la population 2006.

L'accès aux services marchands dans l'espace rural progresse

Pour la plupart des services, la distance d'accès de la population des zones rurales aux établissements de services marchands s'est réduite entre 1993 et 2008. Les services de coiffure sont les plus rapidement accessibles dans l'espace à dominante rurale : 86 % de la population se trouve à moins de 5 km d'un coiffeur. Les débits de boissons et cafés-tabacs maillent eux aussi encore finement le territoire, même si leur nombre a diminué depuis 1993 : 78 % des habitants des zones rurales trouvent un débit de boissons ou un café à moins de 5 km de leur commune de résidence. En 2008, les deux tiers des habitants des zones rurales ont une agence immobilière à moins de 5 km de leur commune de résidence, contre un sur deux en 1993. Les services de soins de beauté et autres services personnels sont moins nombreux sur le territoire mais plus de la moitié des habitants des zones rurales y accèdent à moins de 5 km de leur domicile en 2008, soit une progression de près de 20 points depuis 1993.

Part de la population située à moins de 5 km des équipements dans l'espace à dominante rurale

en %

	1993	2008
Coiffeurs	82	86
Débits de boissons et cafés-tabacs	86	78
Agences immobilières	47	68
Soins de beauté	36	55
Autres services personnels	37	54
Restauration rapide	35	54
Réparation d'articles personnels et domestiques	51	50
Pompes funèbres	30	43
Blanchisserie-teinturerie de détail	46	41
Agences de voyages	13	23
Cinémas	12	10

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 1993 et 2008, Recensements de la population 1990 et 2006 ; Inra UMR1041 CESAER, Distancier Odomatix.

En zone rurale isolée, plus de débits de boissons et de coiffeurs

Les communes rurales isolées (*définitions*) sont en moyenne mieux équipées que les banlieues et couronnes des pôles avec 36,5 services pour 10 000 habitants (*tableau 2*) mais ne bénéficient pas de la proximité des grandes villes pour accéder aux services les plus rares (cinémas, agences de voyages...). Cet espace rural isolé, qui concentre en moyenne 10 % des établissements en 2008 et 12,5 % de la population métropolitaine, se caractérise par une forte hétérogénéité de présence des équipements de services. Alors qu'il concentre 17 % des débits de boissons et cafés-tabacs, seules 4 % des agences de voyages s'y trouvent. Déjà très nombreux en 1993, les coiffeurs y sont toujours surreprésentés en 2008 avec 13 % des établissements. Les services funéraires se sont aussi particulièrement implantés dans cet espace qui regroupe 14 % des établissements en 2008 contre 11 % en 1993. Bien que l'espace rural isolé reste sous-équipé pour les autres services aux particuliers, il a profité de l'essor des agences immobilières, des soins de beauté et des autres services personnels. Ainsi, il regroupe en moyenne 8 % des agences immobilières contre 5 % en 1993. Les restaurants rapides, en revanche, ont préféré s'implanter ailleurs. Cet espace concentre 7 % des restaurants rapides en 2008 contre 10 % en 1993.

Sources

Le répertoire des entreprises et des établissements (Sirene), géré par l'Insee, est la source privilégiée pour la démographie d'établissements. On a utilisé les fichiers de stocks d'établissements de 1993, 2000 et 2008. Les nombres d'établissements ont été rapportés à la population à partir des recensements de la population de 1990, 1999 et 2006 ; les résultats du recensement de la population de 2006 sont issus des enquêtes annuelles de recensement

réalisées entre 2004 et 2008. Le distancier Odomatrix développé par l'Institut national de la recherche agronomique (Inra) en collaboration avec le Centre d'études sur les réseaux, transports, l'urbanisme et les constructions publiques (Certu) et l'Insee permet d'étudier l'accessibilité aux équipements. Ce distancier fournit la distance routière séparant deux communes du territoire.

Champ

Les secteurs d'activité étudiés sont les secteurs suivants de la Nomenclature d'activités française (NAF rév. 1, 2003) : la restauration de type rapide (553B), les agences de voyages (633Z), les agences immobilières (703A), la projection de films cinématographiques (921J), la blanchisserie de détail (930B), la coiffure (930D), les soins de beauté (930E) et les autres services personnels (930N).

Les secteurs ayant des activités proches ont été regroupés : cafés-tabacs (554A) et débits de boissons (554B), soins aux défunts (930G) et pompes funèbres (930H). Les services de réparation d'articles personnels et domestiques comprennent les services de réparation de chaussures et d'articles en cuir (527A), la réparation de matériel électronique grand public (527C), la réparation d'appareils électroménagers (527D), la réparation de montres, horloges et bijoux (527F) et la réparation d'articles personnels et domestiques non compris ailleurs (527H). L'ensemble de ces secteurs d'activité est désigné par « **services marchands aux particuliers** » dans cette étude.

Définitions

Les analyses qui figurent dans cette publication reposent sur le zonage en aires urbaines et en aires d'emploi de l'espace rural (ZAUER), défini sur la base du recensement de 1999 et qui décline le territoire en deux grandes catégories :

– l'**espace à dominante urbaine** ou **espace urbain** est composé des pôles urbains et du périurbain (couronnes périurbaines et communes multipolarisées) ;

– l'**espace à dominante rurale** ou **espace rural** regroupe l'ensemble des petites unités urbaines et communes rurales n'appartenant pas à l'espace à dominante urbaine. On y distingue des pôles d'emplois, leurs couronnes et les autres communes de l'espace rural ou communes **rurales isolées** qui n'appartiennent ni à l'espace à dominante urbaine ni à une aire d'emploi de l'espace rural.

Un **pôle urbain** est une unité urbaine (ensemble d'une ou plusieurs communes présentant une continuité du tissu bâti et comptant au moins 2 000 habitants) offrant au moins 5 000 emplois.

Le **périurbain** est composé des communes sous influence urbaine du fait des déplacements domicile-travail : communes des couronnes périurbaines et communes multipolarisées (communes rurales et unités urbaines situées hors des aires urbaines, dont au moins 40 % de la population résidente ayant un emploi travaille dans plusieurs aires urbaines, sans atteindre ce seuil avec une seule d'entre elles, et qui forment avec elles un ensemble d'un seul tenant). Le périurbain a trait aux déplacements domicile-travail, les emplois restant largement concentrés

dans les pôles urbains tandis que les lieux de résidence s'éloignent de ces pôles urbains.

Une **aire urbaine** est un ensemble de communes d'un seul tenant et sans enclave, constitué par un pôle urbain et par une couronne périurbaine.

Le **pôle rural** est composé des communes (ou unités urbaines) n'appartenant pas à l'espace à dominante urbaine et comptant 1 500 emplois ou plus.

La **couronne du pôle rural** comprend les communes (ou unités urbaines) n'appartenant pas à l'espace à dominante urbaine et dont 40 % ou plus des actifs résidents travaillent dans le reste de l'aire d'emploi de l'espace rural.

Une **aire d'emploi de l'espace rural** est un ensemble de communes d'un seul tenant et sans enclave, constitué par un pôle d'emploi de l'espace rural et par sa couronne. Cette dernière est formée de façon similaire à celle des couronnes périurbaines.

Si une commune d'un pôle urbain ou rural représente plus de 50 % de la population du pôle, elle est seule **ville-centre**. Dans le cas contraire, toutes les communes qui ont une population supérieure à la moitié de celle de la commune la plus importante, ainsi que cette dernière, sont villes-centres. Les communes du pôle qui ne sont pas villes-centres en constituent la **banlieue**.

Bibliographie

« À la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population » Solard G., *Insee Première* n° 1245, juin 2009.

INSEE PREMIÈRE figure dès sa parution sur le site Internet de l'Insee : www.insee.fr (rubrique Publications)

Pour vous abonner aux avis de parution : <http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/default.asp?page=abonnements/liste-abonnements.htm>

BULLETIN D'ABONNEMENT A INSEE PREMIERE

À RETOURNER À : INSEE/CNGP, Service Abonnement - B.P. 402 - 80004 Amiens CEDEX 1
Tél. : 03 22 97 31 70 Fax : 03 22 97 31 73

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIÈRE - Tarif 2010

Abonnement annuel : 74 € (France) 92 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : _____ Activité : _____

Adresse : _____

Ci-joint mon règlement en Euros par chèque à l'ordre de l'INSEE : _____ €.

Date : _____ Signature

Direction Générale :
18, Bd Adolphe-Pinard
75675 Paris cedex 14
Directeur de la publication :
Jean-Philippe Cotis
Rédacteur en chef :
Gilles Rotman
Rédacteurs :
L. Bellin, A.-C. Morin,
C. Perrel, C. Pfister
Maquette : P. Nguyen
Impression : Jouve
Code Sage IP101307
ISSN 0997 - 3192
© INSEE 2010

