



# **LES MOBILITES LIEES AUX PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT DES PERIURBAINS A L'IMPERATIF DE LA VILLE DURABLE**

## **« FAIRE SES COURSES DURABLEMENT » LES PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE DES PERIURBAINS. UNE ETUDE DE CAS DANS L'AIRE PERIURBAINE CAENNAISE**

RAPPORT FINAL

Recherche financée par le Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de la Mer en charge des Technologies vertes et des négociations climat

DGAL/Plan Urbanisme Construction Architecture

**MAPA n°D09-12 (0901986)** notifié le 9 novembre 2009 - Programme de recherche « Mobilités et périurbain à l'impératif de la ville durable, ménager les territoires de vie des périurbains »

Isabelle VAN DE WALLE, Xavier MORDRET

**NOVEMBRE 2011**

# SOMMAIRE

<b>SYNTHESE.....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>8</b>
1. PROBLEMATIQUE DE TRAVAIL .....	9
2. METHODOLOGIE ET CHOIX DU TERRAIN .....	13
2.1 Une approche qualitative .....	13
2.2 L'échantillon d'enquête .....	14
<b>CHAPITRE 1. LES COURSES LIEES A L'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE... 19</b>	
1. LE CHAINAGE DES DEPLACEMENTS .....	21
1.1 « Ne pas sortir juste pour faire des courses » .....	21
1.2 Au gré des opportunités.....	23
1.3 Les obstacles au chaînage.....	24
1.3.1 <i>Les conditions de travail</i> .....	25
1.3.2 <i>La répartition des tâches domestiques</i> .....	25
1.3.3 <i>La présence de jeunes enfants</i> .....	27
2. LE REGROUPEMENT DES ACHATS .....	29
2.1 « Le plein une fois par mois » .....	29
2.2 Gestion des stocks et risque de gâchis.....	30
2.3 Des lieux pour des produits.....	32
2.3.1 « <i>La meilleure offre au meilleur endroit</i> » .....	33
2.3.2 <i>Des lieux particuliers pour les meilleurs produits</i> .....	34
3. LE RECOURS A L'OFFRE DE PROXIMITE .....	36
3.1 « Aller au plus près » .....	36
3.2 La proximité comme déterminant des lieux d'achat .....	37
3.2.1 « <i>Gagner du temps</i> » .....	37
3.2.2 « <i>Ne dépendre de personne</i> » .....	38
3.2.3 « <i>Faire vivre le village et se faire voir</i> » .....	38
3.3 Faiblesses et hétérogénéité de l'offre de proximité .....	39
4. LE RECOURS AUX MODES DE DEPLACEMENT ALTERNATIFS .....	42
4.1 « Les courses sans voiture » .....	42
4.1.1 <i>Les modes doux</i> .....	42
4.1.2 <i>Le poids des courses</i> .....	45
4.1.3 <i>Aide à la mobilité : solidarités et services marchands</i> .....	46
4.2 Les exclus de la mobilité automobile .....	46
4.3 L'appréciation des coûts associés à la mobilité automobile .....	49

<b>CHAPITRE 2. L'AUTRE FAÇON DE FAIRE SES COURSES .....</b>	<b>52</b>
1. LA VENTE A DISTANCE .....	55
1.1 Dans l'attente du e-commerce.....	55
1.2 Des produits surgelés à domicile.....	57
2. LES ACHATS AUPRES DES PRODUCTEURS .....	59
2.1 « Limiter le transport des produits » .....	59
2.2 Vente directe et maîtrise de la distribution .....	60
3. L'AUTOPRODUCTION .....	64
3.1 La diversité des formes d'autoproduction .....	64
3.1.1 Vergers, jardins potagers et petit élevage .....	64
3.1.2 Chasse, cueillette et pêche.....	65
3.1.3 Conservation et transformation des produits .....	65
3.2 L'importance des pratiques .....	66
3.3 A propos de la reproduction des pratiques d'autoproduction .....	68
<b>CHAPITRE 3. LES TERRITOIRES D'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE .....</b>	<b>72</b>
1. LA GRANDE DIVERSITE DES TERRITOIRES D'APPROVISIONNEMENT .....	73
1.1 Des territoires plus ou moins éclatés .....	73
1.2 Des territoires plus ou moins polarisés vers le pôle urbain .....	76
2. L'HETEROGENEITE DES ESPACES RESIDENTIELS PERIURBAINS .....	81
2.1 Un éloignement plus ou moins accentué du pôle urbain .....	81
2.2 Une offre commerciale plus ou moins importante.....	82
2.3 Les espaces périurbains par leurs habitants.....	84
3. LA DIVERSITE DES MODES DE VIE PERIURBAINS .....	86
3.1 La variété des parcours résidentiels .....	86
3.2 L'hétérogénéité sociale des périurbains.....	86
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>88</b>
<b>ANNEXE .....</b>	<b>93</b>

# SYNTHESE

## **LES MOBILITES LIEES AUX PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT DES PERIURBAINS A L'IMPERATIF DE LA VILLE DURABLE**

### **« FAIRE SES COURSES DURABLEMENT » LES PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE DES PERIURBAINS. UNE ETUDE DE CAS DANS L'AIRE PERIURBAINE CAENNAISE**

#### **Problématique et méthodologie de travail**

La recherche interroge le caractère durable – ou non durable – des modes de vie périurbains à travers la question des mobilités liées aux pratiques d'approvisionnement alimentaire. Il est courant d'opposer un modèle périurbain, reposant sur un recours quasi systématique à la voiture individuelle pour les activités les plus courantes (aller au travail, faire ses courses, entretenir une vie sociale, avoir des loisirs), au modèle de la ville dense tenu pour bien plus favorable à l'environnement en raison d'une moindre production de CO<sup>2</sup> liée aux déplacements quotidiens. *A contrario* de cette opposition stéréotypée, la recherche fait valoir la complexité des mobilités liées à l'approvisionnement alimentaire des ménages périurbains : elle expose la diversité des pratiques et identifie les plus « vertueuses » en s'interrogeant sur leur efficacité en termes de durabilité et en tentant de repérer les conditions de leur adoption.

La recherche s'appuie sur une investigation de terrain dans trois territoires périurbains contrastés de l'aire urbaine de Caen :

- un territoire situé dans l'hyper proximité du pôle urbain (1<sup>ère</sup> couronne) et directement dépendant de son équipement commercial ;
- un territoire situé dans le périurbain éloigné (3<sup>e</sup> couronne du périurbain), articulé autour d'un pôle commercial secondaire ;
- un territoire lui aussi éloigné du pôle urbain (2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> couronne du périurbain), au centre d'un triangle de trois petits pôles commerciaux.

Sur la base d'une approche qualitative, la méthode d'investigation combine deux techniques complémentaires : l'entretien individuel et l'entretien collectif auprès de ménages périurbains. Elle est complétée par une analyse de l'offre commerciale, reposant sur une analyse documentaire, l'observation de lieux d'achat et des entretiens avec des offreurs susceptibles de faciliter l'adoption de nouvelles pratiques d'approvisionnement.

#### **Les courses liées à l'approvisionnement alimentaire**

Les mobilités liées à l'approvisionnement alimentaire s'insèrent dans l'ensemble des déplacements du ménage selon les opportunités, le choix des lieux d'achat, le temps disponible, le panier à constituer. Certaines pratiques apparaissent comme potentiellement plus durables que d'autres : elles sont susceptibles de limiter, dans la perspective de la ville durable, l'importance des déplacements automobiles.

- Les possibilités de chaînage avec les déplacements domicile-travail, domicile-école, domicile-famille, domicile-loisirs... sont étroitement liées aux modes de vie, et plus précisément à la localisation de la résidence périurbaine, à la position dans le cycle de vie (présence d'enfants, occupation professionnelle, ...), aux conditions de travail comme au mode de partage des tâches domestiques.
- Le regroupement des courses alimentaires est davantage adapté à l'épicerie de base et à la fréquentation des grandes surfaces. Il est facilité par le poids des contraintes temporelles, les possibilités de stockage (espaces de rangement, congélateur), mais aussi le manque de goût pour les courses et la cuisine.

- Le recours à l'offre de proximité, proche de l'habitat, du travail et plus globalement des lieux fréquentés, est davantage développé pour les courses de dépannage et par les personnes peu mobiles, notamment âgées. Mais il est étroitement dépendant de l'équipement commercial des territoires, de son importance et de sa diversité.
- Peu de solutions alternatives à la voiture individuelle sont développées tant les coûts temporel, financier et environnemental de la mobilité automobile paraissent minimisés. Les périurbains qui font leurs courses sans voiture, à pied, en bus, à vélo, ou ont recours aux solidarités familiales, de voisinage, ou encore aux services marchands des services à domicile, y sont le plus souvent contraints : non détention du permis de conduire ou d'une voiture, contraintes financières, grand âge, invalidité.

### **L'autre façon de faire ses courses**

Les pratiques d'approvisionnement alimentaire prennent en premier lieu la forme d'un déplacement du consommateur vers les commerces alimentaires classiques (grande surface, magasins spécialisés...). D'autres formes d'approvisionnement s'y ajoutent qui présentent un potentiel important dans certains territoires périurbains et peuvent, sous certaines conditions, aller dans le sens d'une réduction des émissions de CO<sup>2</sup> :

- la vente à distance exempt le consommateur du déplacement en magasin ;
- l'achat direct auprès de producteurs supprime l'étape de la distribution et réduit les déplacements des produits alimentaires ;
- l'autoproduction en dehors de la production marchande permet au consommateur de devenir lui-même le producteur des produits alimentaires : ni le consommateur, ni le produit alimentaire ne font *a priori* l'objet d'un déplacement.

Là encore, l'adoption de pratiques d'approvisionnement durables s'observe dans un contexte favorable du point de vue de l'offre (possibilité d'avoir recours au e-commerce ou à la vente directe), de l'habitat (capacité de stockage, existence d'un jardin), du temps disponible et des savoirs-faires transmis ou pouvant être acquis *via* son entourage ou internet (autoproduction et conservation des produits).

### **Quelle durabilité ?**

L'impact des pratiques d'approvisionnement alimentaire doit être considéré dans une approche globale de la durabilité et tenir compte de l'ensemble des activités générées par l'alimentation : l'approvisionnement strictement dit, mais également le choix des produits (conditions de production et de transport), la cuisine (cuisson), le stockage des produits (congélation) et la production de déchets. De plus, il est incontournable de prendre en compte l'impact des pratiques sur les trois piliers du développement durable : environnemental, économique et social.

L'adoption de pratiques d'approvisionnement durables est rarement vécue comme telle. La recherche confirme l'apparition d'un discours « environnemental » ou « éthique » pour justifier le choix des produits achetés (denrées issus de l'agriculture biologique, attention portée à la provenance des produits pour des questions de transport et de conditions sociales de production). Mais elle montre que les ménages raisonnent peu leurs modes d'approvisionnement, – et notamment les déplacements qui y sont liés –, sous le prisme du développement durable. L'adoption de pratiques vertueuses, favorisée par un contexte privilégié (offre commerciale de proximité, possibilités de stockage, savoir-faire mobilisables...) est souvent liée à d'autres objectifs et/ou contraintes : la gestion budgétaire, l'impératif de gagner du temps, le souhait d'avoir un plus grand contrôle sur la qualité des produits pour des raisons liées à la fois à la santé et au goût.

Interrogés sur le caractère durable de leurs pratiques d'approvisionnement, les ménages élargissent souvent la question à l'ensemble de leurs pratiques de consommation et/ou de déplacement. Ils témoignent d'un souci de cohérence dans leurs objectifs de pratiques durables (ne pas faire acheter des denrées issues de l'agriculture biologique, mais produits dans des pays lointains). Mais ils se ménagent également la possibilité de mettre en place des « accommodements raisonnables » : face à l'impossibilité d'avoir un comportement répondant à toutes leurs aspirations écologistes, ils compensent leurs pratiques les moins recommandables (planter un arbre à la suite de tout voyage en avion) ou se donnent des limites (acheter des tomates hors saison mais uniquement si elles ne sont pas produites plus loin que l'Espagne).

### **Périurbain ou périurbains ?**

L'observation des résidents et des territoires met en évidence un réel dynamisme des espaces périurbains à travers les formes changeantes du maillage commercial et l'évolution des pratiques (autoproduction, recours à l'offre de proximité, vente directe...), appelant à la reformulation du questionnement dans l'étude du phénomène périurbain. Au final, la recherche montre combien il est difficile de parler d'un modèle périurbain. Les usages de l'offre commerciale sont hétérogènes et dessinent des territoires d'approvisionnement alimentaire plus ou moins éclatés dans l'espace et plus ou moins dépendants du pôle urbain. La diversité des territoires d'approvisionnement renvoie aux différences entre les territoires de résidence, en termes de distance par rapport au pôle urbain et de niveau d'équipement commercial, mais également à la variété des parcours résidentiels (anciens urbains, anciens ruraux rattrapés par la périurbanisation, « alternants ») et à l'hétérogénéité sociale des périurbains (composition du ménage, activité professionnelle, âge, état de santé, type d'habitat...).

La recherche montre comment ces paramètres conduisent à une déclinaison de modes d'approvisionnement et à une mise en cause de l'idée même d'un modèle périurbain. Face à l'hétérogénéité des modes de vie et des pratiques, les préconisations adressées aux ménages en matière de durabilité, doivent prendre en compte les différences sociales et territoriales existantes. Des recommandations homogènes ne peuvent qu'avoir pour effet une absence de changement réel ou faire peser un trop grand poids sur certains groupes sociaux. L'idée de réfléchir à des leviers différenciés apparaît dès lors comme intéressante. Toutefois, il semble que les ménages ne soient pas seuls concernés et que la durabilité passe également par un plus grand volontarisme des politiques publiques à l'échelle locale et un partenariat avec les offreurs commerciaux du secteur privé.

# INTRODUCTION



## 1. PROBLEMATIQUE DE TRAVAIL

---

Phénomène majeur des trente dernières années, la périurbanisation est une question centrale dans le débat sur la ville durable. *A contrario* de la ville dense, posée comme synonyme d'urbanité et de mixité à la fois sociale et fonctionnelle, le périurbain est fréquemment accusé d'être un espace anémique : « un non-lieu, de la non-ville, du non-rural, un espace sans qualité »<sup>1</sup>. La dispersion des espaces résidentiels, des lieux d'emploi et des zones d'activités qui y est associée, limite la pertinence de l'offre de transports en commun publics, et induit une explosion des distances parcourues en voiture particulière, synonyme de surcoûts pour la collectivité en termes d'infrastructures et de pollution atmosphérique. L'individualisme supposé des périurbains, à la recherche d'une meilleure qualité de vie, *via* l'accès à l'habitat individuel et la proximité avec la « *nature* », est souvent dénoncé, même si leur choix résidentiel s'avère pour partie contraint et que les déplacements leur imposent perte de temps, fatigue, stress et coût financier.

Au cœur des débats sur « la ville durable » du fait de sa position institutionnelle, le PUCA s'inscrit dans une démarche à la fois d'approfondissement et de renouvellement des travaux sur les espaces périurbains, en engageant une consultation de recherche centrée sur le thème de la mobilité, et intitulée « la mobilité et le périurbain à l'impératif de la ville durable : ménager les territoires de vie des périurbains ». Pour participer à cette consultation, nous avons choisi d'approcher la question des mobilités périurbaines sous l'angle des pratiques d'approvisionnement domestique. Inscrite dans une réflexion sur les perspectives de « la ville durable », notre recherche s'intéresse plus particulièrement aux arbitrages associés à ces pratiques, en termes notamment de distances parcourues et de modes de locomotion utilisés.

Plusieurs raisons ont présidé au choix de notre objet. Cette recherche s'inscrit dans la continuité des travaux menés par notre équipe à propos des stratégies des entreprises et des collectivités territoriales en matière de réduction de la voiture individuelle dans les déplacements domicile-travail<sup>2</sup> et en matière de mixité fonctionnelle<sup>3</sup>, et à propos de l'impact des nouvelles politiques publiques de déplacements sur le développement commercial<sup>4</sup>. Mais, centrée sur les mobilités liées aux pratiques d'approvisionnement, elle renoue également avec un thème fondateur de l'activité du CRÉDOC qui est la consommation. L'analyse des mobilités liées aux pratiques d'approvisionnement domestique reste peu investie par la recherche française, moins développée en tout cas que celle des déplacements vers le travail ou même des déplacements touristiques et de loisirs. Or les déplacements liés aux pratiques d'approvisionnement recouvrent des enjeux environnementaux forts : ils concernent l'ensemble de la population et toutes les catégories sociales. L'enquête nationale transports et déplacements de 2008 montre que la part des déplacements liés aux

---

<sup>1</sup> PUCA [2009], *La mobilité et le périurbain à l'impératif de la ville durable : ménager les territoires de vie des périurbains*, Appel à proposition de recherche, p.1.

<sup>2</sup> Cf. notamment Philippe MOATI, Isabelle VAN DE WALLE [2002], *Mobilités et territoires urbains. Les stratégies économiques, sociales et territoriales des entreprises à l'égard de la mobilité vers le travail*, Paris, CREDOC, Recherche financée par le Ministère de l'Équipement – Programme PUCA.

[2008], « Améliorer l'offre de services publics dans le cadre de la mobilité vers le travail », in Patrice AUBERTEL, François MÉNARD [2008] (coordination de), *La Ville pour tous : Un enjeu de services publics*, Paris, La Documentation française.

<sup>3</sup> Isabelle VAN DE WALLE [2007], *État, collectivités territoriales et entreprises face à la mixité fonctionnelle. L'exemple de l'agglomération nantaise*, Paris, CREDOC, recherche réalisée sur un financement du MEDAD.

<sup>4</sup> Isabelle VAN DE WALLE, Léonor RIVOIRE [2005], "Commerce et mobilité. L'activité commerciale face aux nouvelles politiques publiques de déplacements urbains", *Cahier de recherche du CRÉDOC*, n°216.

achats représente 19% des déplacements locaux, soit un point de plus qu'en 1994, et qu'ils motivent avec ceux liés au travail un déplacement quotidien sur deux<sup>5</sup>.

Le champ de notre investigation se limite aux seuls produits alimentaires : les pratiques d'approvisionnement non alimentaire ne sont prises en compte que dans la mesure où elles sont articulées à des pratiques d'approvisionnement alimentaire, dans le cadre notamment de déplacements chaînés ou d'un regroupement des achats. L'approvisionnement alimentaire est une activité vitale par définition. Les déplacements qui y sont liés sont réguliers et fréquents, parfois quotidiens. De plus, l'approvisionnement alimentaire concerne, par nécessité, l'ensemble des ménages. Même les plus démunis du point de vue économique, les plus âgés et/ou les moins « mobiles » sont contraints à s'approvisionner ou à être approvisionnés régulièrement en denrées alimentaires, ce qui n'est pas forcément le cas des produits non alimentaires, qu'ils soient culturels et de loisirs ou même vestimentaires.

Les pratiques d'approvisionnement alimentaire sont suffisamment complexes pour justifier à elles seules une observation. Les entretiens convainquent du temps nécessaire à l'appréhension des arbitrages qui les concernent. Surtout, ils rappellent la spécificité de la consommation alimentaire et de l'incorporation qui y est associée. « Le vêtement, les costumes ne sont qu'au contact de notre corps ; les aliments, eux, doivent franchir la barrière orale, s'introduire en nous et devenir une substance intime. Il y a donc par essence quelque gravité attachée à l'acte d'incorporation ; l'alimentation est le domaine de l'appétit et du désir gratifiés, du plaisir, mais aussi de la méfiance, de l'incertitude, de l'anxiété »<sup>6</sup>. L'anxiété liée à l'alimentation s'est exacerbée au cours des dernières décennies suite à l'irruption de plusieurs crises alimentaires (veau aux hormones, « vache folle », OGM...). Elle s'est fixée dans des interrogations d'ordre sanitaire, qui se sont étendues à des préoccupations d'ordre environnemental quant au mode de production industriel des produits alimentaires : désormais, nous craignons moins de manquer de nourriture que de mal nous nourrir.

Le contexte de crise structurelle a amplifié le phénomène de suspicion à l'égard de la filière agroalimentaire. La crise a des effets économiques et sociaux importants en termes de dégradation du niveau de vie, de précarisation des franges de la population les plus fragiles, mais également d'interrogation sur notre modèle de production et de consommation<sup>7</sup>. La sensibilité aux questions environnementales s'affirme et l'année 2000 apparaît comme une date charnière. Désormais, un lien explicite est établi par les consommateurs entre les pratiques de consommation et leurs conséquences sur l'environnement : le champ de la consommation se constitue en espace potentiellement privilégié de développement de comportements vertueux. Au-delà des représentations, et même si on note une relative inertie des comportements, les enquêtes de consommation montrent une adaptation des pratiques et un développement de la consommation de produits alimentaires issus de produits issus de l'agriculture biologique, facilité par leur apparition dans les grandes surfaces et plus encore par la création de marques de distributeurs<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Bernard QUÉTELARD [2010], « Se rendre au travail ou faire ses courses motive toujours un déplacement quotidien sur deux. Le recours à la voiture se stabilise », in *La Revue du Commissariat Général au Développement Durable, La mobilité des Français. Panorama issu de l'enquête nationale transports et déplacements 2008*, pp. 25-47.

<sup>6</sup> Claude FISCHLER [1993], *L'omnivore. Le goût, la cuisine et le corps*, Paris, Editions Odile Jacob (nouvelle édition corrigée), p. 9.

<sup>7</sup> Voir notamment, Philippe MOATI [2009], « Cette crise est aussi une crise du modèle de consommation », *Les Temps Modernes*, n°655, septembre-octobre.

<sup>8</sup> Cf. notamment Pascale HEBEL, Nicolas SIOUNANDAN, Franck LEHUEDE [2009], « Le consommateur va-t-il changer durablement de comportement avec la crise ? », *Cahier de Recherche du CRÉDOC*, n°268.

L'offre de la grande distribution s'est profondément transformée pour s'adapter aux questionnements des consommateurs et à l'évolution de leurs modes de vie, qui a modifié à la fois leur rapport au temps et leur rapport à la mobilité<sup>9</sup>. On notera le développement des produits issus de l'agriculture biologique, des « produits du terroir », des possibilités d'achat en ligne<sup>10</sup>, mais également le renouveau de l'offre commerciale de proximité. Mais la grande distribution n'est pas seule concernée et on enregistre une remontée des circuits courts : présence de producteurs sur les marchés, vente à la ferme, sans oublier la création des Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP), qui traduisent la volonté des producteurs et des consommateurs, ou tout du moins d'une partie d'entre eux, de raccourcir la chaîne de distribution dans le but de garantir à la fois la production de produits alimentaires de qualité et la survie économique de leurs producteurs. Cette volonté de contrôler la chaîne alimentaire pourrait également contribuer à la pérennité, sous des formes pour partie renouvelées, des jardins potagers, individuels ou collectifs. De fait, le champ de notre travail inclut l'ensemble des pratiques d'approvisionnement alimentaire, qu'elles induisent ou non un acte d'achat. Cette extension du champ permet d'intégrer dans l'analyse les pratiques d'autoproduction de produits alimentaires ainsi que celles de glanage, cueillette, pêche et chasse, pour lesquelles la question de la mobilité se pose en des termes spécifiques.

Ainsi définies, les pratiques d'approvisionnement alimentaire constituent un lieu privilégié pour l'observation des arbitrages effectués par les périurbains entre l'attraction des grandes centralités commerciales urbaines, l'impératif, plus ou moins accentué, de réduire les coûts, notamment temporels et économiques, associés au « choix » périurbain, et la pression des nouvelles normes sociales liées à la protection de l'environnement et au développement durable.

A l'opposé d'un présupposé individualiste et consumériste, et dans la perspective de réinterroger l'analyse souvent négative du périurbain, nous faisons l'hypothèse que la périurbanisation et l'éloignement de la ville dense favorisent des pratiques d'approvisionnement alimentaire nouvelles ou tout du moins renouvelées, jouant dans le sens d'un resserrement des territoires et de la ville durable : achats chaînés avec d'autres déplacements, regroupement des courses, fréquentation des commerces à proximité du lieu de résidence, mais aussi recours aux transports collectifs, au vélo, à la marche à pied, appel aux solidarités familiales et de voisinage, achat en ligne, livraisons à domicile, achat direct auprès des producteurs locaux, si ce n'est autoproduction de produits alimentaires... De telles pratiques d'approvisionnement ont, par hypothèse, des ressorts variés qui se combinent de façon complexe. Elles relèvent d'aspirations écologiques et citoyennes au sens large, de la modification de l'offre commerciale et/ou de contraintes liées à un éloignement géographique de la ville dense et des centralités commerciales, parfois à l'âge, mais aussi à la pauvreté et à la précarité, soit à l'inégalité sociale.

Plusieurs spécificités périurbaines valident, en première approche, la pertinence d'une hypothèse considérant que le périurbain favorise, si ce n'est force, la capacité des ménages à réorienter leurs pratiques d'approvisionnement alimentaire.

- L'éloignement des centralités commerciales urbaines donne un caractère « obligé » à la mobilité motorisée pour l'approvisionnement dans les plus grandes surfaces de vente. Dans le même temps, l'importance du temps consacré à la mobilité quotidienne (domicile-travail, conduites des enfants...) et son coût financier amènent les périurbains à adapter leurs pratiques dans le sens d'une maîtrise, sinon d'une

---

9 L'un des faits les plus marquants de l'évolution des modes de vie est sans doute, outre la périurbanisation, la généralisation de l'activité féminine salariée.

10 L'explosion des achats en ligne est réelle : les estimations du CREDOC, d'après les données du ministère de l'Industrie, évaluent le nombre d'internautes ayant réalisé un ou plusieurs achats en ligne au cours des douze derniers mois à 0,3 millions en 1998, près de 6 millions en 2002 et près de 18 millions en 2008.

réduction, des déplacements en voiture individuelle. De plus, l'éloignement force les périurbains qui n'ont pas accès à la voiture individuelle, pour des raisons économiques, de santé ou encore parce qu'ils n'ont pas ou plus leur permis de conduire, à la recherche de solutions alternatives.

- L'habitat périurbain permet d'avoir à disposition une superficie moyenne habitée importante, notamment dans l'espace « cuisine et dépendances », favorable au stockage des produits et, par suite, à des achats en grande quantité, donnant lieu à des déplacements moins fréquents. La présence dans les maisons individuelles d'un « espace vert » rend également spatialement possible l'entretien d'un jardin potager et l'autoproduction de produits alimentaires.

- Du côté de l'offre, même si l'appareil commercial reste polarisé dans les zones les plus denses, l'évolution de la géographie du commerce renforce l'offre commerciale d'une partie des territoires périurbains<sup>11</sup>, tandis que la proximité géographique des producteurs de l'agriculture périurbaine augmente les possibilités d'achats en circuit court, qui réduisent à la fois le déplacement des consommateurs et le transport des produits.

---

11 Cf. notamment Philippe MOATI, Jamy LIBOUTON, Laurent POUQUET [2004], « L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les statistiques de l'emploi », *Cahier de recherche du CREDOC*, n 207 ; Martial RANVIER, Philippe MOATI [2008], *L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les déclarations annuelles de données sociales*, Paris, CREDOC, étude réalisée à la demande de la DIACT.

## 2. METHODOLOGIE ET CHOIX DU TERRAIN

---

### 2.1 Une approche qualitative

Pour engager cette recherche, nous avons adopté une approche qualitative. Notre objectif n'est pas de quantifier l'importance des pratiques d'approvisionnement alimentaire jouant dans le sens d'un resserrement des territoires et de la ville durable, ni même d'en identifier les déterminants sociaux (âge, sexe, niveau de revenus, ...) ou spatiaux (en fonction notamment de l'éloignement de la ville dense). Dans le cadre d'une sociologie compréhensive, il s'agit pour nous, outre le repérage de la diversité des pratiques d'approvisionnement alimentaire et des mobilités associées, de comprendre les éléments, par nature complexes et divers, qui amènent les acteurs à adopter de telles pratiques ou, à l'inverse, à ne pas les adopter. En l'occurrence, il semble pertinent d'identifier les processus par lesquels les périurbains, ou du moins certains d'entre eux, en viennent à adopter des pratiques d'approvisionnement alimentaire susceptibles d'être qualifiées de durables ou, tout du moins, de plus durables que d'autres.

La méthodologie combine deux techniques d'enquête complémentaires : l'entretien individuel et l'entretien collectif auprès de périurbains. Dans une première définition, le périurbain est composé des communes sous influence urbaine du fait des déplacements domicile-travail et les périurbains sont définis, tels que proposé par l'INSEE, comme les habitants d'une couronne périurbaine « composée des communes rurales ou des unités urbaines dont au moins 40% de la population résidente ayant un emploi travaille dans le pôle urbain ou dans des communes attirées par celui-ci »<sup>12</sup>. Les entretiens individuels visent le recueil d'éléments approfondis sur :

- les pratiques d'approvisionnement alimentaire et les mobilités associées ;
- les arbitrages liés à ces pratiques et, en particulier, le poids de l'évaluation des coûts liés à la mobilité (coût temporel, monétaire, environnemental) ;
- les représentations liées à la limitation de la voiture individuelle et aux pratiques d'approvisionnement jouant dans le sens d'un resserrement des territoires et de « la ville durable ».

Rythmé par ces mêmes grandes thématiques, l'entretien collectif (ou réunion de groupe) présente l'avantage d'élargir l'éventail des réponses recueillies. Surtout, grâce à la prise en compte des interactions qui se manifestent, il permet de façon privilégiée à la fois l'analyse de ce qui est partagé dans le groupe, soit les modèles culturels, et la prise en compte du « désaccord », avec des positions plus tranchées que dans les entretiens individuels. Les deux outils méthodologiques sont ainsi conçus avec un objet sensiblement différent et surtout, en complémentarité, l'un avec l'autre<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> INSEE, Zonage en aires urbaines et aires d'emploi.

<sup>13</sup> Le respect des objectifs de qualité exclut que les participants des entretiens collectifs fassent également l'objet d'un entretien individuel, soit au préalable, soit à l'issue des réunions de groupe : il est en effet important que les personnes interrogées soient « neuves » sur le sujet. Les entretiens collectifs menés auprès de membres d'associations pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) a confirmé leur intérêt méthodologique. L'interaction permet aux personnes interrogées de confronter leurs pratiques d'approvisionnement alimentaire à celles d'autres personnes qui partagent *a priori* des valeurs proches quant aux modes de production et de consommation à privilégier. Elle les amène à s'interroger sur leurs

Enfin, nous avons introduit une analyse de l'offre qui n'avait pas été initialement prévue, mais est apparue importante pour enrichir l'approche des conditions d'émergence de nouvelles pratiques. Cette analyse repose sur l'observation de plusieurs magasins ou offres commerciales, et sur des entretiens avec des commerçants et offreurs susceptibles de faciliter l'adoption de nouvelles pratiques d'approvisionnement.

## 2.2 L'échantillon d'enquête

Nos hypothèses de recherche nous ont amenés à travailler la diversité de notre échantillon d'enquête d'un double point de vue, en articulant la diversité des ménages périurbains à celle des espaces périurbains : on a identifié des espaces contrastés, et fait varier, à l'intérieur de ces espaces, les caractéristiques des ménages, selon des critères de diversité cohérents avec notre problématique de travail.

Nous avons retenu une aire urbaine de taille moyenne, moins étudiée par la recherche que des aires plus peuplées. Dans une région bas-normande encore à forte dominante rurale, l'aire urbaine de Caen comprend 384 500 habitants en 2006 dont 49% de périurbains selon la définition de l'INSEE.

Initialement, deux terrains d'enquête étaient envisagés : le premier dans la couronne périurbaine proche, le second dans la couronne périurbaine éloignée, *a priori* moins valorisés sur le marché foncier, moins bien desservis par les services publics de transports et les infrastructures routières, moins bien pourvus en équipements commerciaux. L'analyse des données de cadrage a un peu modifié ce choix. Les données établies par l'Agence d'Etudes d'Urbanisme de Caen-Métropole (AUCAME) sur la base des données de l'INSEE et à partir du calcul des temps de déplacements automobile nécessaire pour rejoindre le centre ville de Caen (cf. carte page suivante), distinguent trois espaces dans la couronne périurbaine caennaise, selon que ce temps atteint moins de 12 minutes, de 12 à 20 minutes, ou plus de 20 minutes.

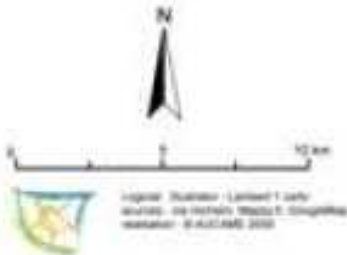
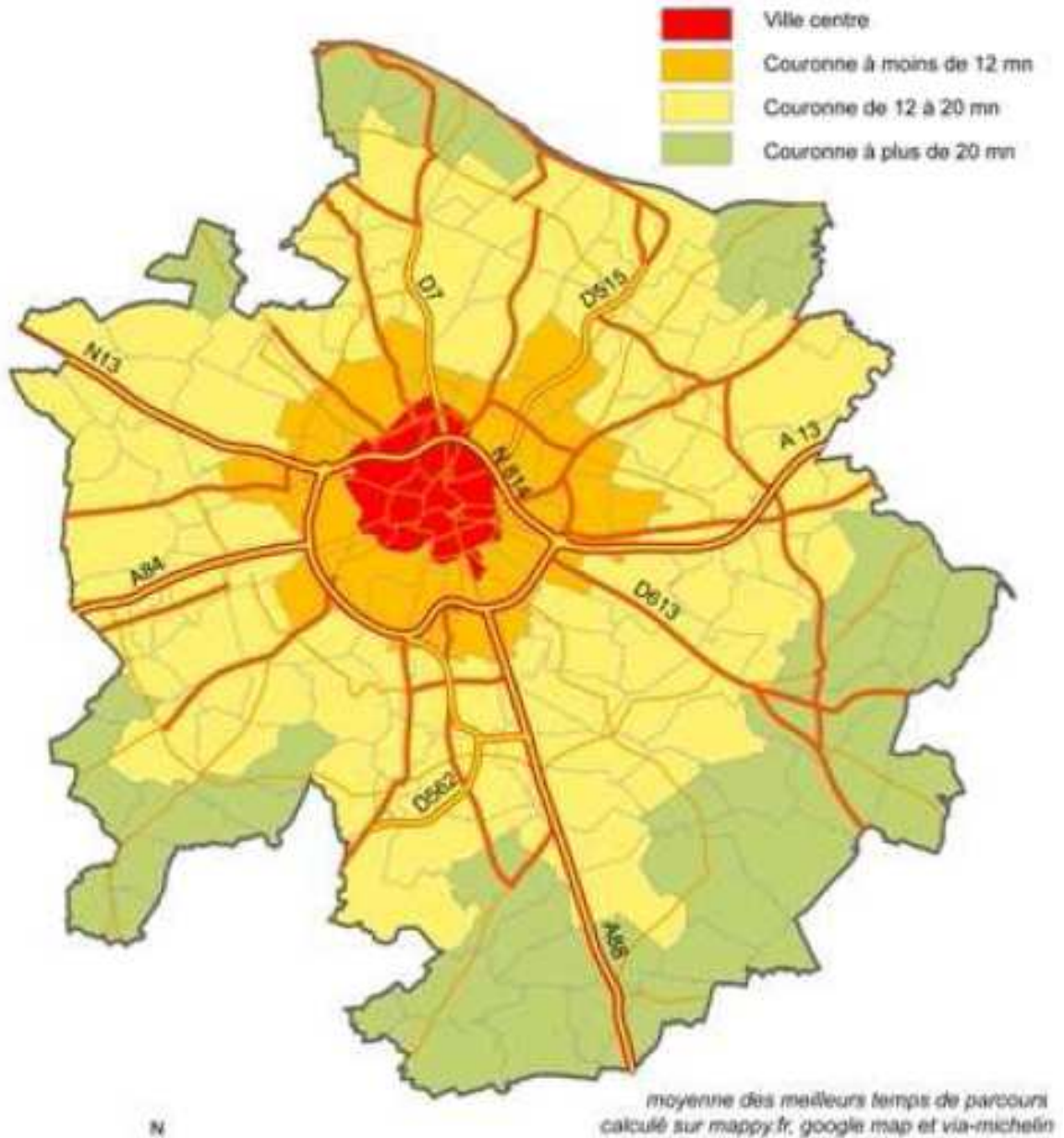
---

propres pratiques et à tenter d'explicitier les arbitrages du quotidien et les « accommodements » réalisés dans la pratique à l'égard des valeurs et normes défendues dans le principe.

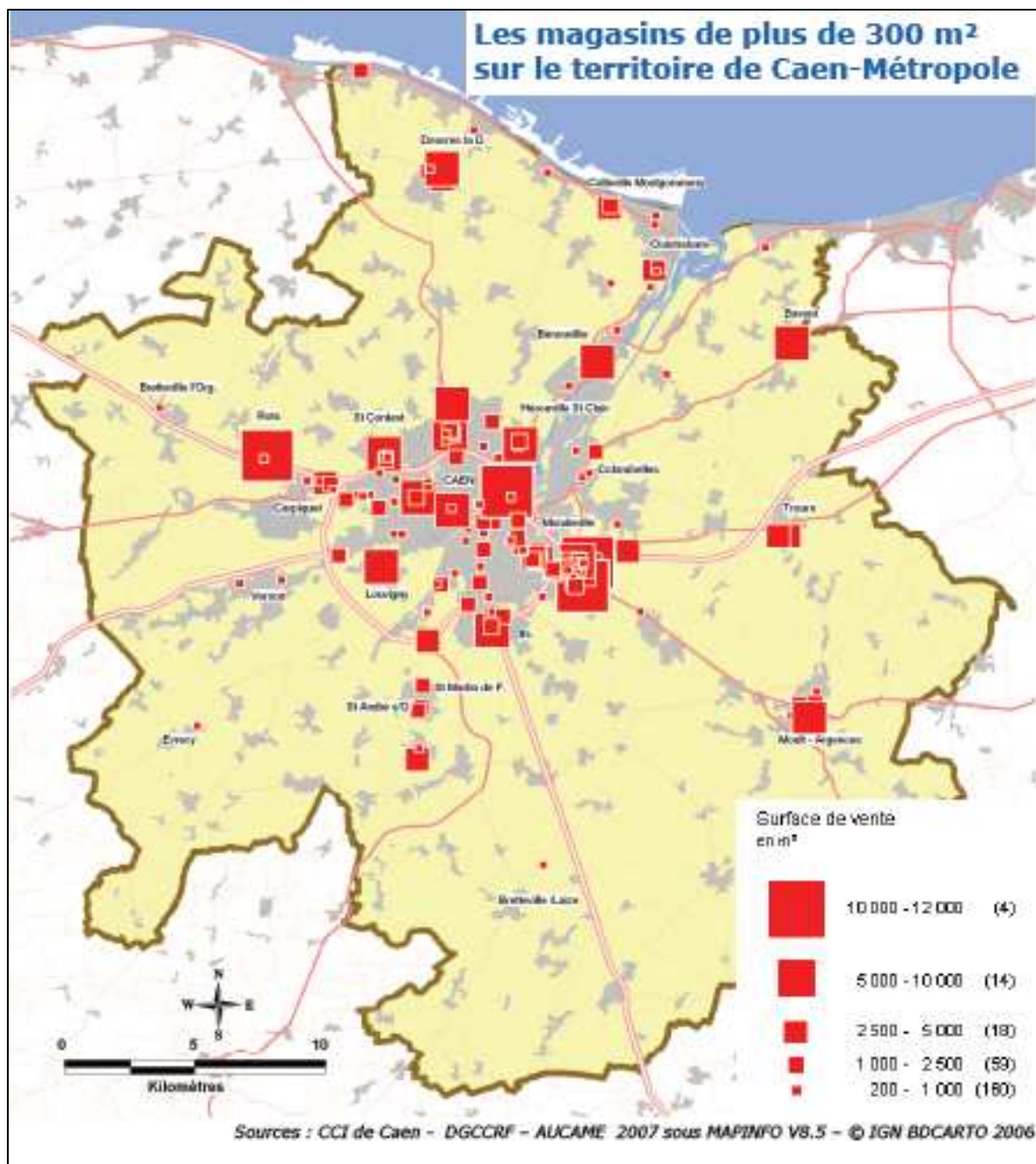


## Un réseau routier dense et performant

*temps théorique d'accès en centre-ville de Caen en voiture  
hors encombrement et recherche de stationnement*



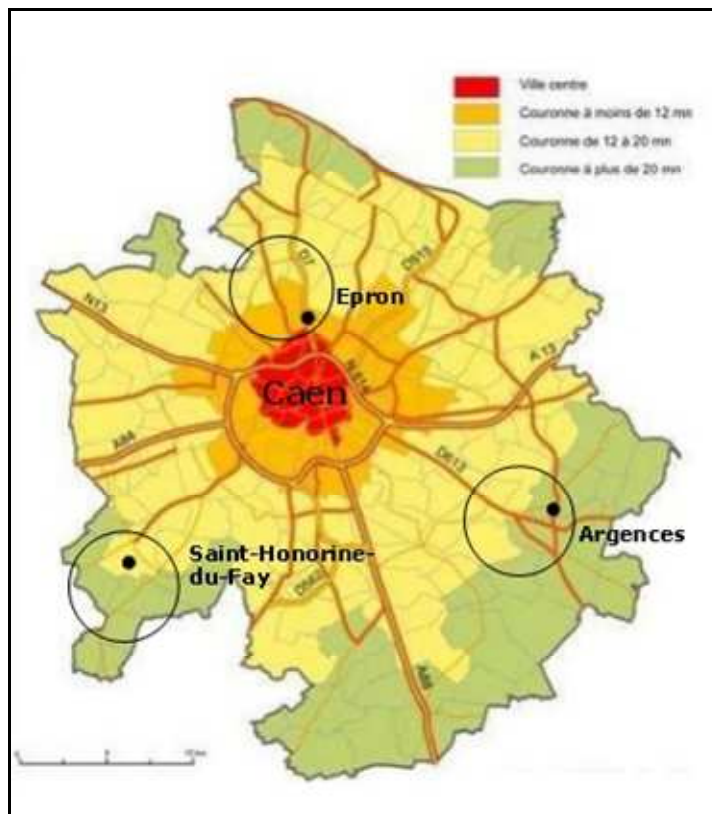
Surtout, l'évolution de la géographie du commerce amène à tenir compte, outre l'éloignement par rapport à la ville dense, de l'existence d'équipements commerciaux de taille importante, identifiés par l'AUCAME à partir des données de la CCI de Caen et de la DGCCRF.





Au final, nous avons retenu trois terrains d'enquête différenciés pour interroger les ménages périurbains dans le cadre des entretiens individuels.

### **Trois terrains d'enquête**



Temps théorique d'accès en centre-ville de Caen en voiture hors encombrement et recherche de stationnement (source : AUCAME)

Le premier terrain d'enquête d'Épron est constitué de plusieurs communes périurbaines situées au nord-est de Caen (Épron, Authie, Cambes, Saint Contest, ...), qui présentent un temps pour relier le centre ville de moins de 12 minutes et une proximité géographique avec plusieurs hypermarchés de la banlieue caennaise.

Le second territoire d'enquête est situé au sud-est de Caen. Constitué d'Argences et des communes environnantes, il requiert des déplacements automobiles de plus de 20 minutes pour relier le centre-ville caennais. On y note la présence de plusieurs magasins de plus de 300 m<sup>2</sup>.

Le troisième territoire d'enquête se situe au sud-ouest de la ville de Caen. Constitué des communes environnantes de celle de Saint-Honorine-du-Fay, il requiert des déplacements automobiles de 12 à 20 minutes pour relier le centre-ville. A quelques kilomètres, la commune d'Evrecy propose un tissu commercial de la faible importance : au supermarché identifié par l'AUCAME en 2007 s'est toutefois ajouté un hard-discount.

A l'intérieur de ces trois terrains d'enquête, le choix de l'échantillon fait varier les caractéristiques des ménages selon les critères classiques de l'activité, du niveau de revenus, du niveau de diplôme, de la taille et de la composition du ménage, de l'âge et de la position dans le cycle de vie, mais également selon des critères apparus pertinents compte tenu de notre problématique de travail, soit les critères du parcours résidentiel, de l'adoption de pratiques alimentaires bio, de l'état de santé, de la possession d'une voiture particulière. Nous avons porté une attention particulière aux ménages modestes, si ce n'est dans une

situation économique précaire, en nous appuyant sur les premiers entretiens réalisés dans les terrains de recrutement.

32 entretiens ont été réalisés auprès de ménages périurbains, qui correspondent soit à des entretiens individuels, l'homme ou la femme, soit, pour quelques cas, à des entretiens de couples, réunissant les deux conjoints. Ces entretiens ont été réalisés en face à face au domicile des périurbains. Ils se répartissent entre 12 entretiens sur le terrain d'enquête d'Argences, 11 sur celui d'Épron et 9 sur celui de Sainte-Honorine-du-Fay. Les recrutements ont été pour partie opérés par l'intermédiaire de personnes relais, avec lesquelles nous étions déjà en contact ; les autres, par une société privée de recrutement, en fonction de critères liés à la zone de résidence et aux caractéristiques sociodémographiques. L'équilibre numérique entre les trois terrains d'enquête n'est pas totalement respecté, en raison de difficultés liées au recrutement de certains profils sociodémographiques, mais également en fonction de l'affinement des hypothèses de travail et des besoins d'approfondissement apparus au fil de l'enquête de terrain (Voir la liste des entretiens individuels réalisés en annexe).

Pour les entretiens de groupe, nous avons choisi de mobiliser le réseau des AMAP, comme lieu potentiel d'adoption de pratiques nouvelles ou renouvelées dans la perspective de la ville durable. Des entretiens collectifs ont été menés auprès des membres de deux Associations pour le maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP), localisées hors des trois terrains d'enquête, ce qui permet d'enrichir l'analyse des configurations spatiales. Un dernier entretien collectif a été mené après de plusieurs membres d'une même famille élargie.

Enfin, sept entretiens individuels ont été menés auprès de commerçants ou d'offreurs : il s'agit de la responsable d'une petite épicerie de produits issus de l'agriculture biologique installé en territoire périurbain, de cinq productrices et producteurs commercialisant leurs produits en vente directe (pêcheurs et agriculteurs) et d'un producteur agricole travaillant avec le réseau des AMAP.

A l'issue des entretiens individuels et collectifs, nous avons procédé à leur analyse approfondie afin de restituer :

- la diversité des pratiques liées à l'approvisionnement alimentaires en milieu périurbain ;
- les éléments intervenant dans l'arbitrage lié aux mobilités d'approvisionnement ;
- les conditions d'apparition ou de développement des modes d'approvisionnement peu ou non dépendants de la voiture individuelle ;
- les territoires d'approvisionnement alimentaire, soit l'ensemble des lieux d'achat fréquentés, les plus significatifs.

Le plan du rapport de recherche s'articule en trois chapitres. Le premier chapitre s'intéresse aux pratiques d'approvisionnement qui supposent à la fois un achat et un déplacement physique du consommateur vers un magasin, et analyse les conditions d'émergence de pratiques limitant, si ce n'est supprimant, le recours à la voiture individuelle : le chaînage, le regroupement des courses, le recours à l'offre commerciale de proximité et, enfin, aux modes de déplacements autres que la voiture individuelle (transports en commun, marche, vélo, covoiturage...). Le second chapitre explore les pratiques d'approvisionnement associées à l'absence de déplacement, soit du produit (achat direct auprès du producteur), soit du consommateur (vente à distance et autoproduction). Enfin, le troisième chapitre a trait aux territoires d'approvisionnement alimentaire. Leur grande diversité peut être rapprochée de l'hétérogénéité des espaces résidentiels périurbains, mais également de la diversité des modes de vie périurbains.

# **CHAPITRE 1. LES COURSES LIEES A L'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE**

Avec 65% des déplacements réalisés en voiture individuelle, l'enquête nationale déplacements transports de 2008 confirme la prédominance de celle-ci dans les déplacements locaux. Comparé aux autres motifs de déplacement, l'usage de la voiture est privilégié dans les déplacements liés aux courses. Certes, le poids de la voiture s'avère encore plus fort pour les déplacements vers le travail (76% des déplacements), mais son usage dans les déplacements liés aux courses (68% pour les courses alimentaires et non alimentaires confondues) est plus fréquent que pour la moyenne des déplacements locaux (65%)<sup>14</sup>.

Ce premier chapitre a trait aux courses alimentaires au sens rappelé par le dictionnaire historique de la langue française, à savoir les déplacements effectués pour les achats alimentaires<sup>15</sup>. Il s'intéresse aux pratiques susceptibles de limiter, dans la perspective de la ville durable, l'importance des déplacements automobiles, et aborde successivement :

- la réduction du nombre de déplacements, avec le chaînage des déplacements et le regroupement des achats ;
- la réduction de l'étendue des déplacements, avec le recours à l'offre commerciale de proximité,
- la suppression de l'utilisation de la voiture individuelle enfin, avec le recours aux modes de déplacements doux, transports en commun, marche à pied, vélo ou covoiturage.

Pour chacune de ces pratiques, l'analyse propose :

- de s'interroger sur l'efficacité des pratiques « vertueuses » en termes de durabilité ;
- d'identifier les conditions d'apparition de ces pratiques, mais également les obstacles à leur diffusion dans les espaces périurbains.

---

<sup>14</sup> Source : SOeS, Insee, Inrets, enquête nationale transports 2008. Champ : déplacements locaux un jour de semaine ouvré des individus de 6 ans ou plus, résidant France métropolitaine.

<sup>15</sup> « Courses, n.f. de corse (1205), puis course (1553), est le féminin pluriel de cours, action de courir, de se déplacer, de voyager. Depuis 1690, il s'applique à un déplacement dans un but précis, spécialement aux allées et venues d'un commissionnaire, d'un garçon de courses. Il est courant dans le sens de déplacement pour certains achats, notamment dans « faire les courses, faire ses courses » et, par métonymie, désigne les achats que l'on rapporte », Le Robert, Dictionnaire historique de la langue française, cité par Martynne PERROT [2009], *Faire ses courses*, Paris, Stock.

## 1. LE CHAINAGE DES DEPLACEMENTS

---

### 1.1 « Ne pas sortir juste pour faire des courses »

Une première manière de réduire le nombre de kilomètres parcourus pour l'approvisionnement alimentaire consiste à chaîner plusieurs déplacements. Il est ainsi possible de profiter d'un déplacement, ayant à l'origine un autre motif que les courses, pour fréquenter un ou plusieurs commerces alimentaires. Il est envisageable, à l'inverse, de coupler une course alimentaire avec une autre activité, et ainsi de « *ne pas sortir juste pour faire des courses* ». Dans l'idée de « *profiter* », il y a celle d'un gain : le chaînage réduit le nombre de kilomètres parcourus et par là, le coût des déplacements automobiles, à savoir leur coût écologique, mais également, si ce n'est surtout pour les ménages périurbains, leurs coûts financier et temporel. Sylvain explique ainsi comment Béatrice, son épouse, évite un déplacement supplémentaire et gagne du temps lorsqu'à la sortie du laboratoire pharmaceutique dans lequel elle travaille, situé au nord de Caen, elle rejoint un hypermarché de la périphérie sud pour y faire ses courses, avant de rentrer à leur domicile à 12 kilomètres au sud-est de la ville.

*« Comme elle travaille à L., en fait, elle va à Leclerc. Elle sort du travail et elle va directement à Leclerc et puis voilà. Cela évite de faire 50 voyages pour faire des courses étant donné qu'il y a un Leclerc là-bas (...). En fait, elle rattrape le périphérique qui est 500 mètres plus loin que son travail, elle est tout de suite arrivée, il y en a pour 2 minutes », (Béatrice et Sylvain, n°4, terrain d'enquête d'Argences).*

Charlotte, femme au foyer, mère de 4 enfants, annonce organiser ses achats alimentaires en fonction de deux critères : le prix et la possibilité de chaîner ses courses avec d'autres déplacements. Lorsqu'elle quitte son domicile pour un déplacement automobile, Charlotte vérifie systématiquement si elle a besoin de faire un ou plusieurs achats alimentaires. Elle fréquente de façon occasionnelle, pour du dépannage, une supérette et un supermarché, situés dans la commune où ses deux derniers enfants sont inscrits à l'école et où sa mère réside. Une fois par semaine, après le dépôt des enfants à l'école et une visite à sa mère, elle se rend dans une autre commune située à une dizaine de kilomètres, pour « faire le plein » dans deux supermarchés dont un spécialisé dans le hard discount. Ses achats alimentaires dans des hypermarchés de la périphérie caennaise sont moins fréquents, mais toujours réalisés à l'occasion du dépôt de ses aînés au lycée ou chez des amis, ou encore lors d'achats anomaux, notamment vestimentaires, dans les galeries marchandes de ces hypermarchés. Charlotte mise sur le chaînage pour gagner du temps, réduire le nombre de déplacements automobiles auxquels elle est contrainte en raison de sa domiciliation dans une petite commune périurbaine sans équipement commercial. Mais elle minimise également grâce au chaînage l'aspect corvée des courses alimentaires. De fait, ces courses lui pèsent davantage durant les périodes de vacances scolaires où elles ne peuvent être couplées avec la conduite des enfants à l'école.

*« Il faut que les courses coïncident avec autre chose. Oui, j'aime mieux. [...] Parce que la route, quoi. Parce que prendre la voiture. Sortir d'ici, ce n'est pas rien. Savoir que je sors uniquement pour faire les courses, cela me soûle un peu (...). Ce n'est pas forcément un plaisir. C'est manger quoi ! Souvent quand je sors du supermarché, je me dis : 'mais qu'est-ce que c'est que cette idée qu'a l'être humain de manger ! Non, mais c'est vrai, on y passe un temps fou ! Acheter, faire à manger, oh là là !' (...). Là, pendant les vacances, c'est différent. Là, j'avoue, c'est la plaie, c'est la plaie...*

*Autant dans le rituel de l'année, ça ne me coûte pas, j'emmène les enfants à l'école et puis j'y vais... Mais là, je n'arrête pas de sortir faire des courses, je n'arrête pas... je n'ai pas arrêté !», (Charlotte et Thierry, n°27, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay).*

Le chaînage permet de limiter le nombre des déplacements automobiles. Mais cette réduction des déplacements n'est pas envisagée par tous de la même façon : des représentations diverses y sont associées. Certains périurbains soulignent l'éventualité d'un gain de temps, d'autres, d'une moindre fatigue, d'autres encore, la possibilité d'éviter de consommer de l'essence ou de ressortir la voiture du garage. La réduction du coût environnemental lié aux déplacements n'est en définitive que rarement explicitement notée comme un atout du chaînage. Seule Camille, membre d'une AMAP et consommatrice régulière de produits alimentaires « bio », le fait spontanément. Camille apprécie les produits vendus par Jonathan, un magasin coopératif biologique situé à la périphérie de Caen<sup>16</sup>, soit à une vingtaine de kilomètres de la commune où elle et son mari résident et exercent leur activité professionnelle. Comme d'autres consommateurs de produits « bios », elle profite de ses déplacements sur Caen à l'occasion d'un rendez-vous médical chez un spécialiste ou d'achats anomaux, pour fréquenter ce magasin. Elle est toutefois la seule à préciser qu'elle n'envisage pas d'y faire tout son ravitaillement alimentaire, en raison du coût environnemental du déplacement automobile pour s'y rendre : les autres mettent en avant les prix qui y sont pratiqués.

*« A l'occasion d'un déplacement sur Caen, je vais chez Jonathan. Je ne fais jamais un déplacement pour aller chez Jonathan, mais, par contre, si je suis sur Caen, je vais en profiter pour aller chez Jonathan. Et là, je vais en profiter pour prendre des produits en vrac, des fruits secs, des céréales, du tofu que je ne trouve nulle part ailleurs pour remplacer la viande...(...) Je ne pourrais pas faire du 100% Jonathan, car pour moi, ce n'est pas cohérent de faire 50 kilomètres pour remplir son panier : sur le plan écologique, le bilan ne serait pas bon. Je ne pense pas qu'à moi. J'achète des produits bio aussi dans des supermarchés plus proches... », (Camille, groupe AMAP n°1).*

Il est difficile d'apprécier précisément le gain environnemental réalisé grâce au chaînage. La possibilité de chaîner ses courses avec d'autres déplacements peut, en effet, se traduire par une grande dispersion spatiale des achats alimentaires, au gré de l'éclatement des lieux fréquentés. Lorsqu'il décrit le trajet de Béatrice à la sortie du travail pour se rendre à l'hypermarché, puis à leur domicile, Sylvain surestime le gain de temps et de kilomètres réalisé grâce au chaînage : un détour d'environ 8 kilomètres est en effet nécessaire. Surtout, Sylvain ne précise pas qu'à moins d'un kilomètre de l'entreprise où Béatrice travaille, se situe un autre hypermarché. De fait, le chaînage de Béatrice se comprend par la diversité de l'offre et les prix attractifs de l'hypermarché choisi, en comparaison avec les grandes surfaces proches du domicile, mais également par la préférence du couple pour une enseigne particulière. Annie et Michel illustrent eux-aussi la possibilité d'approvisionnement « lointain » associé à du chaînage. Fréquentant tous les dimanches matins une église caennaise dont ils apprécient le cérémonial, ils en « profitent » pour aller régulièrement au marché dans le centre ville, mais également pour se ravitailler dans « une bonne boulangerie » découverte par hasard. Les gains associés à ce dernier chaînage sont tout relatifs : l'achat de pain suppose en effet un détour de plusieurs kilomètres sur le chemin du retour vers le domicile, certes parcourus en quelques minutes, compte tenu de la faible densité du trafic automobile à ce moment du week-end.

---

<sup>16</sup> Ce magasin sera évoqué à plusieurs reprises. Situé dans la périphérie nord de Caen, sur la commune d'Hérouville-Saint-Clair, il s'agit d'une grande surface de plus de 450 m<sup>2</sup> proposant des produits issus de l'agriculture biologique appartenant au réseau Biocoop.

## 1.2 Au gré des opportunités

Le chaînage peut être décidé au dernier moment, en fonction de la circulation automobile et du temps disponible, de l'envie de cuisiner un plat particulier ou encore d'un appel téléphonique en provenance de la maison. Il peut aussi être programmé à l'avance, si ce n'est organisé de façon régulière. La nature des activités chaînées avec l'approvisionnement alimentaire est diverse. Une première figure concerne le chaînage de courses alimentaires et de courses non alimentaires. Annie fréquente très régulièrement deux supermarchés situés au Nord Ouest de Caen, près de son domicile. Toutefois, le samedi précédent notre rencontre, elle a fait des courses alimentaires dans un hypermarché plus éloigné. Elle l'apprécie peu en raison de sa grande taille qui occasionne un allongement du temps des courses et un surcroît de fatigue. Elle le fréquente néanmoins plusieurs fois par an lorsqu'elle fait des courses anormales, notamment vestimentaires, dans sa galerie marchande.

*« On est allé à Mondeville 2 parce que je voulais en même temps aller dans la galerie. Il y a un magasin que j'aime bien là bas, donc, en même temps... Il fait beau, j'avais envie de m'acheter un peu d'affaires d'été ... Sinon, on aurait été au plus près, ici. Là, on avait besoin... Mais sinon j'évite, parce que je n'aime pas trop ce magasin... C'est trop grand et puis, je ne le connais pas alors je perds du temps. Il n'y a rien de plus agaçant que cet immense magasin où on cherche le pain, ah non, c'est de l'autre côté, ah, on a oublié... En fait, on fait 5-6 fois les allées, c'est épuisant... »*  
(Annie et Michel, n°13, terrain d'enquête d'Épron).

Outre l'approvisionnement en produits anormaux, le travail, la conduite des enfants à l'école, les rendez-vous médicaux, la sociabilité, les loisirs... constituent autant d'occasions de déplacements susceptibles d'être utilisées pour fréquenter un commerce alimentaire. Dans l'aire urbaine caennaise, la proximité du littoral favorise l'achat de poissons ou de crustacés, combiné à une promenade dans un port. On ne sait plus au final si l'envie d'une ballade au bord de la mer suscite l'achat de poissons ou si, à l'inverse, le désir d'acheter du poisson frais à un coût limité, induit l'organisation d'une promenade. Justine profite ainsi de chaque visite de ses parents, pour aller acheter du poisson sur la côte tout en se promenant avec eux.

*« Je vais faire 25 kilomètres pour aller, je sais qu'il y a du bon poisson à Courseulles. Je n'irais pas toute seule faire 25 kilomètres pour acheter du poisson, c'est aussi une balade, c'est... parce que tant qu'à faire 25 kilomètres, j'exagère, 15 kilomètres, tant qu'à faire, autant qu'on en profite pour aller se promener aussi. On va se promener un petit peu, et puis, on achète le poisson »,* (Justine et Guillaume, n°22, terrain d'enquête d'Épron).

Au quotidien, le travail pour les personnes actives et les conduites liées aux jeunes enfants apparaissent comme des occasions privilégiées de chaînage avec les courses alimentaires. En cela, les périurbains rejoignent les consommateurs des petites villes françaises, au sujet desquels Milhan Chaze souligne que « l'insertion de l'acte d'achat dans les déplacements quotidiens varie selon les types d'individus, particulièrement en fonction de la contrainte que constituent les emplois du temps professionnels et scolaires, ou, tout du moins, leur absence », tout en notant que « les parcours de chaque individu restent uniques, dépendant des emplois du temps de chacun »<sup>17</sup>. Les activités chaînées varient selon les modalités d'insertion professionnelle, la composition du ménage, la position dans le cycle de vie..., et le chaînage se trouve étroitement mêlé au mode de vie : il est le révélateur des espaces fréquentés et des réseaux sociaux

---

<sup>17</sup> Milhan CHAZE [2010], « Du groupement des déplacements aux parcours quotidiens : la pérégrination du consommateur dans les petites villes françaises », in Yves BOQUET, René-Paul DESSE (sous la direction de), *Commerce et mobilités*, Dijon, Editions Universitaires de Dijon, pp. 9-20.

constitués. Pour ses achats dans la grande distribution, Marie-Ange considère ainsi ne pas avoir de magasin attitré. Elle fréquente de façon régulière un supermarché situé à 6 kilomètres de son domicile, mais est amenée à faire ses courses dans d'autres grandes surfaces : un hypermarché à 12 kilomètres dont son mari apprécie le rayon consacré aux livres et à l'informatique ; deux autres, plus éloignés, mais à proximité du domicile de sa belle-mère ; enfin, depuis deux mois, deux autres grandes surfaces localisées à proximité de l'hôpital où séjourne sa mère au moment de notre entretien.

Les avantages, réels ou supposés, liés au chaînage des déplacements expliquent pour partie la complexité apparente de certains territoires d'approvisionnement alimentaire, mais également leur évolution au fil du temps. Un changement de lieu de travail, l'inscription des enfants dans une nouvelle école, un déménagement ou un départ en retraite, sont autant d'éléments qui modifient les trajets quotidiens ou hebdomadaires et amènent à découvrir de nouveaux commerces alimentaires, qui se substituent en partie ou en totalité à ceux fréquentés jusqu'ici. Annie a pendant des années pratiqué deux grandes surfaces caennaises. Secrétaire dans une collectivité territoriale dont les locaux se situent dans le centre ville, elle se rendait fréquemment à Monoprix durant sa pause de déjeuner, mais également dans un centre Leclerc le samedi matin après avoir déposé ses deux aînés au collège. Aujourd'hui, elle est assistante maternelle à domicile tandis que ses plus jeunes enfants encore présents à domicile sont scolarisés à l'école primaire du village : elle ne fréquente plus aucune grande surface du centre ville caennais.

#### **Les occasions de chaînage**

← Quotidien	Occasionnel →
◦ Le travail	◦ Les courses non alimentaires
◦ La conduite des jeunes enfants (établissements scolaires, activités extrascolaires)	◦ Les rendez-vous médicaux ◦ La sociabilité dont la sociabilité familiale ◦ Les loisirs

Source : CRÉDOC 2011

### **1.3 Les obstacles au chaînage**

Les obligations quotidiennes de déplacement, liées en particulier à l'activité professionnelle et/ou à la conduite des enfants, favorisent le chaînage. Celui-ci apparaît d'autant plus pratiqué que le lieu de résidence est excentré par rapport à l'offre commerciale, élevant le « coût » en temps, en fatigue, en consommation de carburant, des déplacements liés à l'approvisionnement alimentaire. Plus dépendants de l'automobile que les habitants de la ville dense, les périurbains, notamment dans le périurbain éloigné et/ou excentré par rapport aux commerces alimentaires, ont un intérêt pratique au chaînage. Comparé aux deux autres terrains d'enquête, celui d'Épron, notamment dans les communes les plus proches de la périphérie caennaise, semble à l'inverse, peu propice au chaînage : le temps nécessaire pour rejoindre un hypermarché atteint tout au plus une dizaine de minutes. D'autres éléments défavorables au chaînage peuvent être identifiés qui constituent autant de limites au développement de cette pratique par les périurbains : les conditions de travail, la répartition des tâches domestiques entre les conjoints, mais également la présence de jeunes enfants dont les obligations de conduite ont pourtant été définies précédemment comme propices au chaînage.



### **1.3.1 Les conditions de travail**

Une recherche précédente, sur les possibilités de développer les modes alternatifs à la voiture individuelle dans les trajets domicile-travail, a pointé l'importance du chaînage dans la gestion quotidienne du temps des femmes actives : l'abandon de la voiture individuelle au profit des transports collectifs leur semble impossible compte tenu de la nécessité pour elles de faire des courses après le travail<sup>18</sup>. Cette nouvelle recherche montre que la possibilité de chaîner les déplacements liés à l'activité professionnelle et aux courses alimentaires doit toutefois être relativisée. Plusieurs femmes interrogées mettent en effet en avant la spécificité de leurs conditions de travail pour justifier une faible pratique du chaînage.

Ouvrière dans un laboratoire pharmaceutique, Béatrice ne peut enchaîner le travail et les courses alimentaires que les semaines où elle est de l'équipe du matin et sort à 13h30 : cela lui est impossible lorsqu'elle travaille l'après-midi et ne quitte son travail qu'à 21h30 (Béatrice et Sylvain, n°4, terrain d'enquête d'Argences). Céline, vendeuse dans un magasin de vêtements situé dans la galerie marchande d'un hypermarché, n'envisage pas d'y faire ses courses alimentaires. Elle souhaite profiter de sa pause du midi pour se reposer et cherche le soir à fuir « *la foule qu'il y a déjà toute la journée* » dans le magasin où elle travaille (Céline et Kévin, n°6, terrain d'enquête d'Argences). Virginie travaille pour sa part pour une entreprise de l'agro-alimentaire qui prépare des plats cuisinés destinés à la restauration collective. Ses journées débutent à 7 h 30 le matin pour s'achever entre 17 et 19 heures. Malgré la proximité de plusieurs grandes surfaces, la pénibilité de ses conditions de travail dans un local réfrigéré exclut qu'elle fasse des courses lorsqu'elle quitte son entreprise.

*« Non, j'ai trop hâte quand je sors du travail... En plus, comme je travaille dans le froid, quand on sort, on n'a pas la même température que les gens qui ont été dehors... On est rouge comme des tomates, on a des bouffées de chaleur et tout, et franchement... J'ai envie de rentrer, oui,... », (Virginie et Alain, n°2, terrain d'enquête Agences).*

### **1.3.2 La répartition des tâches domestiques**

Malgré l'entrée massive des femmes sur le marché du travail à partir des années 1960, la répartition du travail domestique demeure inégale au sein des couples. Certes, plusieurs éléments favorisent une plus grande égalité. Une insertion professionnelle à temps plein, un niveau de rémunération supérieur à celui du conjoint renforcent le pouvoir de négociation de la femme et facilitent la contribution masculine. Mais l'inégalité reste la norme et tend à s'accroître avec la présence d'enfants, notamment en bas âge, en particulier lorsque les femmes réduisent leur activité professionnelle ou s'éloignent du marché du travail.

Outre l'inégalité, la spécialisation marque la division sexuelle du travail domestique. Le « noyau dur » des tâches domestiques, rassemblant la cuisine, la vaisselle, le ménage et le linge, reste très prioritairement l'affaire des femmes. A l'inverse, le bricolage et le jardinage sont l'apanage des hommes avec un taux de participation et une durée moyenne de l'activité supérieurs aux femmes. De fait, les courses appartiennent à une troisième catégorie de tâches, qui peuvent être définies comme « intermédiaires » ou « négociables ». L'enquête Emploi du Temps de l'INSEE de 1998-1999 montre ainsi que dans les couples dont les deux conjoints sont salariés, au cours de la journée d'enquête, 31% des hommes ont participé aux courses contre 44% des femmes. L'écart est bien plus accentué pour la cuisine et la vaisselle, avec un taux

---

18 Philippe MOATI, Isabelle VAN DE WALLE [2002], *Mobilités et territoires urbains...*, op. cit.

de participation de 50% pour les hommes, mais de 90% pour les femmes<sup>19</sup>. L'enquête « Etude des relations familiales et intergénérationnelles » (ERFI) réalisée par l'INSED et l'INSEE présente l'intérêt d'être plus récente et de distinguer les seules courses alimentaires. Elle confirme le caractère intermédiaire des courses, *a contrario* de l'entretien du linge et de la préparation des repas pris en charge très prioritairement par les femmes, mais également des gros travaux d'entretien, du jardinage et du bricolage qui reviennent aux hommes. En 2008, la femme s'occupe « toujours » des courses alimentaires dans 32% des couples interrogés, contre 66% pour le repassage et 39% pour la préparation des repas<sup>20</sup>.

Tâche domestique plus négociable que d'autres au sein du couple, les courses alimentaires restent néanmoins prioritairement du ressort des femmes. L'enquête Comportements Alimentaires du CRÉDOC montre que la part des hommes ne faisant jamais les courses diminue : elle est de 31% en 1998 contre 44% en 1988. « Toutefois, cette aide garde en réalité un aspect occasionnel. La participation régulière, en effet, est plus contraignante, elle apporte moins de plaisir, et de fait reste majoritairement dominée par les femmes : [en 1998] 38% des hommes en couple font les courses au moins une fois par semaine, contre 88% des femmes »<sup>21</sup>. L'enquête « Etude des relations familiales et intergénérationnelles » aboutit à un constat similaire. Ainsi en 2008, les courses sont prises en charge :

- toujours ou le plus souvent par la femme dans plus de la moitié des couples (56%) ;
- autant par l'un ou l'autre des conjoints dans un tiers des couples (32%) ;
- toujours ou le plus souvent par l'homme dans seulement un couple sur dix (11%).

Modulant la prise en charge masculine des courses alimentaires, Martyne Perrot ajoute que « la gestion du stock, l'inventaire des besoins et le rangement des articles demeurent une affaire féminine. En outre, quand les hommes sortent seuls faire les courses, ils ont très souvent dans leur poche une liste rédigée par leur femme »<sup>22</sup>.

Au sein des couples périurbains, les modalités de partage des courses alimentaires entre conjoints ont des effets en matière de déplacements et, notamment, de chaînage. Respectant les grandes régularités statistiques, peu d'hommes de notre population d'enquête prennent en charge l'essentiel des courses alimentaires en dehors des hommes retraités et/ou qui vivent seuls. C'est toutefois le cas dans le couple formé par Jean-Pascal et Armelle. Aimant faire la cuisine dans les occasions festives, mais également au quotidien, Jean-Pascal prend volontiers en charge la préparation des repas. La réalisation des courses, le soir après son travail ou le samedi, lui permet de « contrôler » la qualité des produits achetés, leur disponibilité en fonction de ses envies culinaires, mais également d'en éviter la charge à sa compagne qui assure la sortie de l'école de leurs deux filles à son retour du travail, puis leur garde jusqu'au coucher (Armelle et Jean-Pascal, n°20, terrain d'enquête d'Épron).

---

<sup>19</sup> Ce qui signifie que 31% des hommes ont passé au moins 10 minutes à faire les courses au cours de la journée enquêtée. Voir Sophie PONTHEUX, Amandine SCHREIBER [2007], « Dans les couples de salariés, la répartition du travail domestique reste inégale », *in* INSEE, *Données Sociales. Edition 2006*, pp. 43-51.

<sup>20</sup> Couples âgés de 20 à 49 ans en 2005. Voir Arnaud REGNIER-LOILIER, Céline HIRON [2010], « Evolution de la répartition des tâches domestiques après l'arrivée d'un enfant », *Politiques sociales et familiales*, n°99, pp. 5-25.

<sup>21</sup> Anne-Delphine BROUSSEAU, Jean-Luc VOLATIER [1999], « Femmes : une consommation plus prudente et plus citoyenne », *in* CRÉDOC, *Consommation et modes de vie*, n°137.

<sup>22</sup> Martyne PERROT [2009], *Faire ses courses*, *op. cit.*, p. 71.

Dans d'autres couples, la rigidité de la division sexuelle du travail et l'assignation privilégiée des femmes au domestique limitent les possibilités de chaînage avec les déplacements domicile-travail de l'homme. Thierry se rend deux fois par jour en voiture à Caen pour rejoindre son travail : il rentre en effet déjeuner le midi à domicile. Toutefois, ses nombreux déplacements domicile-travail ne sont jamais l'occasion de courses alimentaires. Sa femme Charlotte qui n'exerce aucune activité professionnelle, assume seule l'ensemble des achats (Thierry et Charlotte, n°27, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay). De même, le mari de Marie-Christine ne fréquente jamais le magasin coopératif biologique situé à moins de 3 kilomètres de son entreprise, mais à une vingtaine de leur domicile. Le renouvellement du stock de produits bio attend l'occasion d'un déplacement de sa femme sur Caen (Raoul et Marie-Christine, groupe AMAP n°1).

Lorsque les deux conjoints font ensemble les courses, notamment dans une grande surface, ils quittent ensemble le domicile : ils ne se rejoignent pas au supermarché, quitte à ce que l'homme rejoigne le domicile après son travail, pour le quitter aussitôt après son retour. Marie-Ange et Jean-Claude ont quatre enfants et, outre son activité professionnelle de cadre, Jean-Claude est investi dans plusieurs activités associatives et politiques : les époux ont peu de temps libre en commun, sans les enfants, et les déplacements liés aux courses sont décrits comme un des rares temps d'échange pour les conjoints.

*« On a deux voitures, mais il est revenu me chercher... Le fait de faire la route, sur le trajet, c'est aussi un moment pour nous d'échanger. En général, maintenant, notre petite dernière ne capte pas tout encore, mais on va dire, cela permet de discuter de la journée, de comment, s'il y a eu un problème, comment il a été géré, éventuellement quel coup de fil important il y a eu, quelle a été la réponse. Cela permet de faire un point rapide, sur le temps de trajet », (Marie-Ange et Jean-Claude, n°3, terrain d'enquête d'Argences).*

### **1.3.3 La présence de jeunes enfants**

Outre la fatigue liée à l'activité professionnelle dans des conditions de travail plus ou moins pénibles, la nécessité d'aller chercher de jeunes enfants chez leur nourrice ou à la sortie de l'école impose des contraintes horaires spécifiques : le parent actif n'a pas forcément le temps de faire des courses avant de les prendre. Une fois les enfants avec lui, la visite d'un commerce alimentaire paraît souvent exclue. La fréquentation de la boulangerie déroge à cette règle : de courte durée, l'achat du pain peut être fait dans la commune de résidence, les enfants avec le parent ou seuls quelques minutes dans la voiture. Par contre, la présence d'enfants paraît difficilement compatible avec la visite d'une grande surface alimentaire en fin de journée, compte tenu de la fatigue accumulée et de la disponibilité mentale nécessaire à la réalisation de « grandes courses ». En tous cas, certaines mères refusent de superposer les activités de prise en charge des enfants et de courses alimentaires. Ce refus se traduit par un report des courses sur le conjoint, ou plus souvent par leur report dans le temps.

Armelle n'envisage pas de faire un supermarché avec ses deux filles de trois et cinq ans, après l'école. La sortie des deux enfants de la voiture nécessite à elle seule cinq à dix minutes le temps de décrocher les sièges de sécurité, idem pour le retour dans la voiture : Armelle préfère rentrer directement à la maison et confier à son compagnon les achats de dépannage (Armelle et Jean-Pascale, n°20, terrain d'enquête d'Épron). Dans sa famille recomposée avec quatre enfants âgés de 5 à 12 ans, Hélène essaie de regrouper ses courses à l'hypermarché une fois tous les 10 ou 15 jours, et y passe une heure 30. Elle y va seule ou avec son mari, mais choisit les moments où elle n'a pas d'enfants avec elle ou à la limite un seul, par exemple le week-end où ses enfants sont chez leur père. Le seul achat chaîné est celui du pain le soir après son travail et la sortie de l'école, chez le boulanger du village (Hélène et Jérôme, n°14, terrain d'enquête d'Épron). Les jours d'école, Marie-Ange qui n'a pourtant pas d'activité professionnelle, préfère ne pas fréquenter d'hypermarché. Elle craint de ne pas pouvoir maîtriser ses horaires en cas d'affluence aux caisses

et sait qu'elle devra retourner à la maison pour décharger ses achats avant de prendre les enfants afin que les produits frais ne se détériorent pas.

Au final, les contraintes liées à la présence de jeunes enfants peuvent comme celles liées à l'activité professionnelle apparaître tout à la fois favorables et défavorables au chaînage des courses alimentaires.

**Éléments favorables et défavorables au chaînage**

← Défavorables	Favorables →
◦ Résidence en périurbain proche et/ou à proximité d'une offre commerciale	◦ Résidence en périurbain éloigné et/ou excentrée par rapport à l'offre commerciale
◦ Horaires atypiques	◦ Activité professionnelle hors du domicile
◦ « Pénibilité » des conditions de travail	
◦ Présence d'enfants	◦ Conduites des enfants
◦ Rigidité de la division du travail domestique	
◦ Produits frais et, surtout, surgelés	◦ Pain et « achats rapides »
◦ Grande distribution	◦ Boulangerie

Source : CRÉDOC 2011

## 2. LE REGROUPEMENT DES ACHATS

---

### 2.1 « Le plein une fois par mois »

Une seconde façon de limiter les déplacements automobiles liés aux courses alimentaires est de regrouper les achats. La notion de regroupement doit toutefois être précisée : elle est plus complexe qu'il n'y paraît au premier abord. Le regroupement peut en effet être temporel et/ou spatial : les ménages périurbains mettent en place des figures de regroupement diverses avec leurs effets spécifiques en matière de déplacements.

Dans un premier cas de figure, le regroupement suppose une simple unité de temps et ne se traduit pas forcément par une réduction des distances parcourues. Virginie, ouvrière dans l'agroalimentaire, connaît des conditions de travail dans le froid qui l'empêchent de chaîner ses courses avec ses déplacements domicile-travail. Parce qu'elle envisage ses achats alimentaires comme « *une corvée* » et n'aime pas les magasins, elle préfère regrouper l'essentiel de ses courses une seule fois par semaine, le samedi matin entre 9 et 11 heures. Elle va au plus vite, se rend directement dans les rayons où des achats sont nécessaires, mais fréquente toutefois plusieurs commerces : un supermarché, un magasin hard-discount et un poissonnier ambulant, situés à moins de cinq kilomètres de son domicile, auxquels s'ajoute occasionnellement un supermarché plus éloigné, lorsque sa voisine lui recommande des promotions particulièrement intéressantes.

Dans un second modèle, le regroupement des achats est lié à la fréquentation d'un lieu unique, mais à des intervalles fréquents, d'où des déplacements en nombre. Philippe partage ainsi ses courses entre un supermarché et un hard-discount situés à quelques kilomètres de son domicile, mais distant de moins de 500 mètres l'un de l'autre. Toutefois, il s'y rend au minimum trois fois par semaine.

Enfin, dans un troisième cas de figure, le regroupement des courses est à la fois temporel et spatial et apparaît économe en termes de déplacement. Les personnes retraitées et/ou âgées, notamment lorsqu'elles vivent seules, voient dans les courses la possibilité de sortir de leur domicile, de « *passer le temps* », et d'avoir des échanges sociaux. Ainsi, aujourd'hui retraité, Louis, tout en précisant qu'il adore faire la cuisine et les courses et qu'il n'a « *désormais que cela à faire* », nous explique qu'il fait ses courses au moins un jour sur deux. *A contrario*, Lucie, 80 ans, regroupe ses courses alimentaires une fois tous les dix jours dans un supermarché, à l'exception du pain qu'elle achète deux fois par semaine dans la boulangerie de sa commune. Pragmatique, elle souligne les avantages cumulés du regroupement, - gain de temps, moindre pollution, économie financière -, tout en soulignant, contrairement à Louis précédemment, combien elle associe peu son approvisionnement alimentaire à l'idée de plaisir.

*« Moins on se déplace, mieux c'est. Autant regrouper les courses le plus possible, plutôt que faire des allers-retours qui font perdre du temps, qui polluent l'atmosphère et qui coûtent de l'essence... (...) Une fois tous les dix jours, ça me suffit. Je ne suis pas une passionnée des courses. C'est une obligation, une obligation à laquelle je dois me plier », (Lucie, n°29, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay).*

L'enquête a permis de rencontrer plusieurs ménages périurbains qui s'efforcent de regrouper leurs achats pour ne fréquenter une grande surface qu'une fois par semaine. Céline et Kevin (n°6, terrain d'enquête d'Argences) font figure d'idéal-type en matière de regroupement des achats : au début de notre entretien, Céline déclare faire ses courses une fois toutes les six semaines et, au plus, une fois par mois. Elle et son mari se rendent alors ensemble à un hypermarché situé dans la banlieue caennaise, à une vingtaine de

kilomètres de leur domicile. Ils y vont en voiture de préférence le samedi matin afin que les rayons soient au mieux approvisionnés et proposent des produits frais, notamment laitiers, dont la date de péremption est la plus tardive possible. Ils profitent de ce déplacement pour fréquenter une boucherie à deux kilomètres de là : ils y achètent leur viande pour la même durée d'un mois à un mois et demi, qu'ils stockent dans leur congélateur.

Un tel regroupement des courses alimentaires surprend comparé aux pratiques d'approvisionnement d'autres ménages périurbains qui multiplient les lieux et les moments d'achats. Il s'articule avec un mode de consommation et des pratiques culinaires particulières. Céline et Kévin ne mangent pas de fruits dont la consommation nécessiterait une plus grande fréquence des achats. Leurs achats de légumes se limitent aux seules conserves qu'ils stockent, tandis que leur congélateur accueille, outre la viande, des entrées et des plats tout préparés. De même qu'elle n'aime pas faire les courses -« *l'attente aux caisses, tout ça, pour nous, c'est plus une corvée, quoi* »-, Céline apprécie peu de faire la cuisine et la préparation des repas familiaux est présentée comme peu élaborée. Les trois jours par semaine où elle finit sa journée de travail après 20 heures, Kévin est chargé de préparer le repas, en l'occurrence le réchauffage de plats préparés surgelés. Une cohérence apparaît ainsi entre les représentations liées à la cuisine et aux courses (une « *corvée* »), les pratiques d'approvisionnement (regroupement des courses à un moment où les deux conjoints sont disponibles et les rayons du supermarché au mieux approvisionnés) et d'alimentation (consommation réduite en fruits et légumes frais) et, plus largement, les contraintes quotidiennes (horaires atypiques de Céline, absence d'enfant). Céline pense d'ailleurs qu'une telle organisation sera prochainement remise en cause avec la venue d'un premier enfant : elle prévoit que le rythme des courses sera ramené à une fois tous les quinze jours en raison d'un besoin accru de produits frais associé à cette naissance.

Peu dépensières en termes de déplacements automobiles, de telles pratiques d'approvisionnement alimentaire n'ont pas forcément une bonne performance énergétique au final. Un bilan carbone serait en tout cas nécessaire pour statuer sur le coût d'un tel modèle : il ne saurait être réduit aux seuls déplacements automobiles. La consommation énergétique liée à l'usage du congélateur, mais également à la préparation industrielle des plats surgelés, doit être appréciée, tout comme doit être intégrée la question des déchets (boîtes de conserve, emballages...). Surtout, l'appréciation de la durabilité d'un modèle d'approvisionnement alimentaire ne peut se limiter à la seule dimension environnementale. L'idée de développement durable et, par suite, de ville durable, intègre également les dimensions sociale et économique, et notamment la question liée au développement des territoires et à l'économie locale<sup>23</sup>. Or le modèle d'approvisionnement mis en œuvre par Céline et Kévin entretient semble-t-il particulièrement peu de liens avec le territoire et, en particulier, l'agriculture locale, si ce n'est peut-être par le biais des achats en viande.

## 2.2 Gestion des stocks et risque de gâchis

Les exigences de la vie quotidienne peuvent vite transformer le plaisir des courses en une douce tyrannie et plus d'un consommateur est tenté de regrouper la corvée des courses. « Que l'approvisionnement dans l'hypermarché soit la sortie de fin de semaine ne signifie aucunement qu'il soit devenu un loisir comme il est parfois sous-entendu. Le spectacle de la marchandise, celui de son abondance, la liberté de choisir donc de contrôler les dépenses ne suffisent pas, en effet, à transformer les courses en divertissement, d'autant plus

---

<sup>23</sup> La Charte de Leipzig de mai 2007 sur la ville européenne durable retient ainsi comme priorité le « renforcement de l'économie locale et de la politique locale de marché du travail ».

qu'une partie de plus en plus importante du travail d'information, de manutention, d'emballage est à la charge du client des grandes surfaces »<sup>24</sup>.

Le regroupement des courses alimentaires nécessite l'acquisition de savoir-faire qui interviennent à la fois sur le lieu des courses et au domicile. Le regroupement exige une identification précise de l'état des stocks domestiques et une prévision des besoins sur une durée plus ou moins longue. L'établissement préalable d'une liste paraît ainsi souvent conditionner la possibilité du regroupement. Justine et Guillaume font normalement leurs courses une fois par semaine. Toutefois, en l'absence d'une liste, cette fréquence est nettement raccourcie.

*« Si on a décidé de faire des courses et qu'on n'a pas de liste, on n'a rien prévu, on a été sur un coup de tête, parce qu'on avait du temps et c'est vrai que là, ça peut arriver qu'on retourne le lendemain ou le surlendemain ! », (Justine et Guillaume, n°22, terrain d'enquête d'Épron).*

Cette première étape accomplie, une seconde lui succède : les courses proprement dites qui, regroupées, nécessite la fréquentation d'une grande surface bien achalandée et dans le cas d'une famille avec enfants, la présence des deux conjoints. Si les courses en grande surface se font souvent en couple, sur place, les conjoints ne font pas forcément les courses ensemble. Certains se les partagent. La liste est répartie en fonction des rayons à investir, si ce n'est d'une répartition sexuée des produits à acheter, avec notamment l'achat des boissons, en particulier alcoolisées, par les hommes. Dans d'autres couples, respectant une division très sexuée des tâches domestiques, la femme assume les courses alimentaires tandis que l'homme se consacre à des activités plus masculines et/ou plus ludiques avec des visites aux rayons livres et musique, informatique, bricolage ou jardinage. Comme l'explique Annie, *« généralement, on se sépare dès l'entrée ! » (Annie et Michel, n°13, territoire d'enquête d'Épron)*. Toutefois, la présence des deux conjoints est nécessaire. *« Dès que le caddie est trop chargé, l'homme apparaît comme le porteur et souvent comme le chauffeur. Sortir les packs de bouteilles, transvaser les paquets de lessive ou les boîtes de conserve, les ranger dans la malle arrière de la voiture pendant que la femme rapporte le Caddie et récupère le jeton ou l'euro est une activité relativement stéréotypée du point de vue de la répartition des rôles »*<sup>25</sup>.

Une fois de retour au domicile, le rangement et l'organisation des stocks alimentaires correspondent à la troisième étape du regroupement. L'habitat en maison individuelle favorise l'existence d'espaces de rangement de taille importante : une arrière cuisine, si ce n'est une cave. Plusieurs anciens citadins ont délaissé leur ancien frigo incluant un petit espace de congélation au moment de leur installation dans le périurbain, au profit de l'acquisition d'un réfrigérateur et d'un congélateur autonomes. Quelques ménages ont au fil du temps acquis un second congélateur. Hélène et Jérôme disposent ainsi, outre d'un frigo, d'un congélateur dans leur cuisine, mais également d'un congélateur dans leur sous-sol, mis en fonctionnement en cas de besoin. Le congélateur constitue une sécurité *« pour avoir tout sous la main, ne pas être obligé de ressortir »* comme l'explique Hélène.

La quatrième et dernière étape du regroupement, sans doute la plus difficile à maîtriser, est celle de la gestion des aliments achetés. Le stock d'épicerie ne pose pas problème à court et même moyen terme. Les produits frais hors surgelés sont les plus problématiques compte tenu de leur durée de vie limitée. Une gestion sévère, à l'égard des envies spontanées des enfants, mais également de celles des parents, apparaît nécessaire pour écouler le stock au fil des dates de péremption. Le risque de gâchis et la nécessité de jeter les produits non consommés à temps sont régulièrement soulignés au cours des entretiens et certains ménages périurbains préfèrent revoir à la baisse leurs pratiques de regroupement.

---

<sup>24</sup> Martyne PERROT [2009], *Faire ses courses*, op.cit., pp. 81-82.

<sup>25</sup> Martyne PERROT [2009], *Faire ses courses*, op.cit., pp. 72-73.

« J'ai beaucoup de mal dans les quantités. Planifier... Donc, j'aime mieux faire par petits coups parce que j'ai vu, acheter pour la semaine et puis, jeter à la fin de la semaine parce qu'on n'a pas tout consommé. C'est pour cela que j'aime mieux y aller en plusieurs fois... Avec les enfants, on ne sait pas. Des fois, ils en veulent, ils n'en veulent pas, on a faim, on n'a pas faim, et puis tiens, on a une autre idée de repas, bon on dit, ce sera pour le lendemain et puis, au final, ce n'est plus bon... et on jette », (Annie et Michel, n°13, terrain d'enquête d'Épron).

« Avant, on allait faire des gros marchés, alors que là, maintenant, on ne le fait plus beaucoup. On achète des quantités moyennes, on ne prend plus plein... Parce que je m'étais rendu compte... C'est vrai qu'on ne se rendait pas compte, mais on jetait beaucoup de produits quand on faisait des marchés avec des grands chariots, avec plein de choses. A la fin, on se retrouvait avec beaucoup de choses périmées. On ne se rendait pas compte, mais on jetait beaucoup... Bon, c'est vrai qu'à l'époque aussi, on n'avait pas beaucoup de temps aussi. On allait faire le supermarché le samedi, on ramassait tout ce qu'il fallait, en peu de temps, mais quand on consommait, on n'était pas toujours vigilants ... Et puis les enfants, ils sont toujours, dès qu'ils voient la date, ils n'aiment plus... Deux jours après, oh papa, c'est dépassé, c'est dépassé ! Et on jetait beaucoup ! Je préfère, on vide complètement, d'accord, c'est fini, on va chercher. C'est plus économique comme ça, plutôt que de payer et de jeter quand ils périssent, et qu'on jette... », (Philippe et Marie, n°15, terrain d'enquête d'Épron).

La limitation du regroupement des courses témoigne d'une grande sensibilité des périurbains au gâchis de nourriture et à son coût financier, davantage qu'au coût environnemental des déplacements automobiles. Les risques de gâchis sont associés par les ménages à un surcoût financier. Même si le lien n'est pas spontanément établi par les périurbains, le regroupement des courses peut ainsi s'avérer contraire à l'idée de modération de la consommation associée au concept de développement durable et, par suite, de ville durable.

### 2.3 Des lieux pour des produits

L'établissement préalable d'une liste détaillée prémunit en théorie contre les oublis. Toutefois, les achats de dépannage, imprévisibles à l'avance, sont difficiles à éviter même aux ménagères se targuant d'être bien organisées : ils se révèlent urgents et indispensables, liés à une omission, à l'envie soudaine de faire une recette particulière ou encore à l'arrivée impromptue d'enfants ou d'amis.

Outre les impératifs du dépannage, le principal frein au regroupement est la difficulté, si ce n'est l'impossibilité, de s'approvisionner dans un seul et unique commerce. La fréquentation d'une grande surface favorise le regroupement des achats grâce à la diversité de l'offre proposée : dès le départ, « avec le supermarché, les stratégies d'achat sont transformées. Les courses quotidiennes tendent à disparaître au profit de l'expédition hebdomadaire (ou même moins fréquente) »<sup>26</sup>. Les grandes surfaces ont su innover pour répondre aux besoins diversifiés et évolutifs de leur clientèle. Sa recherche de qualité, d'« authenticité » et de diététique est de mieux en mieux prise en compte avec l'apparition au fil du temps du fromage à la coupe, du rayon traiteur, des produits fermiers et artisanaux, si ce n'est locaux, des produits exotiques, mais également des produits de régime ou encore issus de l'agriculture biologique. Toutefois, nombre de ménages considèrent ne pas pouvoir faire l'ensemble de leurs courses dans un seul et

---

<sup>26</sup> Claude Fischler [1993], *L'omnivore*, op.cit., p. 194.



unique magasin. La recherche à la fois des meilleurs prix et des meilleurs produits les amènent à privilégier une multi-fréquentation de commerces alimentaires.

### **2.3.1 « La meilleure offre au meilleur endroit »**

La recherche du meilleur prix est un critère de choix des commerces fréquentés. Les consommateurs périurbains sont, comme les autres, sensibles au prix dans un contexte économique déprimé qui se traduit à l'extrême par le chômage, si ce n'est une situation de précarité. Le critère du prix les amène à éviter certains commerces, - notamment des petits commerces ne proposant pas des prix aussi attractifs que ceux des grandes surfaces -, mais également à fréquenter plusieurs grandes surfaces sur la base d'une comparaison attentive des prix.

Pierre et Elisabeth ne connaissent pas une situation difficile : il est assuré d'un niveau de retraite jugé satisfaisant tandis qu'elle travaille à mi-temps comme infirmière dans la fonction publique hospitalière. Toutefois, ils doivent faire attention à leurs dépenses car ils aident financièrement une de leurs filles en difficulté. Le repérage des meilleurs prix, grâce à la consultation des dépliants publicitaires et d'Internet justifie le papillonnage entre plusieurs hypermarchés : dans chaque grande surface, sont achetés les produits jugés plus intéressants qu'ailleurs.

*« On fait nos courses à peu près régulièrement et un peu partout en fin de compte. J'ai plus tendance à regarder les tarifs, à acheter certains trucs à certains endroits. En fin de compte, on n'est pas limité à un magasin... Mon épouse a une très grande habitude des courses, donc, elle sait où c'est le plus intéressant et puis, on regarde les catalogues, les trucs comme ça, on est noyés par la pub ! Et puis aussi Internet, ça permet de voir les promotions en cours. Toutes les techniques sont bonnes en fait, on regarde... » (Pierre et Elisabeth, n°16, terrain d'enquête d'Épron).*

Catherine, aide à domicile, vit avec ses parents. Son père, ancien ouvrier, ne dispose que d'une « petite retraite ». Elle a mis en place une organisation des courses qui repose principalement sur la fréquentation combinée d'un supermarché et d'un hard-discount. En outre, les achats sont programmés à des moments précis de la semaine en fonction des points de fidélité accordés par le distributeur : l'eau minérale est toujours achetée le mardi, car elle bénéficie ce jour-là d'un nombre de points doublé. Les prix et les offres promotionnelles sont étudiés avec attention dans le cadre d'une économie domestique transmise entre générations.

*La mère : « 20 sous, c'est 20 sous. Elle regarde les prix. S'il y a un centime sur un article, elle regarde, elle dit si c'est moins cher, je prends celui qui est en bas »*

*Le père : « Elle a été bien élevée... On l'a bien élevée »*

*La mère : « On a toujours fait attention. Heureusement, parce qu'avec mon mari, quand on a eu les enfants, il n'y avait que mon mari qui travaillait », (Catherine, Thérèse et Jean, n°5, terrain d'enquête d'Argences).*

L'ouverture de magasins de hard-discount contribue à la multiplication des lieux fréquentés. Le bas niveau de prix attire la clientèle, mais la faible diversité de l'offre, si ce n'est l'image associée au hard-discount, empêche de s'y limiter. L'enquête Commerce du CRÉDOC de 2005 montre que « seule une petite minorité a adopté le hard-discount comme source principale d'approvisionnement. Pour les autres, ce n'est qu'un

circuit d'appoint, qui ne peut répondre à lui seul à la diversité des besoins »<sup>27</sup>. Un savant mélange d'achats entre les grandes surfaces « classiques » (hypermarché, supermarché...) et les magasins de hard-discount s'opère en fonction des types de produits, au gré de leur qualité supposée, des goûts de chacun, des prix pratiqués, mais aussi de la culpabilité des consommateurs et, en particulier, des parents, en termes d'exigence de qualité et de marques. Au supermarché, Catherine achète l'eau minérale, les produits surgelés, les légumes, le beurre et les fromages, le poisson, les produits pour le linge et les gâteaux pour les enfants ; au magasin hard-discount, elle se ravitaille par contre en crème fraîche fermière, viande, produits pour la vaisselle et le sol, thé, sucre, farine et gâteaux pour les adultes. Charlotte déclare pour sa part fréquenter chaque semaine un hard-discount et un supermarché classique où elle « *achète tout ce qu'elle n'ose pas acheter à Lidl* » (entretien n°27, Charlotte et Thierry, terrain d'enquête Saint Honorine-du-Fay). Cette bi-fréquentation l'oblige à faire ses courses dans une commune plus éloignée que celle où ses enfants sont scolarisés et qui ne propose pas de magasin hard-discount. Face à la riposte de la grande distribution classique, à coup d'offres promotionnelles, de produits « premiers prix » et de marques de distributeurs, certains périurbains se demandent si leur multi-fréquentation est réellement économiquement justifiée. Celle-ci n'en suscite pas moins jusqu'ici des déplacements automobiles multiples.

### **2.3.2 Des lieux particuliers pour les meilleurs produits**

Outre la recherche des meilleurs prix, celle des meilleurs produits favorise la multifréquentation commerciale et, par là, réduit les possibilités de regroupement des courses alimentaires. Les besoins en épicerie de base sont le plus souvent satisfaits dans les hyper et super marchés, et dans des magasins de hard-discount. A l'inverse, une série de produits dont la liste est plus ou moins longue et diffère selon les ménages, peuvent donner lieu à la fréquentation de magasins spécialisés et à des déplacements spécifiques, si ce n'est « lointains », lorsque le critère de la qualité est favorisé.

Les efforts de la grande distribution en termes d'amélioration de l'offre en fruits et légumes sont soulignés. Toutefois, plusieurs ménages privilégient les primeurs, la vente directe auprès des producteurs ou encore le marché pour ces achats. Outre le poisson acheté dans les ports du littoral, la viande peut être l'occasion de fréquenter une boucherie traditionnelle dont on apprécie la qualité des produits et avec lequel une relation de confiance s'est établie au fil des années. Certains périurbains sont prêts à accepter un surcoût comparé aux grandes surfaces, mais également un déplacement supplémentaire pour des occasions particulières. Sylvain achète le plus souvent sa viande dans l'hypermarché où il se rend tous les quinze jours, mais occasionnellement, dans la perspective d'évènements festifs comme l'anniversaire de sa fille, il parcourt 30 kilomètres pour s'approvisionner chez un boucher qu'il connaît depuis de nombreuses années et chez lequel il est assuré d'avoir « *une viande de super qualité* ».

Plus nouveau, les produits issus de l'agriculture biologique peuvent aussi freiner le regroupement des achats. Les grandes surfaces proposent une offre de plus en plus diversifiée en produits bios, si ce n'est en produits « bios » de marques de distributeurs. Toutefois, les consommateurs réguliers de ces produits fréquentent également, si ce n'est exclusivement, des magasins spécialisés. Le magasin coopératif Jonathan, déjà cité, possède une capacité d'attraction réelle auprès des périurbains. Avec un niveau de prix supérieur à la grande distribution, il propose des produits en vrac associés par sa clientèle à la qualité, à l'absence d'emballage, mais également au plaisir sensoriel (toucher, odorat).

---

<sup>27</sup> Philippe MOATI, Martial RANVIER [2005], « Faut-il avoir peur du hard-discount ? Pour les consommateurs, le prix n'est pas toujours le critère le plus important », CREDOC, *Consommation et modes de vie*, n°188.

Le pain apparaît enfin comme un produit spécifique qui nécessite pour la majorité des ménages la fréquentation d'un magasin spécialisé. Toutefois, les amateurs de pain ne se limitent pas forcément à cette exigence : n'importe quelle boulangerie ne fait pas l'affaire et l'achat du pain peut faire l'objet de déplacements spécifiques, « lointains », si ce n'est coûteux, pour certains périurbains. Annie et Michel ne prennent leur pain, ni à la boulangerie de leur commune de résidence auxquels ils sont pourtant liés par des relations familiales, ni au supermarché fréquenté deux fois par semaine. Ils préfèrent s'approvisionner un fois par semaine dans « une très bonne boulangerie » caennaise, puis congeler leur pain pour la semaine.

*« J'aime bien privilégier tout ce qui est local. La boulangerie, cela m'embête de ne pas prendre son pain. Je me culpabilise un peu, mais je me dis, on ne va pas se forcer à manger du mauvais pain. Il serait bon, j'en prendrais tous les jours », (Annie et Michel, n°13, terrain d'enquête d'Épron).*

Au final, le regroupement des courses alimentaires apparaît, en comparaison avec le chaînage, peu lié aux spécificités de la résidence périurbaine, à son caractère plus ou moins excentré par rapport à la ville dense et à l'offre commerciale. Le poids des contraintes temporelles, la possibilité de stocker facilement des produits alimentaires, et surtout pour certains, le manque de goût pour les courses et la cuisine limitent les envies de papillonnage et favorisent le regroupement. A l'inverse, la disponibilité (retraités, femmes au foyer...), la recherche des meilleurs prix et des meilleurs produits, le « goût » pour les courses et la cuisine s'avèrent peu propices au regroupement. Papillonneurs, les périurbains sont sans doute peu différents de la plupart des consommateurs. L'enquête Commerce du CRÉDOC montre en effet que « la fréquentation de plusieurs types de commerces est la règle. Les personnes interrogées [en 2005] fréquentent en moyenne 3,9 types de circuits alimentaires par mois »<sup>28</sup>.

#### **Éléments favorables et défavorables au regroupement des courses**

← Défavorable	Favorable →
◦ Forte disponibilité	◦ Contraintes temporelles fortes
◦ La recherche des meilleurs prix et/ou des meilleurs produits	◦ Congélateur et espaces de rangement
◦ L'association de la cuisine et des courses à un plaisir	◦ Auto-fabrication du pain
	◦ L'association de la cuisine et des courses à une corvée

Source : CRÉDOC 2011

<sup>28</sup> Philippe MOATI, Martial RANVIER [2005], « Faut-il avoir peur du hard-discount ? ... », op.cit. Il ne s'agit pas de magasins, mais de circuits de distribution différents : hypermarchés, supermarchés, magasins de hard-discount, épiceries, marchés, commerces alimentaires spécialisés.

### 3. LE RECOURS A L'OFFRE DE PROXIMITE

---

#### 3.1 « Aller au plus près »

Outre le chaînage et le regroupement des courses, le recours à l'offre commerciale de proximité est une troisième possibilité pour réduire l'ampleur des déplacements automobiles liés à l'approvisionnement alimentaire. Les résultats de l'enquête Commerce du CRÉDOC de 2005 mettent en lumière la diversité des déterminants dans le choix des magasins [alimentaires] fréquentés et pointent l'importance de la proximité. Interrogés sur les critères privilégiés, « les consommateurs ne sont que 16,2% à évoquer le prix en première place. Le critère de la proximité réalise un score très supérieur (38,6%), le prix se plaçant [en seconde position] à égalité avec l'offre du plus grand choix »<sup>29</sup>.

Les commerces de proximité sont dans les représentations les plus communes associés au voisinage du domicile. La proximité peut toutefois être rapportée à d'autres lieux régulièrement fréquentés : le lieu de travail, le domicile d'un parent, le cabinet d'un spécialiste, l'hypermarché fréquenté pour les achats anomaux. « Tandis que la proximité spatiale traditionnelle se définissait quasi exclusivement par rapport aux lieux d'habitat, cette notion voit sa signification se diversifier : il s'agit de concentrations d'offres à proximité également des lieux de travail, des axes et nœuds de déplacements, des nouvelles polarités commerciales »<sup>30</sup>.

Susceptible d'être rapportée au domicile, mais également à d'autres lieux, la notion de proximité est toute relative. La distance associée à la proximité par les périurbains est très différente de celle des citadins : les citadins jugeront proche un magasin nécessitant moins de 10 minutes à pied alors que les périurbains pourront considérer comme tel un commerce distant de deux à trois kilomètres. Les représentations varient selon que l'achat est quotidien, régulier ou exceptionnel : une distance de 30 kilomètres paraît excessive pour acheter ses fruits et légumes une à deux fois par semaine, mais somme toute limitée lorsqu'il s'agit de s'approvisionner en viande de qualité à l'occasion d'une fête de famille. Les représentations liées à la proximité diffèrent également selon le moyen de transport utilisé. La réduction de la distance-temps permise par l'automobile remet en cause l'idée de proximité géographique. Un supermarché à dix kilomètres est inaccessible à pied, mais paraît tout près en voiture. Pour certains automobilistes, la proximité géographique joue d'ailleurs moins que la possibilité de stationnement : ils préfèrent faire quelques kilomètres de plus pour être assurés de pouvoir se garer facilement et ne pas perdre de temps en cherchant une place. Le temps intervient davantage dans le calcul que le nombre de kilomètres parcourus.

De fait, les périurbains interrogés recherchent la proximité. La localisation des grandes surfaces alimentaires régulièrement fréquentées sur la périphérie caennaise en témoigne. Les périurbains domiciliés sur le terrain d'enquête d'Épron fréquentent de manière très privilégiée les grandes surfaces du nord de Caen ; à l'inverse, ceux domiciliés sur le terrain d'enquête d'Argences pratiquent celles localisées au sud de Caen. Les

---

<sup>29</sup> Philippe MOATI, Martial RANVIER [2005], « Faut-il avoir peur du hard-discount ? .... », op.cit.

<sup>30</sup> René PÉRON [2001], « Le près et le proche. Les formes recomposées de la proximité commerciale », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°90, p. 50.

uns et les autres pourraient à l'occasion se rencontrer dans le pôle commercial régional de Mondeville 2 au Sud-est de Caen, mais, sauf exception, pas dans leur supermarché habituel<sup>31</sup>.

## 3.2 La proximité comme déterminant des lieux d'achat

### 3.2.1 « Gagner du temps »

La proximité présente plus d'un avantage pour les périurbains dépendant de l'automobile. La possibilité de limiter la distance parcourue et de gagner du temps est particulièrement appréciée pour des achats alimentaires, archétype des produits banaux « sans spécificité particulière, dont l'achat est fréquent et dont le niveau de prix varie peu d'un point de vente à l'autre », à l'opposé des produits anomaux dont le prix est élevé et dont l'achat requiert réflexion, comparaison, si ce n'est assistance d'un vendeur<sup>32</sup>. Comparant l'achat de fraises ou d'une salade, à celui de verres à vin, Justine justifie la réalisation de ses achats alimentaires dans le supermarché au plus près de son domicile, indépendamment de l'enseigne proposée.

*« Les trois-quarts des courses, je les fais au centre commercial Carrefour parce qu'il est à côté... Cela aurait été un Leclerc ou un autre, cela aurait été la même chose. C'est la proximité... Je ne suis pas particulièrement attachée à Carrefour. [...] Mais autant faire nos courses ici. C'est une question de logique en fait. Je ne vois pas l'intérêt de faire plus de kilomètres pour aller chercher un autre centre commercial. Je ne vais pas faire ça pour des courses alimentaires. Pour de la vaisselle ou des choses comme ça, oui, je vais être prête à faire 10 kilomètres de plus. Là pour mes verres, je voulais avoir le même modèle. Là, je suis prête à faire plusieurs kilomètres, mais pas pour des fraises.... Pas pour l'alimentation quotidienne... Je ne vais pas faire 10 kilomètres pour trouver une salade », (Justine et Guillaume, n°22, terrain d'enquête d'Épron).*

Le gain de temps associé à l'offre de proximité est d'autant plus significatif qu'à la réduction du temps lié au déplacement, s'ajoute celle du temps passé dans le magasin : la proximité favorise la fréquentation régulière d'un espace commercial, permet de le connaître, d'y avoir ses repères, d'en avoir déjà testé les produits... A l'inverse, l'approvisionnement dans un nouveau magasin peut rimer avec découverte et plaisir, mais également avec agacement et perte de temps. Annie explique à propos de son supermarché habituel comment elle y acquiert des habitudes qui lui permettent de réduire son temps de courses.

*« Je connais bien Cora... Cora qui est là à cinq minutes, parce que j'y vais une ou deux fois par semaine. Je le connais par cœur, donc, ça va très vite. [...] Je connais par cœur. Il arrive qu'ils changent les rayons, mais je m'y fais assez vite, et ça me va bien. En une heure, j'ai tout fait, même si mon caddie est plein. J'ai mon tracé habituel... », (Annie et Michel, n°13, terrain d'enquête d'Épron).*

---

<sup>31</sup> François MADORÉ [2001], « Les pratiques d'achat dans la ville contemporaine. Mobilités et appartenances territoriales », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°90, pp. 58-66, observe un même attrait pour la proximité dans la fréquentation des grandes surfaces sur les agglomérations de Nantes et La Roche-sur-Yon.

<sup>32</sup> Jean-Marie LEHU [2004], *L'encyclopédie du Marketing*, Paris, Editions d'Organisation.

### **3.2.2 « Ne dépendre de personne »**

Selon la localisation de la résidence périurbaine, le recours à l'offre de proximité peut permettre de ne pas dépendre de la voiture individuelle et d'aller à pied ou en vélo faire ses courses alimentaires. La proximité offre alors aux enfants l'opportunité d'assurer des courses : ils peuvent décharger pour partie leurs parents et, en particulier, leur mère, des contraintes de l'approvisionnement et progresser sur la voie de l'autonomie, dont ils ne bénéficient pas forcément dans leurs déplacements vers l'école et/ou les loisirs. « A la différence des autres, les enfants du périurbain (...) sont relativement plus contrôlés et moins autonomes ne serait-ce que parce que les équipements (jeux, bibliothèque, piscine) sont à distance. Il est parfois délicat de les laisser circuler seuls sur leur commune car l'absence de trottoir, de pistes cyclables ou d'éclairage pose problème. De fait, pour leur mobilité, ils sont souvent tributaires de leurs parents »<sup>33</sup>.

Le recours à une offre commerciale de proximité garantit également une relative autonomie aux périurbains peu mobiles, n'ayant pas la possibilité de circuler en voiture, parce qu'ils n'ont pas le permis de conduire, ne sont pas propriétaires d'une voiture ou sont trop handicapés ou âgés pour pouvoir conduire. Anne, aujourd'hui retraitée, vit à Paris, mais passe plusieurs mois par an dans une maison secondaire. Parfaitement autonome pour ses courses lorsqu'elle est à Paris, elle est par contre, parce qu'elle n'a jamais obtenu le permis de conduire, en Normandie dépendante de son mari et/ou d'amis pour « faire le plein » dans un supermarché. Elle se déclare au moment de l'enquête très contente de l'ouverture dans la commune d'une nouvelle épicerie dont l'offre inclut des fruits et légumes, mais également de la viande, et lui « permet de tenir tout une semaine » ( Anne et Guy, n°19, terrain d'enquête d'Épron). Installée récemment sur la route nationale entre Caen et Lisieux, une petite épicerie vendant des produits issus de l'agriculture biologique est régulièrement fréquentée par plusieurs personnes âgées résidant dans un lotissement proche. Celles-ci n'avaient auparavant jamais consommé de produits « bio » : elles ont vu dans l'ouverture de cette épicerie la possibilité d'une sortie hors de leur domicile, mais également d'une autonomie d'approvisionnement dans le quotidien, alors que leurs enfants les accompagnent durant le week-end au supermarché.

La nécessité de proposer une offre de proximité peut être intégrée par les communes périurbaines conscientes du vieillissement de leur population, quitte à « inventer » de nouveaux équipements commerciaux. Une expérience est intéressante à rapporter. Sur une commune éclatée entre un centre historique et plusieurs hameaux, la boulangerie, installée sur une route départementale, a pendant des décennies assuré une tournée quotidienne dans le centre historique. Toutefois, à la reprise du commerce il y a deux ans, le nouveau boulanger a conclu au bout de quelques mois à la non rentabilité de cette tournée et annoncé son arrêt. La Mairie a alors négocié avec la boulangerie et La Poste la mise en place d'une offre de proximité, à destination notamment des personnes âgées qui ne conduisent pas. La vente de pain est désormais assurée deux fois par semaine par le guichetier de La Poste.

### **3.2.3 « Faire vivre le village et se faire voir »**

La fréquentation des commerces de proximité n'est pas que pragmatique. Elle renvoie également à un certain sens des responsabilités que le périurbain, ou l'habitant d'une petite commune, pense avoir à l'égard des petits commerçants qui assurent un minimum de vie sociale dans le village. Le passage régulier en voiture, le coffre plein des courses achetées au supermarché, devant les petits commerces locaux entretient

---

<sup>33</sup> Laurent CAILLY, Rodolphe DODIER [2007], « La diversité des modes d'habiter des espaces périurbains dans les villes intermédiaires : différenciations sociales, démographiques et de genre », *Norois*, n°205, p. 70.

chez nombre de périurbains une certaine culpabilité. Par contre, l'idée d'une responsabilité à leur égard, le désir de contribuer par sa fréquentation à leur survie économique, mais également à la vie sociale du village, n'est jamais mise en avant pour les grandes surfaces installées dans les communes périurbaines et pourtant susceptibles de créer des emplois et de contribuer à l'économie locale.

Louis place résolument la fréquentation des petits commerces du côté de l'éthique : il considère de son devoir de favoriser par ses achats leur survie tant ils ont un rôle dans le maintien du lien social, notamment en faveur des personnes âgées.

*« C'est une question d'éthique. Moi, à chaque fois qu'il y a un petit commerçant qui ferme sa porte, j'ai un pincement au cœur, je suis désolé... ! Le jour où ils ne sont plus là, ce n'est pas Carrefour qui va venir vous livrer à la maison ! Jean Louis, là... C'est plus qu'un épicier ! Il y a un papi dans la rue qui s'appelle Paul, il est seul, il est âgé, il a du mal à marcher. Jean-Louis livre la flotte, livre le lait, livre le machin... Il vient causer avec lui, lui demander comment il va. Voilà, la vie sociale. C'est comme le bistrot, le café tout ça, c'est indispensable ! [...] Monsieur C., 102 ans, sa charcuterie était dans la même famille pendant 102 ans ! Charcuterie d'utilité publique ! Il faisait le même pâté que son arrière grand-père... Mais ce n'est pas pour le pâté qu'on y va, c'est pour le sourire de la charcutière, le lien ! Pour le lien... », (Louis, n°1, terrain d'enquête d'Argences).*

Justine ne fréquente l'épicerie et la charcuterie de sa commune de résidence que de façon ponctuelle : la première, en dépannage, la seconde pour avoir des conseils lorsqu'elle souhaite faire un plat élaboré ou « avoir un morceau particulier ». Toutefois, elle considère devoir le faire plus souvent pour maintenir une certaine activité dans sa commune, mais également pour entretenir de bonnes relations de voisinage avec les commerçants.

*« J'essaie de le faire... parce qu'en plus, c'est un voisin, l'épicier, ce qui fait qu'il nous fait parfois des offres. On a de bonnes relations, donc, j'y vais aussi pour ça... Parfois, je me dis que je devrais y aller plus souvent pour entretenir la commune et le bon voisinage... Parfois, j'achète avec cette idée là en tête », (Justine et Guillaume, n°22, terrain d'enquête d'Épron).*

Marie-Ange se place quant à elle en qualité d'épouse d'un élu local qui doit fréquenter les commerces locaux, mais également y être vue.

### **3.3 Faiblesses et hétérogénéité de l'offre de proximité**

Disposant *a priori* d'attraits importants, - possibilité de limiter les distances parcourues, de gagner du temps, mais également de contribuer à la vie sociale et économique de la commune de résidence - la fréquentation des commerces de proximité reste néanmoins limitée. Au discours de principe très favorable au commerce de voisinage correspond dans les faits une pratique limitée dans la fréquence des achats et, surtout, l'importance du panier.

Les possibilités de rencontre peuvent en premier lieu freiner la fréquentation des commerces les plus proches : elles risquent d'allonger le temps consacré aux courses. Jacques qui a développé une activité associative importante, préfère délaisser la grande surface la plus proche de son domicile, au profit d'une autre éloignée d'une quinzaine de kilomètres : il sait qu'il a moins de risques d'y rencontrer des connaissances et d'y passer beaucoup de temps (Paola et Jacques, n°24, terrain d'enquête de Sainte-Honorine-du-Fay). La fréquentation des commerces locaux peut également être évitée quand on ne se reconnaît pas ou plus dans leur clientèle. Installés depuis plus de 50 ans sur leur commune, Joseph et Marthe n'en fréquentent que rarement les commerces alimentaires, en l'occurrence une boulangerie, une épicerie et une boucherie. La possibilité de se dépanner sur place, en cas de besoin, joue pour l'épicerie et la boulangerie. Mais la fréquentation de la boucherie du village est exclue. Joseph se ravitaille de façon

hebdomadaire dans une boucherie et une charcuterie situées à une dizaine de kilomètres de son domicile. Cette solution lui offre l'occasion d'une sortie, si ce n'est d'une promenade. Surtout, la fréquentation de la boucherie de son village lui est désormais insupportable. Il n'en connaît plus les clients et ceux-ci ne le reconnaissent pas tant la commune a attiré de nouveaux habitants. A propos de cette nouvelle clientèle, il évoque des femmes conduisant des 4X4 et achetant des viandes à griller en grande quantité, soulignant ainsi une éthique de la consommation bien différente de celle de la sienne, ancien agriculteur, conducteur de tracteurs, friand d'abats et de viande en sauce, issus pour partie de l'autoproduction (Marthe et Joseph, n°17, terrain d'enquête d'Épron).

Les critiques formulés à l'égard des commerces de proximité concernent toutefois avant tout les petits commerces auxquels les périurbains reprochent leurs prix jugés trop élevés et leur offre trop limitée. Pour Philippe et Marie qui habitent à 3 kilomètres d'un hypermarché, le recours aux commerces alimentaires de la commune de résidence est plus qu'occasionnel. Leur village de 2 000 habitants propose une épicerie (alimentation, primeurs et produits laitiers), une boulangerie, une boucherie-charcuterie ainsi qu'un poissonnier ambulant qui se tient sur la place de la mairie un jour par semaine. Sur une année, seule l'épicerie a été fréquentée et à un moment tout à fait exceptionnel, où des chutes de neige empêchaient tous déplacements automobiles. Une unique raison est mise en avant pour expliquer l'absence de fréquentation : le niveau des prix pratiqués. Pour Philippe, seules les personnes âgées qui ne peuvent se déplacer ni en voiture, ni en bus, et vivent seules ont recours à cette offre commerciale onéreuse. Une telle pratique est impossible en présence de plusieurs personnes au foyer et, notamment, d'enfants, qui ont des habitudes de consommation alimentaire valorisant la diversité et les grandes marques.

*« Ici, j'y suis allé en hiver, parce que je n'ai aucune raison d'y aller... parce que Carrefour, c'est à côté, ce n'est pas long. Je ne vois pas pourquoi j'irais... J'y suis allé en hiver, mais c'était vraiment cher ! Ils me vendaient un yaourt à 1€, un yaourt à 1€ alors que quand on prend un paquet de 16 yaourts, c'est 3€. On a pris des choses, mais après on s'est dit quand même ... Les prix sont chers ! On le comprend aussi. Ce n'est pas des grandes enseignes, et puis, ils ont des contraintes de location, ce n'est pas évident, non, mais ils sont chers! [...] On fait attention, on ne peut pas être coincés le dimanche. C'est en hiver qu'on a vraiment été coincés parce qu'on ne pouvait pas sortir, on a été coincés par la neige, on s'est dit bon là, il faut qu'on aille au premier ouvert. On a essayé de prendre ce qu'on pouvait prendre. Pour les enfants, ce n'était pas évident parce que c'était très cher, on a pris juste le minimum... Les personnes âgées, elles vivent seules, elles ne sentent pas vraiment que le produit est cher. A deux, on peut prendre des œufs, ce n'est pas coûteux. Quand on a des enfants quand même, vous voyez les enfants, ils sont exigeants, ils veulent des biscuits, ils veulent ceci, ils veulent des cookies, des Kinder. C'est cher ! Les marques quand on va à Carrefour, le Kinder, on peut le prendre, on leur fait plaisir de temps en temps... », (Philippe et Marie, n°15, terrain d'enquête d'Épron).*

Tout pousse *a priori* Marie-Ange à faire ses courses à proximité de son domicile : outre sa volonté de faire vivre le commerce local, elle annonce volontiers ne pas aimer faire de longs trajets en voiture. Dans la pratique, elle ne fait qu'une partie limitée de ses achats alimentaires sur sa commune. Elle reproche aux petits commerces spécialisés du centre-bourg des prix trop élevés, impossibles à assumer par une famille avec quatre enfants, mais également à la grande surface implantée à proximité, l'insuffisance de la qualité de ses produits. Annie fréquente quant à elle régulièrement une supérette située à moins de deux kilomètres de son domicile, mais elle juge son offre trop réduite et trop peu diversifiée : elle préfère se rendre à un supermarché plus éloigné pour faire ses grandes courses. De fait, dans la pratique, les commerces de proximité, surtout s'il s'agit de commerces de petite taille ou même de supérettes, sont rarement fréquentés au-delà du seul dépannage. Hélène se targue d'être bien organisée et fait « un plein » tous les dix à quinze jours dans un supermarché. Toutefois, elle n'est pas à l'abri d'un oubli ou d'une envie



de préparer un plat particulier nécessitant un ingrédient spécifique et fréquente dans ce cas l'épicerie de la commune périurbaine où elle réside.

*« En général, je n'oublie jamais rien ! Il faut cela pour gérer une maison. Cela m'est déjà arrivé de dire, oui, je voudrais, j'ai envie de faire une recette, il me manque de la crème, ou des œufs... L'autre fois, je voulais des œufs, voilà, j'ai été les acheter chez l'épicier d'ici », (Hélène et Jérôme, n°14, terrain d'enquête d'Épron).*

L'offre commerciale de proximité, sa nature, sa diversité, son importance sont très variables d'un territoire périurbain à l'autre. Pour certains périurbains, le commerce de proximité, au sens de magasin alimentaire le plus proche du domicile, est une boulangerie située à 2 ou 3 kilomètres ; pour d'autres, un supermarché situé à 300 mètres auquel les enfants se rendent en vélo et auquel on fait appel en dépannage plusieurs fois par semaine. L'association systématique entre offre de proximité et petit commerce est peu pertinente. Dans les communes périurbaines toutes proches de la périphérie caennaise, mais aussi dans celles plus éloignées constituées d'un gros bourg ou d'une petite ville, « l'épicerie du coin » peut être un supermarché. La sociabilité liée à ces grandes surfaces « à la campagne » semble d'ailleurs riche. Certains clients entretiennent vite des relations cordiales avec tout ou partie des employés : le boucher par exemple, qui comme dans une boucherie traditionnelle connaît sa clientèle, la conseille, si ce n'est lui réserve les meilleurs morceaux ; les caissières également qui sont parfois des voisines dans le lotissement habité. Mais la sociabilité peut également régner entre les clients, potentiellement voisins ou partenaires de l'équipe de foot de la commune : la grande surface se révèle ainsi tout sauf un espace commercial anonyme, comme d'ailleurs l'a déjà décrit Claudine Marenco à propos du milieu rural.<sup>34</sup>.

#### **Éléments favorables et défavorables au recours à l'offre de proximité**

← Défavorable	Favorable →
◦ Résidence en périurbain éloigné et/ou excentrée par rapport à une offre commerciale importante et/ou diversifiée	◦ Résidence en périurbain proche et/ou à proximité d'une offre commerciale importante et/ou diversifiée
◦ « Grandes courses »	◦ Personnes âgées et/ou peu mobiles ◦ Dépannage

Source : CRÉDOC 2011

34 Claudine MARENCO, « Le temps des courses en milieu rural : grande surface et commerce traditionnel dans un canton du Nivernais », in Jean-Pierre BONDUE (sous la direction de) [2004], *Temps des courses, course des temps*, Lille, Université de Lille I, pp. 333-339.

## 4. LE RECOURS AUX MODES DE DEPLACEMENT ALTERNATIFS

### 4.1 « Les courses sans voiture »

#### 4.1.1 Les modes doux

L'enquête nationale déplacements transports de 2008 souligne le faible recours aux modes doux dans les déplacements locaux : 65% de ces déplacements sont réalisés en voiture, contre 22% à pied, 8% en transports collectifs et 3% en vélo.

La faible densité urbaine limite le recours aux modes de déplacements doux. Les territoires périurbains sont particulièrement peu propices à l'adoption des modes alternatifs : transports collectifs, vélo et marche à pied. Ces trois modes sont utilisés pour 82% des déplacements réalisés par les Parisiens et pour 48% des déplacements des habitants des centres des pôles urbains des grandes aires urbaines. *A contrario*, seulement 20% des déplacements des habitants des communes polarisées d'aires urbaines de plus de 100 000 habitants, et 14% pour les aires urbaines inférieures à 100 000 habitants, sont faits en transports collectifs, en vélo ou à pied. L'utilisation des modes de déplacements alternatifs à la voiture individuelle dans les espaces périurbains s'avère encore moins développée que dans les espaces ruraux (23%) où la marche à pied perdure davantage.

#### **Répartition des modes de transport selon le lieu de résidence en 2008 (en %)**

	Voiture	Transport collectif	Vélo	Marche à pied	Total modes alternatifs
Ensemble	65	8	2.6	22	32,6
Paris	12	33	3	46	82
Centres des pôles urbains d'aires urbaines > 100 000 habitants (hors Paris)	50	10	4	34	48
Communes polarisées d'aires urbaines >100 000 habitants	78	5	2	13	20
Communes polarisées d'aires urbaines <100 000 habitants	85	4	1	9	14
Espace à dominante rurale	75	3	3	17	23

Champ : déplacements locaux un jour de semaine ouvré des individus de 6 ans ou plus, résidant France métropolitaine  
Source : SOeS, Insee, Inrets, enquête nationale transports 2008

En comparaison avec les déplacements vers le travail, les modes doux ont une part plus importante dans les déplacements liés aux courses, alimentaires et non alimentaires confondues. L'utilisation de la voiture s'avère toutefois plus fréquente (68%) que pour la moyenne des déplacements locaux (65%). Les courses se montrent en définitive très peu favorables aux transports collectifs (4% contre une moyenne de 8%). Par

contre, plus d'un quart des déplacements liés aux courses (26%) sont effectués à pied, contre seulement 10% des déplacements liés au travail<sup>35</sup>.

**Répartition des modes de transport selon le motif des déplacements en 2008 (en %)**

	Voiture	Transport collectif	Vélo	Marche à pied	Total modes alternatifs
Ensemble des déplacements	65	8	2,6	22	32,6
Déplacements liés au travail	76	10	2	10	22
Déplacements liés aux courses	68	4	2	26	32

Champ : déplacements locaux un jour de semaine ouvré des individus de 6 ans ou plus, résidant France métropolitaine  
Source : SOeS, Insee, Inrets, enquête nationale transports 2008

L'enquête menée sur l'aire caennaise confirme la faible utilisation des transports en commun pour le motif des courses dans les espaces périurbains. Le déficit, si ce n'est l'absence, d'offre de transports publics desservant à la fois les espaces résidentiels périurbains et les équipements commerciaux constitue un obstacle de taille. Jacques explique que son village n'est desservi par aucun transport en commun. En fait, un bus relie sa commune à Caen : il ne passe que le matin et le soir les jours de semaine, et sert principalement, si ce n'est exclusivement, au transport scolaire (Paola et Jacques, n°24, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay). Parmi nos trois terrains d'enquête, seul celui d'Épron offre la possibilité pratique d'un recours au bus avec l'offre de services de transports urbains assurant, selon une fréquence relativement élevée, la desserte à la fois de zones résidentielles et d'un centre commercial. Résidant sur ce terrain d'enquête, Philippe justifie son utilisation des transports en commun par leur facilité d'usage et leur faible coût. Son épouse possède une voiture qu'elle utilise pour se rendre quotidiennement à son travail, mais il préfère aller se ravitailler deux à trois fois par semaine en bus, plutôt que de regrouper ses achats alimentaires le samedi.

*« Le bus passe par là. Il y a un arrêt devant Carrefour et l'arrêt suivant, c'est devant Aldi ! Je dois y aller deux à trois fois par semaine. Oui, parce que pour moi, c'est facile. J'ai un abonnement de bus, ça ne me coûte rien. Je prends le bus, ce n'est pas loin... J'ai les horaires de bus, je rentre, je fais trente minutes. (...) Le bus, je trouve que c'est ... économique. C'est économique. C'est vrai que j'aurais une voiture,... j'irais en voiture. Mais moi, je me dis bon, ma femme a déjà une voiture, deux voitures, ça fait une charge quand même pour la famille... C'est vrai que je trouve cela plus économique pour nous», (Marie et Philippe, n°15, terrain d'enquête d'Épron).*

La pratique du vélo pour les courses alimentaires répond à des aspirations ludiques, si ce n'est sportives. Jérôme aime faire du sport et refuse le week-end de prendre sa voiture. Il a pris l'habitude d'utiliser son vélo pour faire les courses de dépannage au village ou à l'hypermarché distant de quatre kilomètres : « *un petit appoint de courses s'il y a besoin d'acheter deux, trois bricoles, à l'épicerie ou à Carrefour... Il prend son sac à dos et il y va* » (Hélène et Jérôme, n°14, territoire d'enquête d'Épron). De même, Elisabeth qui travaille à mi-temps, délaisse sa voiture au profit de son vélo lorsqu'elle fait des courses de dépannage sur sa commune de résidence. Elle a également pris l'habitude d'aller ponctuellement en vélo avec une amie faire son marché à quelques kilomètres de chez elle (Elisabeth et Pierre, n°16, terrain d'enquête d'Épron).

<sup>35</sup> Bernard QUÉTELARD [2010], « Se rendre au travail ou faire ses courses motive toujours un déplacement quotidien sur deux... », *op.cit.*

Ces « sportifs » ne mettent que très rarement en avant l'impact positif de leur pratique cycliste sur la protection de l'environnement : le plaisir de faire du sport, son intérêt pour la santé, priment.

*« Des fois, l'été, pas l'hiver, et puis ça dépend de ce dont on a besoin, si on a besoin d'un pack d'eau ou de bouteilles, en vélo, c'est moins pratique ! Mais pour un dépannage ou quand c'est comme ça, il n'y a pas de problème, on y va en vélo... Au moins une fois par semaine peut-être quand même, en été oui. C'est idiot de prendre la voiture quand on peut prendre le vélo !*

- Vous pensez à la pollution ?

*On ne pense pas à la pollution. On pense au fait que faire du vélo, c'est quand même mieux que prendre la voiture, c'est tout... pour soi, pour tout quoi ! ... Je fais du vélo avec mon voisin quand on a envie... On fait une balade. C'est un plaisir. Et puis, au point de vue santé, c'est sûrement mieux que faire de la voiture ! Je pense que ça fait partie. On entend quand même beaucoup dire à la radio ou à la télé qu'il faut faire de l'exercice physique, et c'est vrai qu'on a quand même un peu tendance à prendre trop facilement la voiture ! », (Elisabeth et Pierre, n°16, terrain d'enquête d'Épron).*

Des arguments en faveur de la protection de l'environnement ne sont émis qu'à la marge par des « militants » écologistes<sup>36</sup> qui tentent de réduire leurs déplacements automobiles et participent pour certains à l'organisation dans leur commune de la « Journée nationale sans voiture ». L'une de ces « militantes » réalise l'ensemble de ses déplacements quotidiens à vélo, déplacements domicile-travail, déplacements liés aux courses, à la supérette, au marché et au supermarché : elle habite et travaille dans le centre ancien d'un centre secondaire à la périphérie duquel s'est ouvert un supermarché. Les membres de l'AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) à laquelle elle appartient, valorisent une telle organisation des courses, mais, pour leur part, utilisent plus souvent leur voiture individuelle.

La pratique de la marche à pied pour les déplacements liés aux courses reste limitée, mais plus fréquente et socialement plus diversifiée que le vélo ou les transports en commun : la marche à pied concerne à la fois de jeunes enfants et des personnes âgées, des actifs et des inactifs, des ménages modestes et des ménages aisés... Lucie, 85 ans, qui pratique la randonnée dans ses moments de loisirs, va deux fois par semaine acheter son pain à la boulangerie de son village à 20 minutes à pied de son domicile. La marche à pied n'est toutefois pas réservée aux seuls sportifs. Elle apparaît par contre corrélée à la possibilité de réaliser des achats alimentaires dans le voisinage immédiat du domicile.

Le recours aux modes déplacements doux apparaît au final plus développé dans le périurbain proche, à proximité des grandes surfaces de la périphérie caennaise, et surtout, dans les centres secondaires du périurbain éloigné. La proximité de commerces alimentaires ne rime pas toutefois systématiquement avec la pratique du vélo ou de la marche à pied. La capacité physique de la personne chargée des courses, mais également les conditions météorologiques jouent : l'été, le beau temps donnent l'envie de sortir son vélo ou de marcher à pied pour mêler courses et promenade. Toutefois, le temps disponible et la taille du panier sont également des éléments limitant.

---

<sup>36</sup> Le terme de « militants » écologistes n'est pas employé pour désigner des individus qui militent et/ou votent pour un parti politique écologiste ou vert. Non revendiqué par les personnes concernées, il est attribué aux périurbains qui défendent des idées favorables à la protection de l'environnement, si ce n'est à une approche environnementale de la société, et tentent d'harmoniser ces convictions avec leurs pratiques quotidiennes de consommation.

#### 4.1.2 Le poids des courses

Pour les transports en commun, le vélo ou la marche à pied, un des obstacles au développement des modes de déplacements alternatifs à la voiture individuelle reste le volume et le poids de l'approvisionnement alimentaire. Philippe qui va en bus au supermarché et au magasin de hard-discount souligne qu'il « *fait des petites courses, [...] ne remplit pas le chariot à plein* » (Marie et Philippe, n°15, terrain d'enquête d'Épron). La taille du panier augmente avec celle du ménage et le nombre de repas pris à la maison. Annie se déclare sportive : elle aime à la fois faire du vélo et pratiquer la marche à pied. Lorsqu'elle était enfant, en l'absence de voiture familiale, sa mère prenait le bus pour faire son supermarché : elle-même et ses trois sœurs l'accompagnaient pour porter les achats. Elle considère ne pas avoir aujourd'hui le choix et être obligée d'utiliser sa voiture pour faire ses courses alimentaires : outre son mari et ses deux adolescentes qui dînent à la maison le soir, elle nourrit le midi les trois enfants dont elle s'occupe à titre d'assistante maternelle, sans compter l'accueil régulier de trois enfants adultes pour des repas de famille.

*« Voilà, je n'ai pas trop le choix. Il m'est arrivé de prendre le bus pour aller chez Leclerc par exemple ... Mais, bon, on ne peut pas ramener autant ... On faisait ça parce que mes parents n'avaient pas de voiture. Quand on partait faire des courses... Au départ, forcément, c'était la petite épicerie du coin, puis elle a fermé parce que les grandes surfaces sont arrivées. Donc, on prenait le bus pour aller. On allait jusqu'à Carrefour. On partait toute la famille pour que chacun ramène... [Rires]... Chacun ramenait deux sacs. Au moins les filles... Enfin, mon père non plus n'y allait pas, ma mère et les quatre filles, on partait et on ramenait tous les sacs... On n'avait pas le choix. On n'avait pas de voiture », (Annie et Michel, n°13, terrain d'enquête d'Épron).*

L'enquête nationale déplacements transports de 2008 cumule dans la même catégorie courses alimentaires et courses non alimentaires. Mais elle présente pour nous l'avantage de révéler le lien statistique existant entre le mode de transport utilisé et le type de commerce fréquenté. Alors que la part de déplacements effectués en transports en commun est relativement stable, la fréquentation d'une grande surface, associée aux espaces périphériques et aux « grandes courses », réduit de façon significative la pratique du vélo et, surtout, de la marche à pied, par rapport aux autres commerces, fréquentés pour partie pour des achats de dépannage. Au total, alors que seulement 15% des déplacements liés aux courses dans une grande surface sont réalisés en mode doux (transport en commun, vélo ou marche à pied), cette part s'élève à 44% pour les achats dans les autres commerces.

##### **Répartition des modes de transport utilisés dans les déplacements liés aux courses selon le type de commerce fréquenté en 2008 (en %)**

	Voiture	Transport collectif	Vélo	Marche à pied	Total modes alternatifs
Déplacements liés aux courses	68	4	2	26	32
Dont - Grande surface	86	3	3	9	15
- Autres commerces	53	4	1	39	44

*Champ : déplacements locaux un jour de semaine ouvré des individus de 6 ans ou plus, résidant France métropolitaine  
Source : SOeS, Insee, Inrets, enquête nationale transports 2008*

### **4.1.3 Aide à la mobilité : solidarités et services marchands**

A la liste des modes de déplacements doux, il convient d'ajouter la pratique du covoiturage. Annie se relaie avec sa nièce pour accompagner chaque semaine sa mère en voiture dans une grande surface ; elle en profite pour y faire elle-même des courses (Annie et Michel, n°13, terrain d'enquête d'Épron). La sollicitation de la solidarité familiale nécessite une relative proximité résidentielle. Les courses peuvent également être le lieu d'expression de solidarités de voisinage, favorisées par l'ancienneté de l'implantation résidentielle, comme dans le cas d'Elisabeth qui emmène régulièrement un couple de voisins âgés, qui ne conduisent plus, au supermarché (Elisabeth et Pierre, n°16, terrain d'enquête d'Épron).

L'analyse doit inclure d'autres solutions alternatives qui ne supposent pas le déplacement de la personne ou du ménage approvisionnés. Avant tout supermarché, Nathalie passe ainsi chez sa mère Suzanne qui réside dans la même commune pour évaluer ses besoins d'approvisionnement alimentaire, mais celle-ci ne l'accompagne pas (Nathalie et Bernard, n°10, terrain d'enquête d'Argences). Les solutions alternatives à la voiture individuelle ne relèvent pas uniquement des solidarités familiales et/ou de voisinage. Elles sont également le fait de commerçants qui dépannent, à titre gracieux, de façon plus ou moins informelle, des clients âgés en les livrant à domicile. Ces alternatives sont également le fait de services marchands. Le couple emmené au supermarché tous les quinze jours par Elisabeth a occasionnellement recours au service d'un taxi pour se réapprovisionner. L'approvisionnement alimentaire de Suzanne repose sur l'aide de sa fille Nathalie, mais également sur les services rémunérés d'une aide à domicile (Suzanne, n°11, terrain d'enquête d'Argences). L'aide aux courses, sous la forme d'un accompagnement dans les espaces commerciaux ou d'un service de livraison à domicile, fait partie des propositions offertes dans le secteur en plein développement des « services à la personne » pour favoriser le maintien à domicile des personnes âgées au même titre que l'aide au ménage, à l'entretien du linge, à la préparation des repas ou encore à la toilette<sup>37</sup>.

## **4.2 Les exclus de la mobilité automobile**

La non utilisation de la voiture individuelle dans le cadre des déplacements liés aux courses apparaît rarement résulter d'un choix. L'adoption, à titre exclusif, de modes de déplacements doux ou, plus largement, de solutions alternatives est, dans la plupart des cas observés, subie et associée à un déficit, un manque, d'ordre économique ou physique. L'exclusion de la mobilité automobile peut être partielle ou complète, temporaire ou définitive. Mais là encore, notre enquête confirme les grandes régularités statistiques observées par l'enquête nationale déplacements transports de 2008 : les femmes ayant rattrapé leur retard dans l'acquisition du permis de conduire, l'exclusion de la mobilité automobile renvoie principalement à l'âge et à la précarité sociale.

---

<sup>37</sup> Le site internet d'un service de maintien à domicile explique ainsi les modalités de son service de livraison de courses à domicile : « Il vous suffit d'élaborer la liste de courses (ou nous vous aidons à faire la liste si besoin) et une aide à domicile formée et encadrée se déplacera à votre domicile pour récupérer la liste et se rendra au supermarché pour faire vos courses et vous livrer les courses à domicile. La personne en charge d'effectuer les courses et la livraison à votre domicile vous remettra la monnaie sur la somme d'argent initialement remise, grâce aux bons de courses que nous avons mis en place avec la facture d'achat ou ticket de caisse en justificatif ».

**Répartition des modes de transport selon la position d'activité et le revenu par UC du ménage en 2008 – Tous déplacements confondus (en %)**

	Voiture	Transport collectif	Vélo	Marche à pied	Total modes alternatifs
Ensemble	65	8	2,6	22	32,6
Position d'activité :					
Actif 31-50 ans	78	5	2	13	20
Actif plus de 50 ans	73	8	2	16	26
Chômeur	51	8	2	36	46
Autre inactif	56	4	2	37	43
Retraité moins de 75 ans	69	3	3	24	30
Retraité 75 ans ou plus	51	5	2	39	46
Revenus par UC du ménage					
Moins de 500 €	36	18	3	41	62
500 à 999 €	52	10	3	32	45
2 000€ à 2 999€	73	7	2	16	25
Plus de 3 000€	67	9	2	20	31

*Champ : déplacements locaux un jour de semaine ouvré des individus de 6 ans ou plus, résidant France métropolitaine  
Source : SOeS, Insee, Inrets, enquête nationale transports 2008*

75 ans est un âge charnière en terme de mobilité : il correspond fréquemment à l'arrêt de la conduite automobile et de la possession d'un véhicule. L'enquête nationale de 2008 montre ainsi que la part des déplacements locaux réalisés en voiture individuelle chute de 69% pour les retraités de moins de 75 ans, à 51% pour les retraités de 75 ans ou plus, au profit principalement de la marche à pied dont la part passe de 24% à 39%. Les personnes âgées qui ne sont plus en état physique de conduire elles-mêmes, deviennent vite exclues de la mobilité automobile. La vie en couple permet à nombre d'entre elles de pallier les inconvénients de cette situation. Marthe a plus de 85 ans et ne conduit plus depuis quelques mois : son entourage craint qu'elle ne se perde. Alors qu'elle a depuis plus de 50 ans assumé seule la charge des courses, désormais, Joseph, son époux, l'emmène et fait les courses avec elle. Peu à peu, il prend d'ailleurs l'initiative et décide des commerces fréquentés (Marthe et Joseph, n°17, terrain d'enquête d'Épron). Mais le grand âge et le handicap peuvent toucher les deux membres du couple et le veuvage, poser la question de l'autonomie des déplacements. Carole et Bruno apprécient d'habiter « *presqu'à la campagne* », à un kilomètre du village le plus proche, dans une maison ancienne qu'ils ont retapée au fil des années. Toutefois, ils n'envisagent pas d'y rester définitivement : plus âgés, ils pensent revenir sur Caen pour profiter de la proximité à la fois de leurs enfants et des commerces et services (Carole et Bruno, entretien collectif AMAP, n°2).

La non possession d'une voiture ne renvoie pas forcément à la précarité sociale. Anne en témoigne qui, malgré cinq tentatives, n'a jamais réussi à obtenir son permis de conduire (Anne et Guy, n°19, terrain d'enquête d'Épron). Par contre, la précarité sociale se traduit volontiers par l'absence de voiture et un recours privilégié aux modes de déplacements doux. L'enquête déplacements transports de 2008 atteste du lien entre le chômage et, plus encore, les faibles revenus, et le recours aux transports collectifs et à la marche à pied : dans les ménages où les revenus par unité de consommation sont inférieurs à 500 €, la

part des modes alternatifs à la voiture individuelle dans les déplacements locaux atteint 62%, contre une moyenne de 32,6%.

Notre propre enquête confirme ces régularités statistiques : la précarité économique explique pour partie le recours aux transports en commun, au vélo et à la marche à pied. Philippe vante la praticité des bus de ville pour se rendre au supermarché situé à 4 kilomètres de son domicile. Toutefois, des raisons financières l'empêchent pour le moment d'acquérir une voiture et de délaisser les transports collectifs. Il a connu une période de chômage et travaille aujourd'hui à mi-temps comme infirmier de nuit : il a acheté une mobylette, mais considère l'utilisation des bus plus économique, plus rapide et plus sûre, notamment pour ses retours à la maison après une nuit de travail (Marie et Philippe, n°15, terrain d'enquête d'Épron).

Comme le grand âge, la précarité économique peut favoriser le covoiturage dans le cadre de solidarités familiales et de voisinage. André est agent technique attaché aux espaces verts d'une petite commune rurale. Au moment de l'entretien, il est en congé maladie depuis quatre mois. Sa voiture est en panne et il doit la renouveler, sans en avoir pour le moment les moyens financiers. Il fréquente à pied plusieurs commerces du bourg où il habite (boulangerie, charcuterie, supérette), mais il bénéficie en outre de l'aide d'un voisin qui l'accompagne en voiture à un magasin hard-discount dont les prix sont plus adaptés à son budget (André, n°8, terrain d'enquête d'Argences). Julie et Olivier proposent un dernier cas de figure, lui aussi marqué par la faiblesse des revenus financiers. Agés de moins de 25 ans, nés dans la périphérie caennaise, ils ont souhaité ne pas vivre en appartement. Un héritage leur a permis d'acheter un terrain non constructible dans le périurbain éloigné, à trois kilomètres d'un centre secondaire. Installés dans une caravane, ils possèdent un groupe électrogène qui fonctionne à l'essence et leur permet d'avoir un peu d'électricité. Julie et Olivier ont des revenus professionnels irréguliers et réduits, - elle a un emploi à temps partiel dans un fast-food tandis qu'il travaille en contrat précaire dans le secteur du bâtiment et de l'agriculture-, et sont bénéficiaires du RSA. L'absence de réfrigérateur les contraint à faire des courses plusieurs fois par semaine, alors qu'ils n'ont que récemment acquis une voiture d'occasion. Pendant plus d'un an, Julie s'est rendue à pied ou en vélo à son travail, sac au dos pour fréquenter à son issue deux magasins de hard-discount. Elle appréciait la venue d'un parent ou d'amis qui l'accompagnaient en voiture faire les courses leur permettant de se ravitailler en produits frais et de réduire leur consommation de conserves (Julie et Olivier, n°7, terrain d'enquête d'Argences).

**Éléments favorables et défavorables aux modes de déplacement alternatifs à la voiture individuelle (bus, vélo, marche à pied)**

← Défavorable	Favorable →
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Résidence en périurbain éloigné et/ou excentrée par rapport à l'offre commerciale</li> <li>◦ Contraintes temporelles fortes</li> <li>◦ L'hiver, la pluie</li> <li>◦ Les « grandes courses »</li> <li>◦ Les grandes surfaces</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Résidence en périurbain proche et/ou à proximité d'une offre commerciale importante</li> <li>◦ Existence d'une offre de transport en commun « pertinente »</li> <li>◦ La précarité sociale</li> <li>◦ L'absence de permis de voiture, le handicap, le grand âge</li> <li>◦ La pratique sportive du vélo, de la marche à pied</li> <li>◦ Les aspirations écologiques</li> <li>◦ L'été, le beau temps</li> <li>◦ Les « petites courses »</li> <li>◦ Les petits commerces de proximité</li> </ul>

*Source : CRÉDOC 2011*



### 4.3 L'appréciation des coûts associés à la mobilité automobile

L'absence d'offre de transports en commun, l'éloignement des grandes surfaces, les contraintes temporelles liées à l'exercice d'une activité professionnelle à temps plein, susceptible d'être combiné à la présence de jeunes enfants, le mauvais temps sont autant d'éléments défavorables à l'adoption de modes de déplacements alternatifs à la voiture individuelle. Toutefois, l'un des principaux obstacles au développement des modes de déplacement doux (transports en commun, vélo, marche à pied, covoiturage), mais également du chaînage, du regroupement des courses ou encore du recours à l'offre commerciale de proximité, reste la minimisation par les périurbains des coûts liés à la mobilité automobile.

La voiture individuelle est étroitement liée au mode de vie périurbain. Hors des bourgs et des petites villes qui offrent la possibilité d'un accès facile aux commerces et aux services, elle est la condition d'une installation périurbaine et de la poursuite des activités quotidiennes que sont le travail, la conduite des enfants, l'approvisionnement alimentaire... La mobilité automobile permet aux périurbains isolés de sortir de l'espace privé pour accéder aux espaces publics et peut, à ce titre, être revendiquée comme un droit. Julie, aujourd'hui titulaire du permis de conduire et propriétaire, à crédit, d'une voiture achetée d'occasion, ne fait plus ses courses à pied ou à vélo. Elle réserve désormais la marche et la pratique cycliste à ses loisirs. Finis les retours du travail, les courses au dos, de nuit et sous la pluie, ou encore l'attente d'une visite de sa mère pour aller faire des courses. Pour Julie, la voiture est vite devenue synonyme de liberté et d'indépendance. Elle se plaît à l'utiliser même si la consommation de carburant constitue désormais un poste de dépenses non négligeable pour le jeune couple (Julie et Olivier, n°7, terrain d'enquête d'Argences).

L'appréciation des coûts de la mobilité automobile suppose une analyse à trois niveaux : temporel, économique, environnemental. En premier lieu, et comme remarqué précédemment, l'évaluation d'un déplacement repose pour les périurbains davantage sur l'estimation du temps nécessaire que sur celle du nombre de kilomètres à parcourir. Dans cette estimation, sont inclus le temps de sortir la voiture du domicile, mais également celui de se garer à proximité du commerce alimentaire. Dès lors, cinq ou dix kilomètres de plus changent peu la donne, en termes de charge mentale et de temps, notamment pour des personnes qui ne travaillent pas (femmes au foyer, retraités, chômeurs) ou pour des plages horaires où la pression des contraintes de temps se relâche (week-end, soirée).

Le coût financier de la mobilité automobile est d'autant plus minimisé qu'il est difficile à évaluer et acquiert une sorte d'invisibilité. Pour expliquer qu'elle regroupe ses courses une fois tous les dix jours dans un supermarché, Lucie évoque, outre le gain de temps et la réduction de la pollution atmosphérique, le coût du carburant, en avouant toutefois n'avoir aucune idée de la consommation de sa voiture de plus de 15 ans. Au cours d'un entretien collectif auprès des membres d'une AMAP, plusieurs participants s'étonnent de l'estimation du coût par kilomètre proposée par l'un d'eux : quoique modérée, celle-ci leur apparaît très élevée. De fait, Annie fait un peu figure d'exception lorsqu'elle estime avec précision que chaque trajet aller-retour au supermarché situé à 4 kilomètres de son domicile lui coûte 1 euro 50. Il est vrai que sa voiture a une consommation très élevée, estimée à 16 litres au 100.

Contrairement à une surconsommation de carburant, une différence de 30 centimes sur une boîte de biscuits entre deux supermarchés est d'emblée visible et il paraît logique à nombre de périurbains de faire quelques kilomètres supplémentaires pour bénéficier de prix réduits. Catherine nous entraîne dans des calculs compliqués, liés à la possibilité d'obtenir des réductions et des bons d'achat, pour justifier sa fréquentation de plusieurs grandes surfaces à différents moments de la semaine. Par contre, elle nous annonce sans commentaire que sa voiture consomme peu (Catherine, Thérèse et Jean, n°5, terrain d'enquête d'Argences). Dans ses arbitrages, Pierre lui aussi privilégie le prix des produits alimentaires sur la localisation des commerces, tout en reconnaissant ne jamais prêter très attention aux distances parcourues.

*« Il faut que je vous dise, je fais partie d'une génération où on ne faisait pas attention aux déplacements, ça, j'en suis persuadé. Quand j'étais gamin, je me déplaçais en vélo parce que je n'avais pas les moyens, mais dès que j'ai pu avoir une voiture, j'ai eu une voiture, et puis, les kilomètres, à l'époque, on n'en parlait pas, ça ne gênait pas du tout. Moi, faire 1 000 kilomètres de voiture à la limite, ça ne m'a jamais dérangé ! [...] C'est pour ça que dès fois, j'ai quand même tendance à faire un peu de kilomètres, même pour faire des achats... A la limite, je ferais des économies sur le prix de l'achat en faisant quelques kilomètres supplémentaires. Bon, j'essaie d'y penser, mais c'est vrai que ce n'est pas dans mes... réflexes », (Pierre et Elisabeth, n°16, terrain d'enquête d'Épron).*

Les ménages périurbains cherchent volontiers à chaîner leurs courses avec d'autres déplacements, à regrouper leurs achats tandis qu'un effet de proximité préside aux choix des lieux d'approvisionnement banaux. Cependant, la rationalité n'est que partielle dans les stratégies d'approvisionnement. Le discours de façade sur le prix ne renvoie pas à une réalité comptable et n'intègre qu'en partie les coûts liés aux déplacements. Certains produits ou événements sont investis d'une dimension symbolique qui justifie de longs déplacements, tandis que les préférences et référents culturels jouent à plein dans le choix des équipements commerciaux fréquentés.

On note toutefois un effet de seuil : une hausse importante et brutale du prix du carburant, une réduction importante du budget familial liée à des dépenses imprévues, ou à une période de chômage, peuvent entraîner une modification des pratiques de mobilité, notamment pour les périurbains les plus isolés et/ou les plus modestes. Jacques considère qu'il fait de plus en plus attention et évite « *dans la mesure du possible* » le nombre de ses déplacements en raison de l'augmentation du prix du gasoil. Il ne fait plus ses courses non-alimentaires sur Caen et se prépare des listes de courses pour ne rien oublier et ne pas être obligé de ressortir (Jacques et Paola, n°24, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay). De tels changements ne se traduisent pas forcément par un raccourcissement des distances parcourues et/ou un recours à des modes doux : ils peuvent aussi susciter des déplacements plus éloignés pour fréquenter les hypermarchés proposant les prix à la pompe les plus attractifs. De fait, plusieurs alternatives peuvent être mobilisées. Charlotte explique comment, à certaines périodes, elle cumule le recours aux bus pour les transports scolaires, le regroupement des courses, mais également l'achat d'essence dans les grandes surfaces qui offrent le carburant au prix le plus bas et l'utilisation de la voiture de fonction de son mari : au final, la réduction des déplacements automobiles et le report vers des modes de déplacements doux apparaissent somme toute limités.

*« A une époque, quand l'essence a été au plus fort, j'allais souvent faire mes courses chez Leclerc, parce que je faisais souvent mon plein en même temps. Donc, du coup, ça me faisait plus de kilomètres, mais bon, je rentabilisais mon plein... J'essayais toujours de regrouper tout, le plus possible, pour avoir le moins de kilomètres à faire. [...] Même les déplacements pour emmener les enfants à Caen ou quoi, je les emmenais plutôt à Evrecy au bus pour qu'elles prennent le bus plutôt que de les emmener moi-même à Caen. Là, je le fais un peu moins. Mais ça dépend des périodes et puis... des sous qu'on a devant ou pas... Si on est à l'aise ou pas... C'est sûr que quand ça commence à être un peu ricrac, il y a des périodes où je vais vraiment faire attention, ça c'est clair. Et on s'arrange aussi... puisque lui a la voiture de société... C'est un peu dégueu, mais pour les déplacements pour le sport, des choses comme ça... Plus on peut faire des déplacements avec sa voiture, plus on les fait. [...] Plus on peut le faire, plus on le fait. C'est toujours vrai d'ailleurs... En bons profiteurs du système ! », (Charlotte et Thierry, n°27, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay).*

Le coût environnemental de la mobilité automobile n'est que rarement spontanément évoqué au cours des entretiens. Les thèses écologiques et l'attention portée à la pollution se diffusent auprès des périurbains par le biais de la télévision, de la radio, des journaux. Toutefois, l'adhésion aux valeurs environnementales n'est

pas générale. Surtout, l'idée de renoncer à la mobilité automobile ou de la limiter, volontairement et non sous la pression de contraintes financières, semble aux périurbains incongrue et peu adaptée aux contraintes quotidiennes. Pour limiter la consommation de CO2 lié à leurs déplacements automobiles, Charlotte et Thierry préféreraient acheter une voiture « *plus écologique* » plutôt que de réduire leurs déplacements.

Même les partisans déclarés de la protection de l'environnement ne se montrent pas forcément motivés pour traduire leurs conceptions écologistes dans leurs pratiques de déplacement. Les membres d'une AMAP clients réguliers du magasin Jonathan n'ont ainsi jamais envisagé de regrouper leurs achats et de confier à l'un d'entre eux leurs courses pour limiter le coût environnemental de leurs déplacements. Ils entretiennent pourtant entre eux des relations assez étroites, connaissent pour partie les goûts des uns et des autres, et sont habitués à travers l'AMAP à se coordonner pour dresser une liste commune d'achats, réceptionner et répartir les produits alimentaires en fonction des commandes préalables de chacun. Mais le plaisir des courses dans ce magasin où les produits issus de l'agriculture biologique sont proposés en vrac, prime : chaque ménage va y faire ses courses séparément en essayant de chaîner cette course avec d'autres déplacements (entretien collectif AMAP, n°1). Devant nos interrogations, les membres de l'AMAP répéteront à plusieurs reprises qu'ils ne sont des *ayatollahs* ni du bio, ni de l'écologie, mais tentent seulement d'harmoniser au mieux leurs pratiques et leurs exigences environnementales.

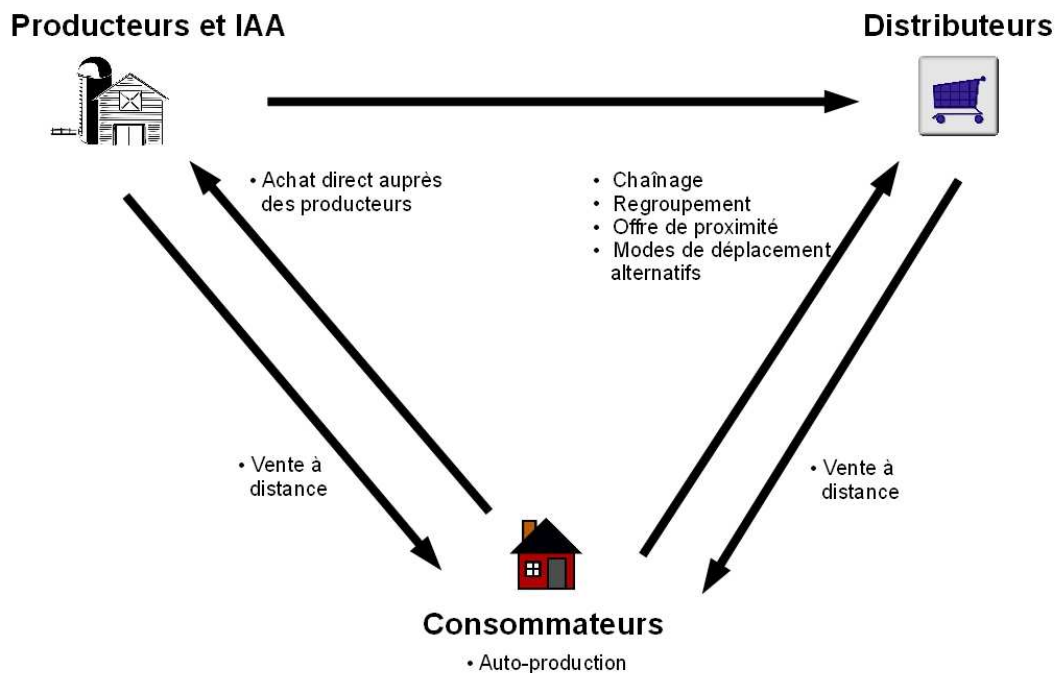
Les partisans de la protection de l'environnement ne peuvent mettre, en tous points, leurs pratiques d'approvisionnement alimentaire en accord avec leurs valeurs : ils sont amenés à opérer des choix, à pratiquer des accommodements qui leur permettent de faire au mieux concorder leurs normes et leurs contraintes quotidiennes. L'un fait ses courses en vélo, un second plante un arbre à la suite de tout voyage en avion, un troisième qui juge trop contraignantes pour lui-même les pratiques de ses deux collègues, utilise des couches jetables, ce qui paraît « totalement *infaisable* » aux deux premiers. En outre, les « *militants* » écologistes préfèrent pour partie mettre l'accent sur d'autres coûts environnementaux que ceux liés aux déplacements des consommateurs. Le prochain chapitre est justement l'occasion de réfléchir aux pratiques d'approvisionnement alimentaire qui permettent de limiter les déplacements, non plus comme jusqu'ici du consommateur, mais des produits alimentaires eux-mêmes.

# **CHAPITRE 2. L'AUTRE FAÇON DE FAIRE SES COURSES**

Les chapitres précédents traitent des pratiques d'approvisionnement où le consommateur se déplace pour rejoindre un commerce alimentaire que l'on pourrait qualifier de « classique » - grande surface, supérette, magasin spécialisé-, et y achète des produits alimentaires, produits et/ou transformés par des producteurs agricoles et des industries agro-alimentaires (IAA). Ce chapitre explore un nouveau champ des pratiques d'approvisionnement alimentaire qui pose en des termes particuliers la question de la mobilité :

- la vente à distance exempt le consommateur du déplacement en magasin ;
- l'achat direct auprès des producteurs, grâce à la mise en contact du producteur et du consommateur, supprime l'étape de la distribution et réduit les déplacements des produits alimentaires ;
- enfin, l'autoproduction repose sur la production de biens en dehors de la production marchande. Le consommateur devient lui-même producteur des produits alimentaires : ni le consommateur, ni le produit alimentaire ne font *a priori* l'objet d'un déplacement.

**Les pratiques d'approvisionnement alimentaire « durables »**



Les courses alimentaires en magasin « classique »	L'approvisionnement alimentaire sans courses en magasin
Chânage des déplacements	Vente à distance
Regroupement des achats	Achat direct auprès des producteurs
Recours à l'offre commerciale de proximité	Autoproduction
Recours aux modes de déplacement alternatifs à la voiture individuelle	

Source : CRÉDOC 2011

## 1. LA VENTE A DISTANCE

---

La livraison à domicile, au profit des personnes exclues de la mobilité automobile et, en particulier, des personnes âgées, a été évoquée au cours du chapitre précédent à propos sur les solutions alternatives à la voiture individuelle. La livraison à domicile permet au consommateur d'abandonner au commerçant le portage des marchandises jusqu'à son domicile, mais il s'est auparavant lui-même déplacé en magasin pour y acheter les produits : ses déplacements n'ont pas été réduits, mais l'abandon du poids des courses a limité l'obligation d'un recours à la mobilité automobile. La vente à distance a un effet plus radical sur la mobilité du consommateur : celle-ci n'est plus exigée, ni pour l'achat, ni pour le portage des produits. Sauf exception, le consommateur commande les produits alimentaires et les réceptionne à son domicile, sans se déplacer<sup>38</sup>.

### 1.1 Dans l'attente du e-commerce

A l'heure d'Internet, d'eBay et d'Amazon, la vente à distance est désormais fortement associée au e-commerce. L'achat en ligne a été évoqué dans quelques entretiens à propos notamment de la possibilité d'acheter des livres sans se déplacer dans une librairie, en l'occurrence dans le centre de Caen où il est difficile de se garer. Aucun ménage interrogé n'a par contre, à un moment ou à un autre, commandé des produits alimentaires sur Internet. Pourtant, sous réserve de bilans écologiques comparant l'impact environnemental de l'achat sur Internet par rapport au commerce traditionnel, prenant en compte à la fois les déplacements du consommateur et ceux liés à la distribution, la formule du e-commerce pourrait se révéler pleine d'atouts dans la perspective de la ville durable. Il conviendrait toutefois, là encore, de ne pas limiter l'analyse à la seule dimension environnementale, mais d'intégrer les dimensions sociales et économiques du développement durable : le e-commerce peut-il notamment être associé à la création d'emplois locaux et contribuer au développement de liens sociaux liés à l'activité commerciale, dans les zones périurbaines ?

L'offre en ligne connaît un développement manifeste. L'alimentaire reste toutefois, avec l'automobile, le secteur où le taux de pénétration de l'achat en ligne reste le plus faible. En 2008, on peut estimer à 32 millions le nombre d'internautes, à 18 millions le nombre de cyberacheteurs et à seulement 2 millions le nombre de cyberacheteurs alimentaires. Les cyberacheteurs alimentaires sont de façon privilégiée des femmes appartenant aux catégories sociales aisées et ayant un niveau de diplôme élevé. Surtout, dans un marché dominé par les supermarchés en ligne, le lieu de résidence est déterminant. Les données Eurostat permettent d'évaluer à 11% la part des cyberacheteurs alimentaires parmi les internautes ayant acheté sur Internet au cours des 12 derniers mois. Cette part s'élève à 14% dans les zones densément peuplées, contre seulement 7% pour les zones modérément peuplées et pour les zones faiblement peuplées<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> Outre son domicile, le consommateur peut en effet réceptionner les produits alimentaires commandés sur son lieu de travail ou dans un point-relais. Dans l'alimentaire, la formule du « *drive in* » consiste à récupérer les courses commandées sur Internet, sur le parking de la grande surface ou sur un site dédié, nécessitant ainsi l'usage d'une voiture.

<sup>39</sup> Martial RANVIER, Rodolphe SURY [2009], « La vente de produits alimentaires sur Internet : un état des lieux en 2009 », *Cahier de recherche du CRÉDOC*, n°262. Cf. également Régis BIGOT, Patricia CROUTTE [2010], « La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française », *Collection des rapports du CRÉDOC*, n° 269.

Nombre de grandes enseignes lancent leurs cybermarchés et anticipent les développements futurs en augmentant les possibilités d'achat en ligne. La formule progresse sur le territoire national, mais reste encore cantonnée aux plus grandes agglomérations, sans concerner la plupart des périurbains qui n'ont pas aujourd'hui la possibilité pratique de faire leurs courses en ligne. Nos propres tentatives pour simuler des achats en ligne de produits alimentaires auprès de quelques grandes enseignes se sont révélées infructueuses pour les communes concernées par notre enquête. Une possibilité est offerte, mais en drive-in avec l'association d'une commande en ligne et d'une réception de la commande dans un supermarché : un gain de temps, mais non de déplacement.

La progression de la mise à disposition d'offre de ventes en ligne de produits alimentaires devrait susciter l'adhésion des périurbains qui connaissent des contraintes temporelles fortes et souhaitent à la fois réduire leurs déplacements automobiles et le temps consacré à « la corvée » des courses. Néanmoins, des résistances à la pénétration du e-commerce ne pourront être évitées. Commander en ligne, c'est réduire « la corvée » des courses, mais c'est aussi se frustrer du plaisir qui peut y être associé. Philippe qui connaît aujourd'hui une situation de sous-emploi, identifie bien les avantages du e-commerce. Toutefois, il ne semble pas prêt à renoncer à « la sortie » au supermarché avec ses enfants : « *les courses, ce n'est pas seulement pour acheter* ».

*« J'ai entendu que les gens font des courses par Internet... Ils se font livrer... Bon, je me dis peut-être que si j'ai un programme trop serré, peut-être on pensera à cette méthode. Si nous n'avons pas le temps. Mais si on a le temps, même s'il ne reste que le week-end... Il vaut mieux aller à Carrefour : c'est à côté... Ce n'est pas loin... Bien sûr, aller faire les courses, pour moi aussi, c'est me promener... Et on voit des rayons, on voit des choses, vous regardez s'il y a des nouveautés, tout ça, à Carrefour! C'est ça aussi les grandes enseignes... C'est ce qu'ils ont aussi de positif. C'est une distraction aussi, je vais avec les enfants, 'oh, y'a telle marque, y'a telle chose... On peut prendre ça, on peut prendre ça'... C'est un ensemble aussi les courses ! Ce n'est pas seulement acheter... », (Philippe et Marie, n°15, terrain d'enquête d'Épron).*

Charlotte est une internaute et même une cyberacheteuse confirmée. Pour ses achats importants, le dernier en date étant un lit, elle compare les prix proposés par les grandes surfaces sur Internet. Mais Charlotte fait également des commandes en ligne pour acheter des produits qu'elle ne trouve pas en magasin et/ou faire des bonnes affaires. L'achat en ligne ne la dispense pas de déplacements : elle se rend en voiture chez les particuliers vendeurs. Charlotte n'est par contre pas prête à devenir une cyberacheteuse alimentaire : outre qu'elle craint des prix plus élevés et une gamme de produits plus limitée que dans les grandes surfaces classiques, le recours à internet la priverait d'une occasion de sortie, mais surtout l'exempterait d'une tâche qu'elle considère inhérente à son rôle et ses devoirs de mère au foyer.

*« Si c'était possible, vous utiliseriez Internet pour faire les courses ?*

*- Non, non, parce que comme je suis maman au foyer... J'estime quand même que ça fait partie de mon... [...] Je ne sais pas, ça fait partie... Non, c'est ça... Je crois que comme j'ai le temps et que ça fait partie de mon... de mon travail, on va dire. Et puis ça me permet de sortir, de bouger, malgré tout. [...] Mais c'est toujours pareil, c'est parce que j'ai du temps. Je pense que si je bossais... si je retourne bosser, ce sera complètement différent, ça c'est sûr », (Charlotte et Thierry, n°27, terrain d'enquête de Sainte-Honorine-du-Fay).*



## 1.2 Des produits surgelés à domicile

Les périurbains et les ruraux sont aujourd'hui désavantagés par rapport aux urbains et, en particulier, aux urbains des plus grandes agglomérations, en matière d'offre d'achats de produits alimentaires en ligne. Ils apparaissent par contre bénéficier d'offres de vente à distance plus anciennes.

Plusieurs périurbains rencontrés, anciens ruraux, se rappellent des modes d'approvisionnement alimentaire de leur enfance. Outre l'autoproduction, ils évoquent les tournées des commerçants des bourgs ruraux, dans les hameaux et les fermes isolées. Louis raconte ainsi la tournée du boulanger, mais également celles de l'épicier, du boucher et du poissonnier dans la ferme de ses parents : seuls les achats anomaux étaient source de déplacements.

*« On produisait des volailles, des lapins. Il y avait des porcs, des moutons. On achetait un peu de bœuf au boucher qui passait, parce qu'on se déplaçait peu, parce que tous les commerçants venaient dans la cour... Le boulanger, il passait, il apportait le pain. L'épicier, il avait un tube Citroën surallongé, et c'était supermarché là dedans ! Il faisait toutes les fermes parce que nous étions en habitat dispersé ! [...] Le village le plus proche avec des commerces, c'était à 3 kilomètres à peu près ! Le centre, le canton, c'était à 7 kilomètres ! Et quand on avait besoin de choses plus importantes, c'était Saint-Lô, 20 kilomètres. [...] Tous venaient, le poissonnier, tout le monde... Pour toutes les fermes, partout ! Le commerçant avait un magasin au canton et il consacrait à peu près... En général, son épouse restait au magasin et lui, pendant deux, voire trois jours par semaine, faisait la tournée, ce qu'on appelait la tournée, aussi bien le boulanger que les autres, tous les commerçants faisaient leur tour », (Louis, n°1, terrain d'enquête d'Argences).*

De telles tournées ne relèvent pas à proprement parler de la vente à distance. Toutefois, comme le e-commerce aujourd'hui, la tournée permet au consommateur de ne pas se déplacer. Seules différences : le commerçant vient physiquement à lui dès la commande tandis que la livraison est immédiate. Le système des tournées ne semble plus aujourd'hui exister que sous une forme résiduelle. Le cas d'un boulanger est évoqué sur le terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay, mais aucun des ménages interrogés n'a recours à ses services. Aujourd'hui marginales, les tournées ne sont pas forcément vouées à une disparition totale : les exigences liées à la durabilité pourraient à terme nécessiter leur réactivation, sous une forme adaptée au goût du jour.

Plus fréquente, la livraison de produits surgelés à domicile est évoquée dans plusieurs entretiens. L'enquête de Colette Renard-Grandmontagne auprès de deux entreprises de la grande distribution, citées au cours de notre propre enquête, témoigne du dynamisme de cette offre. Il s'agit de deux entreprises familiales lorraines. Maximo, la plus ancienne, emploie 2 500 salariés et approvisionne plus de 600 000 ménages de la moitié nord de la France. Ses clients habitent pour moitié en milieu rural, mais désormais également pour moitié en zone urbaine et périurbaine : initialement peu mobiles, ils sont aujourd'hui plus souvent actifs. La seconde entreprise, Thiriet, est née en 1973 et emploie plus de 2 000 personnes. Il s'agit d'un fabricant-distributeur qui commercialise ses produits par le biais de la livraison à domicile, mais également dans plus de 100 magasins répartis dans toute la France : contrairement à Maximo, la livraison à domicile constitue une offre complémentaire à la vente en magasin<sup>40</sup>.

Le recours à cette forme de vente à distance est souvent pérenne chez les périurbains. Ils prennent vite connaissance de l'offre, par des membres de leur famille ou des voisins, mais surtout par l'offreur lui-même

---

40 Colette RENARD-GRANDMONTAGNE, « L'autre façon de faire ses courses ou la grande distribution chez le client », in Jean-Pierre BONDUE (sous la direction de) [2004], *Temps des courses, course des temps*, Lille, Université de Lille I., pp. 237-244.

qui distribue ses catalogues dans les boîtes aux lettres, fait du porte à porte et/ou contacte les clients par téléphone. La livraison de produits surgelés à domicile présente comme premier intérêt de respecter la chaîne du froid et de libérer de cette contrainte le consommateur lors de ces achats alimentaires. Malgré cet avantage, plusieurs ménages interrogés ont renoncé à une telle possibilité. Trois arguments sont dans ce cas avancés : le prix plus élevé et la moindre qualité gustative des produits en comparaison avec la grande distribution classique, ainsi qu'une tendance à la surconsommation sous la pression des offreurs.

Hélène a pendant deux ans commandé des surgelés par téléphone. Après un déménagement, elle a arrêté ses commandes malgré les relances de la chaîne de distribution. Elle préfère désormais se déplacer dans un magasin d'une chaîne concurrente : elle achète à la date qui correspond à ses besoins, et non à celle imposée par l'offreur des produits jugés de meilleure qualité (Hélène et Jérôme, n°14, terrain d'enquête d'Épron). Annie a pour sa part arrêté le système en raison d'une diminution de la qualité des produits proposés, de leur coût, mais également d'un rapprochement de la périphérie caennaise : un récent déménagement lui a permis d'habiter à proximité d'un magasin d'une chaîne de surgelés concurrente.

*« J'ai fait pendant un temps les surgelés, là où j'habitais avant, parce qu'on était quand même plus loin des grandes surfaces, donc c'était pratique. Ils livraient toutes les semaines, ils prenaient une commande pour la semaine d'après... Et puis il s'est avéré qu'un des produits que je prenais, ils ne les faisaient plus... Donc j'ai changé... J'ai essayé d'autres produits qui ne me convenaient pas... On n'aimait pas, on n'aimait pas ! On ne va pas se forcer. Je ne vais pas acheter juste parce que c'est pratique de livrer ! Donc je leur ai dit non... Depuis je n'ai même pas retenté... J'ai été sollicitée, j'ai regardé au niveau prix... Non, au niveau prix, c'est beaucoup plus cher... une très nette différence, je ne sais pas, 20-30%... Donc je me dis, je ne vais pas très loin, je prends mes sacs isothermes... [...]... L'idée était bonne, ça évite que les produits perdent le froid, enfin le changement de température, ce n'est pas bon pour les surgelés, et puis ... Et puis, c'était pratique ! », (Annie et Michel, n°13, terrain d'enquête d'Épron).*

La vente à distance, sous quelle forme que ce soit, apparaît particulièrement adaptée au mode de vie périurbain, dépendant de la voiture individuelle. Mais son adoption, au-delà de la clientèle captive des périurbains les plus éloignés des centres, nécessite de satisfaire nombre de critères déjà identifiés par les offreurs : gamme élargie et qualité des produits, attractivité des prix, flexibilité des dates et horaires de commandes et de livraisons... Les exigences des consommateurs en termes de flexibilité des commandes et des livraisons ne doivent notamment pas accroître le coût environnemental lié au transport des marchandises au point de réduire la durabilité de telles offres. A cet égard, un équilibre doit être trouvé entre une limitation du nombre de tournées favorable à des critères environnementaux et la satisfaction du client, susceptible de se tourner vers des offres plus « classiques ». Il semble que pour des critères sans doute plus économiques qu'environnementaux, les sociétés de livraison de produits surgelés aient d'ores et déjà réduit le nombre de leurs tournées et notamment supprimé une tournée auparavant destinée à la distribution du catalogue.

## 2. LES ACHATS AUPRES DES PRODUCTEURS

---

### 2.1 « Limiter le transport des produits »

Une part des périurbains interrogés considèrent que les mobilités liées à l’approvisionnement alimentaire ne peuvent être limitées aux déplacements des consommateurs, et doivent inclure le transport des produits alimentaires. Pour les consommateurs de produits issus de l’agriculture biologique, mais également pour d’autres périurbains, plus ou moins préoccupés par la protection de l’environnement, la question de la distance parcourue par les produits alimentaires, du lieu de production au lieu de consommation, n’est en effet pas sans importance : le lieu de production peut constituer un critère d’achat ou, à l’inverse, de boycott des produits alimentaires.

Louis a toujours été attentif à la qualité des produits alimentaires et s’approvisionne de façon privilégiée en produits issus de l’agriculture biologique. Originaire du milieu agricole, il se montre critique à l’égard de la modernisation de l’agriculture engagée à partir des années soixante. Il en pointe les conséquences négatives : dégradation des paysages ruraux (disparition du bocage), endettement des agriculteurs et maladie pour un certain nombre d’entre eux (taux de cancers supérieur au reste de la population, lié à l’utilisation d’engrais et de produits phytosanitaires). Acheter des aliments ayant un label « issu de l’agriculture biologique » ne lui suffit pas. Louis se refuse à consommer « les produits bio » proposés dans les grandes surfaces à proximité de son domicile : celles-ci n’ont pas suffisamment intégré les exigences liées à la réduction des emballages. Il préfère se rendre une fois par mois à Hérouville-Saint-Clair chez Jonathan où de nombreux produits sont vendus en vrac. Des préoccupations liées aux conditions de production s’ajoutent à celles relatives aux possibilités de recyclage des déchets. Louis évite d’acheter des aliments produits à l’étranger et, notamment, hors d’Europe, car les conditions de production dans certains pays lui apparaissent peu contrôlées et ne pas garantir le respect des normes françaises ou européennes de l’agriculture biologique. « *Vous achetez des haricots verts qui viennent du Maroc ! Ils ont été hyper traités, parce que là-bas les normes sont pas les mêmes qu’ici !* » (Louis, n°1, terrain d’enquête d’Argences). Ses réticences à l’achat de produits alimentaires importés s’expliquent aussi par le coût environnemental lié à leur transport. Pour lui, « *du raisin biologique qui vient d’Argentine, n’est pas du raisin écologique. (...) Si on prenait le bilan carbone de toute la bouffe bio qu’on trouve à droite à gauche, il y a des bilans qui seraient plus que catastrophiques* ». Pour les produits tropicaux comme les bananes, Louis privilégie le transport en bateau au détriment de celui en avion, plus grand émetteur de gaz à effet de serre (GES). Pour les autres produits, il revendique d’être « *locavore* », consommateur d’aliments produits à proximité du domicile, quitte à délaisser l’agriculture biologique au profit de l’agriculture raisonnée locale. Sa consommation de produits issus de l’agriculture biologique renvoie à des inquiétudes sur les effets de l’alimentation sur la santé, mais tout autant, et à la différence d’autres consommateurs de produits « bio », à des craintes quant à l’avenir de la planète, à la pérennité de la biodiversité et au changement climatique.

A la différence de Louis, Marie-Ange ne consomme pas de produits issus de l’agriculture biologique. Elle privilégie les produits français, non pour réduire le coût environnemental lié à leur acheminement, mais pour contribuer à la sauvegarde de l’emploi d’agriculteurs soumis à de fortes contraintes économiques. Sur ce point, elle rejoint pour partie Louis qui cherche par ses achats à soutenir de jeunes agriculteurs locaux.

*« Je n’achète jamais d’agneau de Nouvelle-Zélande. Le porc, je veux qu’il soit français, le bœuf aussi d’ailleurs, tout ce qui est communauté européenne quelques fois, mais c’est très rare. Tout ce qui est Nouvelle-Zélande, Argentine, alors là, c’est non... Quand on voit nos éleveurs français qui ont tant de difficultés, il faut rester un petit peu... Parce qu’on a des producteurs de cochons, quand on voit que*

*la bête sur pied, ils vont l'acheter jusqu'à 1 euro 50 sur pied, le kilo. Quand vous voyez qu'à la fin, le kilo de côtes de porc, on vous le vend 7 euros, le rôti on vous le vend 7 à 8 euros : il faut arrêter !... Alors je me dis autant aider, autant continuer à acheter de la viande française, arrêter d'acheter étranger, surtout sur la viande ! Et puis il y a la qualité, pour moi, il y a aussi le côté fraîcheur ! », (Marie-Ange et Jean-Claude, n°3, terrain d'enquête d'Argences).*

Justine n'est elle non plus pas une consommatrice de produits bio. Elle s'est rendue une fois au magasin coopératif Jonathan pour y chercher de la farine de sarrasin, et a été « révoltée » par les prix pratiqués. Justine dit ne pas être « écolo à 100% ». Toutefois, elle est devenue progressivement sensible aux questions environnementales et évoque longuement au cours de l'entretien les conditions d'élevage des poissons. Comme Marie-Ange, elle évite d'acheter des produits alimentaires importés et privilégie les produits de saison, à la fois par « bon sens », pour aider la petite agriculture locale et par souci écologique.

*« Entre les haricots du Maroc et des haricots du coin, forcément, je choisirais les haricots verts du coin... J'ai habité à la campagne et il y avait des haricots verts chez ma grand-mère et je trouve ça aberrant d'aller, de traverser la Méditerranée pour aller chercher des haricots verts. Par souci peut-être un peu d'écologie... De bon sens... Et puis, pour faire vivre le petit agriculteur du coin aussi. Après c'est vrai que si le prix est aberrant, ... je n'achèterais ni l'un, ni l'autre. [...] Je suis peut être conditionnée par ce qu'on peut entendre aussi, par rapport à la planète, à tout ce que l'homme fait et qui engendre tellement de soucis sur l'environnement. Cela date de quelques années. Je ne suis pas écolo à 100%, mais j'ai quand même une conscience, enfin, j'essaie. Avant, je ne faisais pas attention... Je ne vais pas détailler tous les apports en lipides. On n'a pas fini autrement, mais par contre, la provenance, j'essaie de faire un peu attention, depuis 5, 6 ans, je ne sais pas pourquoi », (Justine et Guillaume, n°22, terrain d'enquête d'Épron).*

Comme nombre de consommateurs, Justine n'est toutefois pas sans ambiguïté lorsque ses goûts vont à l'encontre de ses principes. Les fraises doivent être françaises, sinon elle repoussera leur achat à la pleine saison. Les tomates dont elle est très friande, font par contre l'objet de quelques accommodements et le prix paraît le véritable critère d'achat. L'hiver, pour cuisiner, Justine les prendra en boîtes, au moment où les prix sont les plus élevés. Par contre, elle n'hésitera pas, à d'autres moments de l'année, si les prix baissent, à acheter des tomates espagnoles, tout en évitant les tomates marocaines.

*«Je ne peux pas vivre sans tomates... Donc, c'est le seul produit que je continue à acheter, j'essaie d'éviter de traverser l'Atlantique ou la Méditerranée, mais bon... en Espagne, que ce soit en Europe, qu'on ne traverse pas... Les fraises espagnoles, non, j'évite, mais les tomates espagnoles, oui... Je n'ai rien contre le Maroc, c'est vraiment la distance, ce n'est pas possible. L'Espagne, je me dis que c'est moins loin que le Maroc... », (Justine et Guillaume, n°22, terrain d'enquête d'Épron).*

## **2.2 Vente directe et maîtrise de la distribution**

L'achat de produits issus de l'agriculture « locale » peut de plus en plus être effectué dans des petits commerces alimentaires ou dans la grande distribution : celle-ci a pris en compte les désirs de la clientèle en termes de produits issus de l'agriculture biologique, mais également de produits de l'agriculture locale, à laquelle sont associées, à tort ou à raison, les idées à la fois de qualité, de fraîcheur et d'exploitations agricoles de petite taille.

Les formes de vente directe sont diverses et leurs impacts en termes de déplacements, variés. A Argences, des producteurs locaux livrent une supérette du bourg, mais sont également présents au marché du jeudi. Les producteurs de l'agriculture biologique, raisonnée ou non identifiée comme telle, peuvent être présents sur des marchés où ils vendent leurs produits directement aux consommateurs. La présence de producteurs est ainsi évoquée pour les marchés d'Argences et de Courseulles, sans oublier le grand marché du vendredi

à Caen qu'un des périurbains rencontrés fréquente régulièrement. Le marché est apprécié pour son ambiance, ses couleurs, la liberté de circulation, ses échanges sociaux moins marqués par l'inégalité sociale<sup>41</sup>. « Mais son attrait est aussi dû à la liaison, bien plus évidente qu'ailleurs, entre le producteur et ses produits. La terre cultivée, nourricière, n'est jamais loin, dans la réalité comme dans l'imaginaire<sup>42</sup>. Si le marché fait souvent consensus, il n'est pas pratiqué par tous et sa fréquentation, ou plutôt sa non-fréquentation, apparaît dans notre enquête comme un marqueur social. Les consommateurs friands de produits issus de l'agriculture biologique, raisonnée et/ou simplement locale, apprécient les marchés pour la qualité supposée des produits proposés et le contact avec des petits producteurs. Le marché est le « *dada* » de Louis qui n'a jamais renoncé à cette pratique dans ses différents lieux de résidence en région parisienne et en Normandie. Mais d'autres ménages ne les fréquentent pas ou très peu, en tout cas pas pour les produits alimentaires : les prix pratiqués leur apparaissent très élevés, en comparaison avec la grande distribution. Catherine pratique le marché chaque semaine, mais pour y acheter des fleurs et occasionnellement des vêtements qu'elle acquiert également par correspondance (Catherine, Jean et Thérèse, n°3, terrain d'enquête d'Argences). Sylvain ne fréquente pas le marché en raison de difficultés de stationnement. Il se rend de temps en temps le lundi matin au marché de Saint-Pierre-sur-Dives qui proposait auparavant une foire aux bestiaux. Mais c'est pour lui avant tout une promenade pour montrer les animaux aux enfants, prendre un casse-croûte : « *se faire plaisir* ». Il n'y achète que quelques produits alimentaires en dépannage, une salade ou un kilo de pommes (Béatrice et Sylvain, n°4, terrain d'enquête d'Argences). De fait, dans notre enquête, plusieurs ménages modestes considèrent le marché comme un lieu d'excursion, associé aux vacances et à l'achat de souvenirs, mais, en tout cas, pas à l'achat régulier de produits alimentaires.

Les marchés ne sont pas les seuls lieux de vente directe. Nombre de producteurs offrent désormais la possibilité d'« achat à la ferme ». Les lieux de vente directe sont dans leur forme, leur importance, mais également leur clientèle, fort différents les uns des autres. Dans un premier exemple, à l'extrémité d'un village et hors de tout axe routier important, connu des seuls « initiés », un grand jardin potager présente à l'air libre des caisses, une table et une vieille balance à poids. Les légumes sont coupés au fur et à mesure des commandes et le client circule dans le jardin au gré de l'arrachage. L'addition est calculée à la main sur un cahier d'écolier. Dans un deuxième exemple, une exploitation localisée à proximité d'un grand centre commercial et gérée selon les principes de l'agriculture raisonnée, propose depuis près de quinze ans une activité de vente directe. La clientèle peut elle-même cueillir 50 fruits et légumes différents selon les saisons, auxquels s'ajoute la vente de produits transformés sans adjonction de conservateur : confitures, potages et veloutés de légumes, terrines. Un site Internet précise les conditions d'accès routier, les horaires ainsi que la liste des produits disponibles. Dans un troisième exemple, la « boutique » d'une exploitation est installée à proximité d'une route nationale, facilement repérable par les automobilistes. Les fruits et légumes sont préparés à l'avance. Au fil du temps, les producteurs ont ajouté à la vente, outre leur propre production, des produits achetés à l'extérieur, notamment des produits exotiques tels des bananes : il s'agit de s'adapter aux besoins d'une clientèle qui ne semble pas particulièrement perturbée par l'achat dans une ferme normande de bananes martiniquaises. L'exploitante note une augmentation régulière du chiffre d'affaires malgré une progression du nombre d'agriculteurs développant une offre de vente directe. La clientèle est à la fois caennaise et périurbaine. Les périodes de hausse du prix du carburant se traduisent

---

<sup>41</sup> Voir Michelle de la PRADALLE [1998], *Les Vendredis de Carpentras, faire son marché en Provence ou ailleurs*, Paris, Fayard.

<sup>42</sup> Martyne PERROT [2009], *Faire ses courses*, *op. cit.*, pp. 166-167.

selon l'exploitante par une baisse du nombre de clients caennais, alors que les périurbains continuent de fréquenter le lieu de vente au fil de leurs allers-retours quotidiens vers Caen et sa périphérie.

La localisation de notre terrain d'enquête, à proximité de la mer, ajoute à l'achat direct auprès d'agriculteurs celui auprès de pêcheurs. Dans les communes de la côte, des pêcheurs vendent leur pêche chez eux ou sur le terrain qui abrite leur bateau, à des horaires susceptibles de varier en fonction de la marée. Mais la vente directe de poissons a également lieu sur les ports où se rassemblent plusieurs pêcheurs. Le bruit circule régulièrement que certains d'entre eux ne vendraient pas exclusivement le produit de leur pêche... et serviraient d'intermédiaires entre d'autres pêcheurs et la clientèle.

L'achat direct auprès de producteurs, sans l'intermédiaire d'un distributeur, est apprécié par nombre de périurbains : il permettrait d'accéder à des produits frais, n'ayant pas séjourné dans des frigos, d'une meilleure qualité gustative, d'entretenir des contacts directs avec des producteurs dont on peut vérifier le caractère non industriel, si ce n'est de soutenir par ses achats une agriculture alternative, « bio » ou raisonnée. Outre qu'elle privilégie les produits locaux lors de ses achats en supermarché, Justine achète chaque année la dinde de Noël à un producteur connu de ses beaux-parents. Le prix de la volaille est jugé élevé, mais compte tenu de la qualité du produit, abordable pour une telle occasion : « *On n'achète pas des dindes tous les quatre matins* », (Justine et Guillaume, n°22, terrain d'enquête d'Épron). D'autres périurbains sont des pratiquants réguliers de la vente directe : celle-ci leur permet d'accéder à des produits de qualité, tout en bénéficiant de prix intéressants, en l'absence d'intermédiaire. L'élément financier n'est pas à négliger. Mère de quatre enfants, Marie-Ange est attentive aux prix des denrées alimentaires : elle privilégie la vente directe dans laquelle elle voit la possibilité de faire des « *bonnes affaires* » dès lors qu'elle fait ses achats à la bonne saison et en quantité.

*« Mon poisson, je vais l'acheter frais. Par exemple, il y a 15 jours, j'étais à Courseulles, je suis revenue avec 18 kilos de poisson... que j'ai congelés. On est revenu avec 8 kilos de maquereaux pour 10 euros je crois... Et on est revenu avec 5 kilos de soles pour 50 euros, et de la belle sole, des soles portions, et on est revenu avec des coquilles St Jacques, de la pétoncle comme on appelle ça aussi. Donc là, après on congèle, on surgèle, mais d'entrée... Bientôt je vais aller chercher ma seiche, je vais l'acheter fraîche et je vais la congeler »*, (Marie-Ange et Jean-Claude, n°3, terrain d'enquête d'Argences).

L'identification des lieux de vente directe et des « bons » producteurs, mais également la connaissance des saisons et des modalités de conservation des produits, est nécessaire au bon usage de la vente directe. Le cercle familial, amical et/ou le voisinage sont le lieu privilégié d'échange des bonnes adresses, mais également de regroupement des commandes, si ce n'est de conservation des produits. Jacques achète des crustacés à un pêcheur par l'intermédiaire d'un ami (Jacques et Paola, n°24, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay). Justine achète sa dinde de Noël à un aviculteur connu depuis plus de vingt ans par ses beaux-parents. Marie-Ange commande par l'intermédiaire de sa sœur ses poulets fermiers à une agricultrice. Sa belle-mère lui rapporte de la Creuse du mouton acheté directement à un éleveur. Joseph assure quant à lui le regroupement des commandes biennuelles de volailles pour son fils, sa fille, mais également son frère. De même, il prend régulièrement en charge pour lui-même et plusieurs de ses enfants les commandes de vins auprès de viticulteurs. Le regroupement des commandes permet de réduire les frais d'envoi du vin livré par voie postale en cubitainer. Le vin fait dans un second temps l'objet plus ou moins mutualisé d'une mise en bouteilles, suivie de dégustations communes et d'échanges sur la qualité du produit (Marthe et Joseph, n°17, terrain d'enquête d'Épron). L'achat direct ne concerne ainsi pas seulement des produits de l'agriculture locale et peut supposer un transport plus ou moins important des produits. De même, l'achat direct auprès de producteurs locaux ne sera pas forcément sans susciter de déplacements. Jean-Pascal n'hésitera pas à se rendre jusqu'à Port-en-Bessin, pourtant plus éloigné que le port de Courseulles, lorsque les prix de la coquille Saint-Jacques y sont plus bas, même de quelques centimes : il

est vrai qu'il en achète chaque année plusieurs dizaines de kilos, directement congelés après l'achat (Armelle et Jean-Pascal, n°20, terrain d'enquête d'Épron).

Une nouvelle forme de vente directe est apparue il y a quelques années avec la création des Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP) : des consommateurs se regroupent pour soutenir des producteurs pratiquant ou souhaitant pratiquer l'agriculture biologique en leur faisant des commandes régulières et leur assurant ainsi une part plus ou moins importante de leur revenu, tandis que les producteurs livrent des produits que les membres de l'association se distribuent sous forme de « paniers ». Les deux AMAP contactées ont intégré le critère de la distance dans le choix du producteur qui leur livre les fruits et légumes. Entre deux producteurs pressentis, les membres de la première AMAP ont choisi celui installé à une dizaine de kilomètres, au détriment du second dont l'exploitation se situait à dix-sept kilomètres. Ils soulignent également que la productrice choisie utilise un cheval, et non un tracteur, pour les travaux sous serre. Les autres producteurs avec lesquels ils sont en relation sont plus éloignés : l'offre « bio » est peu importante pour des produits spécialisés tels que le miel, la viande... La priorité donnée à un producteur de miel « bio » installé à plus de trente kilomètres, au détriment d'un producteur « local » ne pratiquant pas l'agriculture biologique, relativise l'importance accordée au critère du déplacement motorisé. Au moment de notre enquête, des membres de cette même AMAP souhaitaient par ailleurs prolonger leur démarche dans la création d'une épicerie coopérative de produits issus de l'agriculture biologique. Leur objectif est de disposer d'un magasin « bio » à proximité, mais surtout de réduire les coûts d'une « alimentation bio », grâce à la maîtrise d'une partie du circuit de distribution et à la prise en charge « bénévole » de la vente au détail.

### 3. L'AUTOPRODUCTION

---

Après la vente à distance et la vente directe, ce chapitre traite des pratiques d'autoproduction, soit la « production de biens ou de services en dehors de la production marchande »<sup>43</sup>. Elles nous intéressent dans la mesure où, *a priori*, ni le consommateur, ni le produit alimentaire, ne font l'objet d'un déplacement : le ménage produit lui-même des aliments qu'il consomme.

#### 3.1 La diversité des formes d'autoproduction

Les formes d'autoproduction sont variées. En retenant l'idée à laquelle nous invite Michel Pinçon d'une production de biens en dehors de la production marchande, peuvent y être intégrées les pratiques liées à la culture des vergers et jardins potagers, mais également à l'élevage, si ce n'est à la chasse, la cueillette et la pêche.

##### 3.1.1 Vergers, jardins potagers et petit élevage

Une résidence périurbaine ne va pas systématiquement de pair avec la disposition d'un terrain : une part des périurbains habitent des maisons sans jardin ou même sans cour, notamment dans les bourgs des communes périurbaines ; nombre d'entre eux sont même logés en appartement dans des immeubles collectifs. Néanmoins, le jardin reste dans les représentations et, le plus souvent, dans la pratique, associé au périurbain, *a contrario* de la ville dense. La maison individuelle facilite l'entretien d'un verger et/ou d'un jardin potager, susceptibles de produire fruits et légumes de saison. En l'absence d'un jardin de taille suffisante, deux périurbains interrogés ont loué pendant plusieurs années un terrain pour se consacrer à l'autoproduction. Une périurbaine a récemment acheté un terrain clos près de son domicile pour agrandir son jardin potager. Une autre entretient le jardin potager de sa mère situé à une dizaine de kilomètres de son domicile : la terre de son propre jardin n'est pas propice à la culture de légumes. L'autoproduction peut ainsi nécessiter des déplacements pour se rendre sur le lieu de production. Des déplacements sont plus fréquents pour acquérir le matériel de jardinage, les produits phytosanitaires, les graines et les plants. Ces derniers peuvent être achetés en vente directe auprès de producteurs ou dans des jardinerie qui jalonnent désormais les espaces périurbains et deviennent de véritables buts de promenade durant le week-end. La mobilité automobile liée à la fréquentation de deux jardinerie, avec de nombreux allers et retours pour faire des achats de plants, mais également « voir ce qui se fait de nouveau », se renseigner, si ce n'est tout simplement se promener et montrer des animaux aux enfants, limite quelque peu la durabilité des pratiques d'autoproduction de Sylvain (Sylvain et Béatrice, n°4, terrain d'enquête d'Argences).

Outre le jardinage, la présence d'un terrain autorise l'élevage de volailles et même parfois, d'animaux de taille plus importante. Le jardin de Jean, Thérèse et Catherine est à la fois un jardin d'ornement, dirigé par la fille, et de production agricole, sous la responsabilité du père. Celui-ci entretient des arbres fruitiers, pommiers et poiriers, cultive des légumes comme des pommes de terre, des carottes, des poireaux... Au moment de notre entretien, le poulailler n'accueille qu'une vingtaine de poules pondeuses, mais nous ne sommes qu'au début du printemps et le temps est encore froid. Dans quelques semaines, Jean s'occupera

---

<sup>43</sup> Michel PINÇON [1986], « Autoproduction, sociabilité et identité dans une petite ville ouvrière », *Revue française de sociologie*, Vol. 27, n°4, pp. 629-653.



d'une centaine de jeunes poulets qu'il nourrira durant tout l'été (Thérèse, Jean et Catherine, n°5, terrain d'enquête d'Argences). L'histoire de Jacques et Paola est particulière. Alors jeune retraité et infirmière, ils ont acheté il y a une vingtaine d'années une maison ancienne dans un bourg situé à 25 kilomètres de Caen. Quelques mois après leur arrivée, leur voisin agriculteur meurt et le couple ainsi que des voisins craignent la vente du terrain à un investisseur désireux d'aménager un lotissement. Ils décident alors d'acheter les terres et de s'entraider pour les valoriser. Outre son jardin potager, Jacques a dans un premier temps acquis des chèvres, puis, dans un second temps, des moutons. Il a aujourd'hui six brebis, tandis qu'un de ses voisins, agriculteur, élève chaque année un porc pour sa consommation personnelle, et une voisine, des volailles et des lapins (Paola et Jacques, n°24, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay).

### **3.1.2 Chasse, cueillette et pêche**

La chasse n'a été qu'exceptionnellement évoquée au cours de notre enquête. Jacques chasse chaque année de septembre à février des perdrix, des faisans, des pigeons, et participe à des battues au sanglier. Des parties de chasse ont été racontées au cours de l'entretien collectif avec plusieurs membres d'une famille élargie, mais elles datent d'une trentaine d'années lorsque le père, aujourd'hui âgé, chassait avec des amis, plus rarement avec un de ses fils et une de ses filles. Un oncle a néanmoins offert à cette famille un sanglier il y a deux ans tandis qu'un ami de Louis lui apporte de temps à autre un peu de gibier. Outre les ressources tirées des champs et des forêts avec notamment la cueillette des mûres et de champignons, la proximité de la mer joue un rôle important dans l'aire caennaise : les périurbains, tout du moins pour partie, en tirent des produits alimentaires. La pêche en bateau et, surtout, la pêche à pied, aux moules, aux coques, aux étrilles, aux crevettes... se pratiquent au rythme des saisons.

*« On pêche beaucoup et on a l'habitude de ne manger que des produits frais, ultra frais. Par exemple, les huîtres du commerce, on n'en mange pas ! En général, on va pêcher, on mange ce qu'on a. On en prend peu, mais on mange ce qu'on a pêché (...). C'est aussi le loisir d'aller... Là par exemple jeudi de la semaine dernière, c'était une marée de 90. On a invité des amis à venir parce qu'ils aiment ça aussi. On a été 3 heures sur les rochers à pêcher. On est revenus rincés, on a mangé notre pêche, et puis voilà quoi !, (Marie-Ange et Jean-Claude, n°3, terrain d'enquête d'Argences).*

La chasse, la cueillette et la pêche font plus que la production agricole l'objet de déplacements. Certaines pêches nécessitent des déplacements conséquents : pendant les grandes marées, Jacques se rend ainsi dans le département voisin de La Manche s'il veut pêcher des huîtres ou des palourdes. Marie-Ange et Jean-Claude font de même.

Il convient enfin d'évoquer le glanage même si les périurbains semblent peu le pratiquer ou, tout du moins, peu annoncer le pratiquer. Seul Olivier et Julie racontent être fournis en pommes de terre par des amis qui les glanent après la récolte. Les cultures agricoles sont de toute façon plus ou moins favorables au glanage : les cultures céréalières de la plaine de Caen y sont peu propices ; par contre, le glanage est sans doute plus développé sur le littoral où la légèreté du sol favorise les cultures maraichères.

### **3.1.3 Conservation et transformation des produits**

L'autoproduction est souvent associée à des pratiques de conservation et de transformation des produits alimentaires. Nombre de périurbains rencontrés font des confitures et/ou congèlent une partie de leur production de légumes. Thérèse se présente comme une spécialiste des confitures de rhubarbe, mais elle en confectionne beaucoup d'autres, auxquelles s'ajoutent des conserves de compotes et des fruits en bocaux, sans compter nombre de congélations de légumes (Thérèse, Jean et Catherine, n°5, terrain d'enquête d'Argences). Jacques et Paola font chaque année avec leurs voisins des conserves de légumes, du coulis de

tomates, des confitures, des jus de fruits, des compotes de fruits, mais également des rillettes de lapin et du boudin (Paola et Jacques, n°24, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay).

Là encore, l'habitat périurbain, par sa taille et l'existence d'espaces de rangement importants (arrière-cuisine, cave, garage...), est favorable à la transformation et au stockage des produits. Aux confitures et aux conserves, le congélateur a ajouté la possibilité plus rapide de la congélation. Aujourd'hui largement diffusé dans la société française<sup>44</sup>, le congélateur est indispensable aux périurbains qui en ont un usage pour partie spécifique. Possesseurs d'un ou même de deux congélateurs de taille importante, certains, adoptant des pratiques proches des pratiques urbaines, l'utilisent pour stocker des produits surgelés préparés par l'industrie agro-alimentaire et achetés dans la grande distribution, mais d'autres y conservent les fruits de leur autoproduction, si ce n'est de leurs achats directs auprès des producteurs, opérant au préalable une congélation domestique. La congélation évite ou limite les déplacements en voiture individuelle dès lors qu'elle va de pair avec le regroupement des achats alimentaires (chapitre I) et/ou leur autoproduction. Toutefois, dans la perspective de la ville durable, il conviendrait d'en évaluer le coût énergétique et de le comparer avec le gain réalisé grâce à la réduction des déplacements automobiles.

### 3.2 L'importance des pratiques

Il est difficile de quantifier la part de l'autoproduction dans la consommation alimentaire et, par suite, son impact en termes de mobilités liées aux pratiques d'approvisionnement. Un producteur en vente directe interrogé au cours de l'enquête note l'impact de l'autoproduction sur ses propres ventes : chaque année, les ventes de fruits et légumes souffrent de la concurrence de l'autoproduction en pleine saison ; surtout, la vente de plants augmente au fil des années. L'enquête Budget des Familles intègre dans la consommation alimentaire, l'alimentation à domicile, les repas pris à l'extérieur et l'autoconsommation. L'enquête la plus récente de 2006 montre que « valorisée aux coûts du marché, l'autoconsommation est importante principalement pour les légumes et pour les fruits. Les légumes autoconsommés représentent en effet 23% de la dépense par personne en légumes consommés à domicile, et les fruits consommés 12% de la consommation de fruits. (...) Pour les fruits de la mer (7%) et la viande (4%), elle est évidemment moins répandue »<sup>45</sup>.

La part de l'autoproduction dans la consommation des ménages périurbains est extrêmement variable. Nulle pour une partie d'entre eux, elle est significative dans certains ménages, qui plus est lorsqu'on intègre dans le calcul les échanges de denrées alimentaires issues de l'autoproduction. « Il existe des échanges de biens et de services autoproduits et donc un "automarché", ou marché parallèle, qui constitue une médiation entre autoproduction et sociabilité. Ces réseaux de "distribution" sont fondés sur le principe de la réciprocité volontiers décrit dans le vocabulaire de la solidarité et de l'entraide »<sup>46</sup>.

A l'exception de la volaille, Hélène et Jérôme n'achète jamais de viande. Ils sont « livrés » par les parents d'Hélène, agriculteurs dans le département de la Manche : « *quand je prends de la viande ou s'ils*

---

<sup>44</sup> L'Enquête Conditions de vie des ménages de l'INSEE chiffre à 84% le pourcentage de ménages ayant un congélateur. Ce pourcentage s'élève à 93% pour les couples avec enfants.

<sup>45</sup> France CAILLAVET, Cédric LECOÛTE, Véronique MICHELE, « La consommation alimentaire : des inégalités persistantes mais qui se réduisent », in INSEE [2009], *Cinquante ans de consommation en France*, pp. 49-62.

<sup>46</sup> Michel PINÇON [1986], « Autoproduction, sociabilité et identité dans une petite ville ouvrière », op. cit., p. 629.

*l'amènent, c'est un demi veau, un quart de bœuf, enfin voilà... Ce n'est pas de la rigolade !* » (Hélène et Jérôme, n°14, terrain d'enquête d'Épron). Jacques distribue de la viande ovine qu'il produit à plusieurs membres de sa famille, notamment sa belle-mère qui réside à une dizaine de kilomètres. Mais c'est avant tout dans le réseau de voisinage que s'inscrit dans son cas « l'automarché » évoqué par Michel Pinçon. Suite à l'achat des terres « libérées » par le décès de leur voisin agriculteur, une organisation informelle s'est en effet mise en place au fil du temps qui permet à Jacques et deux de ses voisins de s'entraider pour les travaux de récolte et de transformation des produits, mais également d'échanger des savoir-faire et les fruits de leur autoproduction. Jacques et Paola n'achètent qu'exceptionnellement de la viande : ils consomment la viande de leurs agneaux, mais également des volailles fournies par une voisine et de la viande de porc remise par un voisin, auxquels ils donnent en échange de la viande de mouton de leur production. Grâce au même système d'échange, le couple achète très peu de fruits et légumes du mois de juin au mois d'octobre (Paola et Jacques, n°24, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay). Dans le cas de Jean, Thérèse et Catherine, la part de l'autoproduction dans la consommation alimentaire ne peut pas non plus être considérée comme marginale, tant elle se prolonge dans des pratiques de transformation et de conservation élaborées, et donne lieu à des dons et contredons au sein de la famille élargie (enfants, neveux et petits-enfants). Aujourd'hui essentielle dans l'économie domestique, l'autoproduction était indispensable lorsque Jean et Thérèse avaient leurs enfants à charge : ouvrier durant la journée, Jean avait loué un terrain et se consacrait au jardinage durant ses soirées et ses week-ends (Thérèse, Jean et Catherine, n°5, terrain d'enquête d'Argences).

L'enquête Budget des Familles de 2006 révèle que la part de l'autoconsommation, élevée chez les agriculteurs (19% du budget alimentaire en 2006), n'est pas négligeable chez les retraités (6%), les ouvriers (3%) et même les cadres (1%). Mais il est clair que « l'autoconsommation est davantage pratiquée par les ménages les plus pauvres que par les ménages les plus riches (...) : plus on s'élève dans l'échelle des revenus par unité de consommation, plus le recours à ce type d'approvisionnement est limité. L'autoconsommation joue ainsi un rôle compensateur pour les ménages les plus pauvres et atténue l'inégalité des budgets alimentaires<sup>47</sup> ».

Limitant l'inégalité des budgets consacrés à l'alimentation, l'autoproduction n'a néanmoins pas pour seul motif la précarité économique. Elle est également liée au plaisir d'être en contact avec la nature, à la fierté de voir pousser les légumes que l'on a soi-même plantés, arrosés, cueillis, sans parler de la qualité gustative des produits autoproduits et de l'intérêt pédagogique d'un jardin pour de jeunes enfants.

*« Parce que j'aime bien, ne serait-ce que manger une tomate du jardin et manger une tomate du commerce qui vient du Maroc, ce n'est pas le même goût. C'est flagrant ! Ce n'est même pas une question d'économie : c'est une question de plaisir ! C'est un plaisir de 'Tiens on va se manger une tomate du jardin !' (...). Ce qui fait plaisir, c'est quand je vois ma fille qui me dit 'Tiens, je voudrais manger des radis', elle va les cueillir toute seule dans le jardin quoi ! Malheureusement, il y a plein de gamins à la limite, ils ne savent même pas ce que c'est que des radis, vous prenez les gamins de banlieue parisienne et tout ça, ils ont jamais vu un jardin, ils ont jamais vu une poule... »*, (Sylvain et Béatrice, n°4, terrain d'enquête d'Argences).

En des temps d'incertitude alimentaire, l'autoproduction permet en outre d'assurer une parfaite traçabilité et la garantie de consommer des produits « sains », notamment pour ceux cultivés sans recours aux engrais et produits phytosanitaires. Le fils de Jean entretient un jardin potager où il cultive de nombreux légumes par

---

<sup>47</sup> Elise ANDRIEU, France CAILLAVET, Anne LHUISSIER, Milan MOMIC, Faustine REGNIER [2006], « L'alimentation comme dimension spécifique de la pauvreté. Approches croisées de la consommation alimentaire des populations défavorisées », *Les Travaux de l'Observatoire national de la pauvreté et de l'exclusion sociale*, p. 251.

tradition familiale, mais également parce qu'il a connu de graves problèmes de santé et qu'il est ainsi assuré de « *savoir exactement ce qu'il mange* ». Les préoccupations sanitaires et environnementales peuvent se rejoindre chez les consommateurs de produits issus de l'agriculture biologique qui se lancent dans l'autoproduction. Les motivations semblent ainsi se cumuler pour justifier la pérennité de pratiques que l'on pouvait penser désuètes, si ce n'est condamnées par la modernité. Toutefois, plusieurs obstacles s'opposent au développement de l'autoproduction.

### 3.3 A propos de la reproduction des pratiques d'autoproduction

La première limite à l'autoproduction est liée aux contraintes de travail et de temps qu'elle impose. « La mise en œuvre des conditions de l'autoproduction suppose qu'y soit consacré un temps de travail, domestique ou non, qui peut se révéler extrêmement important. Toute autoproduction exige un travail spécifique, en temps contraint, en apparence librement choisi, mais qui demande à être investi de façon continue, persévérante »<sup>48</sup>.

Outre un petit élevage de poules pondeuses et de canards, Olivier a créé un jardin potager dès leur première année d'installation en périurbain. Il y a cultivé deux années de suite des tomates, des fraises, des artichauts, des haricots, des pommes de terre et des asperges. En prévision d'un emploi à temps plein de quatre mois, Olivier a cette année renoncé à faire son potager : il estime à 10 heures hebdomadaires le temps nécessaire à son entretien durant le printemps et l'été. (Olivier et Julie, n°7, terrain d'enquête d'Argences). Déborah a pendant trois ans produit des légumes avec son mari. La séparation du couple a signé la désertion du jardin potager : Déborah n'a pas le courage de le prendre seule en charge, notamment pour les travaux de préparation de la terre (Déborah, n°25, terrain d'enquête de Sainte-Honorine-du-Fay). Outre le désir de « *reprendre une vie culturelle* » et de pouvoir facilement aller au cinéma, les contraintes liées à l'entretien du jardin motivent le désir de Paul de quitter sa résidence périurbaine au profit d'un retour sur Caen (Aude et Paul, n°28, Sainte Honorine-du-Fay). Pour plusieurs périurbains rencontrés, l'entretien du jardin et notamment du jardin potager constitue de fait « *le point noir* » du choix périurbain.

Le second grand obstacle au développement de l'autoproduction a trait à l'acquisition des savoir-faire nécessaires pour produire et conserver des denrées alimentaires. Dans leur article sur la diversité des modes d'habiter les espaces périurbains, Laurent Cailly et Rodolphe Dodier identifient les pratiques associées à l'usage des jardins selon l'origine résidentielle. Ils distinguent, outre les natifs du périurbain, les périurbains issus des campagnes ayant un rapport productif au jardin, et les périurbains d'origine citadine découvrant « un territoire 'rural' qu'ils réinventent à travers [notamment] l'usage ludique et ornemental du jardin »<sup>49</sup>.

De prime abord, les pratiques d'autoproduction s'enracinent en effet dans des traditions familiales et la transmission des savoir-faire entre générations. Pour expliquer son goût du jardinage, Sylvain souligne l'ancienneté des pratiques d'autoproduction au sein de sa famille. « *Vous savez, mon père avait un jardin : j'ai été bercé là dedans ! Mon grand père avait un jardin. Il avait eu un jardin toute sa vie, mon père aussi, voilà quoi !* » (Sylvain et Béatrice, n°4, terrain d'enquête d'Argences). Annie a vécu son enfance dans la

---

<sup>48</sup> Michel PINÇON [1986], « Autoproduction, sociabilité et identité dans une petite ville ouvrière », *op. cit.*, p. 639.

<sup>49</sup> Laurent CAILLY, Rodolphe DODIER [2007], « La diversité des modes d'habiter des espaces périurbains ... », *op. cit.*, p. 71.

périphérie de Caen et raconte combien alors les jardins de la zone pavillonnaire où elle habitait, étaient consacrés à l'autoproduction, au détriment du gazon et des fleurs qui apparaissaient saugrenus. Elle aidait son père dans son jardin potager. Aujourd'hui, compte de la mauvaise qualité de la terre dans son propre jardin, Annie cultive seule le jardin potager de son père aujourd'hui décédé.

*« Toute la surface du jardin, c'était du potager. C'était l'époque où ça se faisait beaucoup, oui, tous les pavillons alentours... C'était impensable de semer du gazon ! Non, la terre c'était fait pour les légumes, la terre c'était fait pour ça. Mon père passait ses week-ends... Moi j'aimais ça en plus, faire un jardin, c'était un plaisir, mais il ne voulait pas qu'on touche à son jardin... Je voulais toujours l'aider, alors des fois je retournais la terre ou j'allais récolter, mais sinon, c'était son domaine ! Même le truc tout bête, les fleurs, on n'avait pas de place pour mettre les fleurs, c'était que du potager partout ... », (Annie et Michel, n°13, terrain d'enquête d'Épron).*

Jean s'inscrit lui aussi dans une tradition familiale et y joue un rôle essentiel : chargé de la production des volailles, il assure également la transmission des savoir-faire, d'abord auprès de ses enfants, puis désormais auprès de ses petits-enfants. Le jardinage n'est pas la seule activité d'autoproduction faisant l'objet de telles transmissions. La pêche suppose elle aussi le partage de techniques et de lieux : on ne dévoile pas l'emplacement des « bons coins » à n'importe qui ; ils se transmettent de générations en générations, entre membres de la même famille ou entre amis.

A l'opposé des périurbains issus des campagnes ou du périurbain, développant de façon privilégiée des pratiques d'autoproduction, les périurbains d'origine urbaine sont-ils pour autant condamnés à ne voir dans leur jardin qu'un terrain de jeux pour leurs enfants ou, au mieux, le lieu de production de végétaux d'ornement ? Sont-ils, par une naissance les excluant de toute transmission familiale de l'art de jardiner, privés à jamais de la fierté de consommer leurs propres tomates ? De fait, la réponse est plus complexe qu'elle ne paraît de prime abord : nombre d'anciens périurbains ou même ruraux souhaitent se soustraire aux contraintes de l'autoproduction ou doivent acquérir hors de leur famille d'origine leurs compétences de jardiniers ; à l'inverse, des périurbains d'origine urbaine apprennent à jardiner.

Les enfants d'agriculteurs ou de familles « jardinières » sont plus que les autres conscients du temps nécessaires à l'entretien d'un jardin potager et ne veulent pas forcément poursuivre les traditions familiales et leurs contraintes. Sylvain souhaite se procurer des fruits et légumes de qualité : il en apprécie la qualité gustative. Il cultive depuis deux ans un petit jardin potager qu'il ne souhaite pas agrandir : refusant de devenir « l'esclave » de son potager, il a décidé d'en limiter la taille. Alors qu'il habitait Caen, Sylvain a longtemps aidé son père à cultiver un grand jardin. Lorsque son père l'a arrêté, il a décidé de ne pas le reprendre. Suite à nos interrogations à ce sujet, les réponses de Sylvain sont imprécises, malaisées. La cessation du jardin correspond à une trahison à l'égard de son père, trahison en partie compensée par l'aménagement de quelques bordures de légumes à l'arrière de sa maison. De fait, Sylvain hésite entre son amour des jardins et son refus de leur esclavage, tout en privilégiant pour le moment l'auto-construction partielle de sa maison neuve.

*« Il ne faut pas que ça devienne une contrainte. Il faut que ça reste un plaisir. Moi, si je n'ai pas envie de faire de jardin, je ne fais pas de jardin, si j'ai envie de faire ça, je le fais ! Mon père ne le fait plus maintenant, il ne le fait plus parce qu'il a eu un AVC l'année dernière, et il a tellement eu peur qu'il ne veut plus, c'est fini quoi ! Quand j'ai commencé à faire mon jardin, mon père, lui, il a fini. Alors bon, c'était quelque part pour, parce que, malgré le fait qu'il ne le fait plus, il aime toujours ça. On a ça dans la peau, on a ça dans la peau (...). C'est vrai que tout ce qui est légumes, si j'avais la possibilité d'avoir un énorme jardin, je le ferais, mais de toute façon, là on ne peut pas. C'est clair, l'affaire est close, mais c'est vrai que... (...) Le jardin de mon père, c'était trop grand, ça faisait 30 mètres de large, 70 mètres de long, c'est... C'est trop quoi, c'est trop ! On y passait des journées entières ! On y passait pas mal de temps ! Pour moi, c'est trop, ça faisait trop, même des fois à deux, c'était quand même coton... C'est trop ! Ça faisait du boulot ! J'ai ralenti déjà quand j'ai*

*eu ma maison puisque ma maison, je me suis gardé tout l'étage et tout l'extérieur à faire moi-même... Il fallait faire un choix et le choix a été vite fait ! Oh, il n'est pas grand mon jardin, il fait, je ne sais pas, s'il fait 10 mètres de long sur 3 mètres de large ! C'est vraiment histoire de dire 'j'ai mon petit jardin à moi'... Il ne faut pas que ça soit un esclavage. Je ne veux pas que ça devienne... », (Sylvain et Béatrice, n°4, terrain d'enquête d'Argences).*

La transmission des savoir-faire liés à l'autoproduction au sein des familles agricoles ou « jardinières » n'est pas forcément d'évidence. Les parents agriculteurs n'avaient pas forcément le temps de se consacrer à un jardin potager. Surtout, les modes de culture pratiqués par les parents ne sont pas forcément ceux que les enfants souhaitent mettre en œuvre. Hélène a toujours associé son projet d'achat d'une maison individuelle à la possibilité d'entretenir un jardin potager et elle a créé un petit jardin pour son plaisir et celui de ses enfants. D'origine agricole, elle ne compte pas sur ses parents pour perfectionner ses compétences de jardinière, mais sur ses collègues de travail et sur Internet. Il est vrai qu'elle souhaite acquérir des techniques bien différentes de celles des parents agriculteurs, moins polluantes, tels l'association des légumes ou encore les désherbants biologiques.

*« Je ne suis pas très douée, je discute avec mes collègues, j'ai regardé sur Internet les associations de légumes... Je vais mettre des fleurs entre les tomates pour repousser les maladies. J'ai des collègues, oui, surtout une qui est très jardin. Moi, je n'y connais rien, les arbres, tout ça... J'ai bon espoir de progresser. Mes parents en fait... les fleurs, les arbres tout ça... ils sont très peu, ils s'intéressent très peu à cela. Je n'ai pas été habituée, donc voilà, c'est tout », (Hélène et Jérôme, n°14, terrain d'enquête d'Épron)*

Les périurbains nés en ville peuvent eux aussi s'inscrire dans une tradition familiale, pour partie réinventée ou, tout du moins, idéalisée. Camille, médecin, est née à Paris. Membre d'une AMAP, elle vient au moment de l'enquête d'acheter un terrain pour y aménager un second jardin potager. Le jardinage tient une place importante dans sa vie quotidienne : certes, elle soustrait les travaux les plus durs à un jardinier professionnel, mais elle consacre de nombreuses heures à son jardin et la transformation-conservation des produits de l'autoproduction. Pour elle, cette activité s'inscrit dans une tradition familiale qu'elle tient de son grand-père qui, habitant à la campagne, cultivait un grand jardin et traversait le village en vélo avec des paniers pleins de légumes. Une autre membre de la même AMAP, elle aussi d'origine parisienne, se rappelle avoir fait régulièrement du jardinage avec son père dans un jardin ouvrier de banlieue.

D'autres périurbains d'origine urbaine ne revendiquent aucune tradition familiale de jardinage et pourtant s'y sont progressivement investis. Un an après s'être installés dans leur nouvelle maison en location, Philippe et Marie ont découvert dans leur jardin des petits fruits inconnus. Une fois ces groseilles identifiées par leur voisin, Philippe a consulté des livres, puis Internet pour apprendre à faire des confitures. Il s'est également renseigné auprès de ses collègues de travail et a échangé avec eux des recettes, stimulé par ses enfants qui ont vite apprécié ses « confitures maison ».

*« On fait beaucoup de confiture de groseilles cette année parce qu'on avait un pied de groseilles qui a beaucoup produit ! Bon, comme on pouvait rien faire avec... J'ai fait des confitures que les enfants aiment bien oui. J'en ai fait cette année parce qu'avant je ne savais pas le faire ... La première année ça se gâtait. Mon épouse me disait : attention ça peut être du poison. Nous ne différencions pas des choses comme ça... Une fois quand même... Parce qu'on a un voisin là qui est très ouvert, très amusant, qui a dit : mais ça ce sont des groseilles ! ... On hésitait entre plusieurs fruits... Bon, le pommier, on le connaissait, les pommes, on connaissait. Le cerisier aussi on le connaissait bien, mais les groseilles on ne connaissait pas ! J'avais dit à mon épouse : ça doit être un bon fruit, c'est vraiment... un fruit ! Elle me disait : fais attention parce qu'il y a des fruits qui sont des poisons, parce qu'il ne faut pas empoisonner les enfants ! .... On laissait pourrir comme ça ... Jusqu'à ce que notre voisin nous dise : mais, ce sont des groseilles ! Vous ne connaissez pas les groseilles ? Il faut faire de la confiture de groseilles ! », (Philippe et Marie, n°15, terrain d'enquête d'Épron).*

Les pratiques d'autoproduction peuvent-elle se développer ? Plusieurs éléments jouent en leur faveur et , en particulier, du jardin potager : les nouvelles représentations liées à la santé et à l'écologie, mais également la crise économique et la précarisation d'une frange de la population pour laquelle l'espace périurbain offre la possibilité d'une plus grande autonomie. Julie et Olivier nous ont ainsi été présentés comme des « décroissants ». Ils ne revendiquent pas une telle identité, mais ne renient pas un rêve de vie à la campagne et d'autarcie : « être retiré de tout, sans voisin, faire son potager, avoir des bêtes, pouvoir laisser les chiens en liberté, pouvoir crier, inviter des amis sans gêner, sans être gêner, ... être tranquille... ». Ils élèvent des poules et des canards, produisent des œufs, cultivent un jardin potager sans produits phytosanitaires, veulent acheter un cheval et des moutons (Julie et Olivier, n°7, terrain d'enquête d'Argences). Dans le même temps, des enfants issus du milieu agricole ou de familles « jardinières » refusent « l'esclavage » des jardins. Il semble que nous entrions ainsi dans une période où le choix devient possible. Le modèle culturel du jardin potager ne s'impose plus qu'en partie aux périurbains issus de familles agricoles ou de familles « jardinières », notamment ouvrières, tandis que des anciens urbains sans culture familiale « jardinière », pour des raisons financières, de santé, ou encore citoyennes, se lancent dans le jardinage grâce à l'intermédiaire de nouveaux « passeurs », qui sont pour partie les mêmes que pour les enfants d'agriculteurs en rupture : jardineries, voisins et collègues de travail, mais aussi internet qui s'impose dans la transmission des savoirs-faire jardiniers comme des recettes de cuisine.

Après avoir tenté d'analyser la diversité des pratiques liées à l'approvisionnement alimentaire, qu'elles soient ou non , tout en nous interrogeant sur l'efficacité de ses pratiques vertueuses en termes de mobilités et, plus largement, de durabilité, et en efforçant d'identifier les conditions d'apparitions et de renouvellement de ces pratiques « vertueuses », Il est temps d'analyser de façon plus transversale les mobilités liées à l'approvisionnement alimentaire à partir de la définition des territoires d'approvisionnement alimentaire.

# **CHAPITRE 3. LES TERRITOIRES D'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE**



## **1. LA GRANDE DIVERSITE DES TERRITOIRES D'APPROVISIONNEMENT**

---

Les territoires d'approvisionnement alimentaire sont constitués de l'ensemble des lieux et équipements commerciaux fréquentés par les ménages en vue d'assurer leur approvisionnement alimentaire<sup>50</sup>. Au-delà d'une fréquentation quasi-systématique de grandes surfaces alimentaires, les territoires d'approvisionnement alimentaire des ménages périurbains témoignent d'une grande diversité : ils sont à la fois plus ou moins éclatés entre différents équipements et lieux, et plus ou moins polarisés vers le pôle urbain.

### **1.1 Des territoires plus ou moins éclatés**

Les territoires d'approvisionnement alimentaire sont tout d'abord plus ou moins éclatés en fonction de la diversité des circuits de distribution et du nombre d'équipements commerciaux fréquentés.

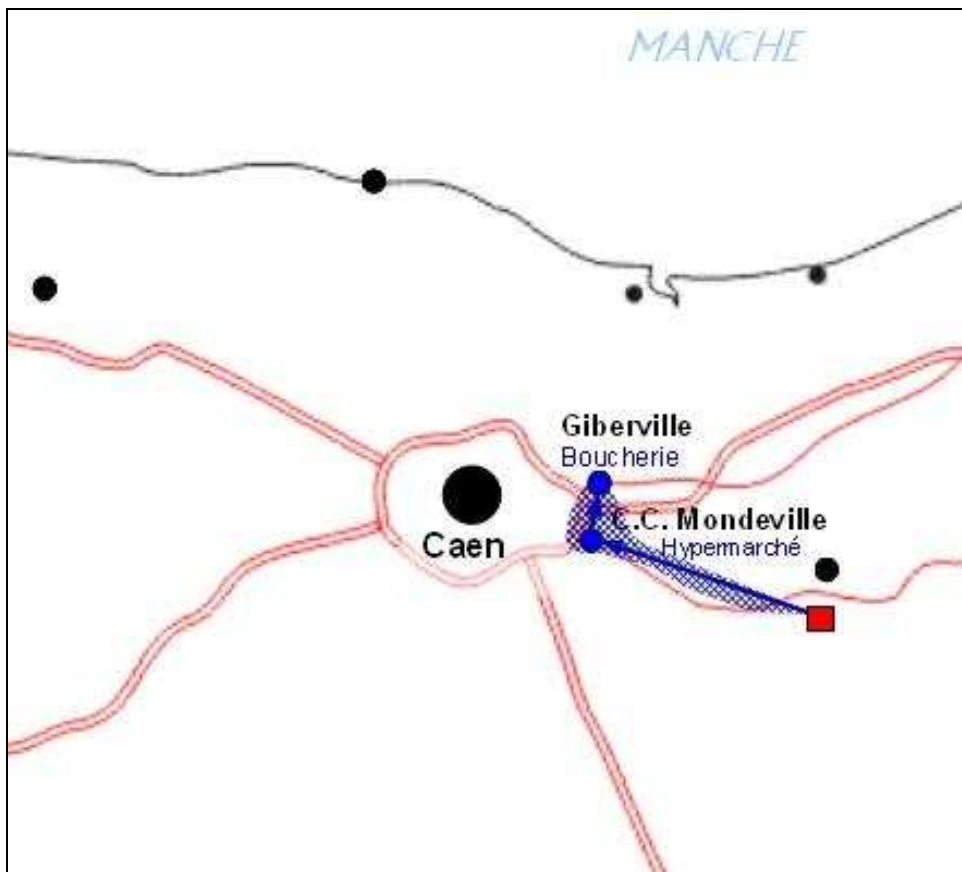
---

50 Pour sa part, Claudine Marengo parle d'« univers d'approvisionnement » pour évoquer l'ensemble des lieux de commerce fréquentés. Cf. Claudine MARENCO [1985], *Pratiques d'achats alimentaires et univers d'approvisionnement*, Paris, ERSPI-Editions du CNRS.

A l'un des extrêmes, Céline et Kévin (n°6, terrain d'enquête d'Argences) présentent un territoire d'approvisionnement ramassé. Ils ne fréquentent que deux circuits de distribution, représentés par deux établissements commerciaux : un hypermarché (grande distribution) de la périphérie caennaise et une boucherie artisanale (commerces spécialisés) distante de quatre kilomètres de la grande surface. Céline et Kévin constituent un idéal type en matière de regroupement des achats alimentaires. L'absence d'enfants, mais surtout le peu de goût pour la cuisine et les courses, leur permettent de ne faire leurs courses qu'une fois par mois, si ce n'est toutes les six semaines : une concentration dans le temps se superpose à la concentration spatiale de leurs achats alimentaires.

**Un territoire ramassé (« faire ses courses une fois par mois »)**

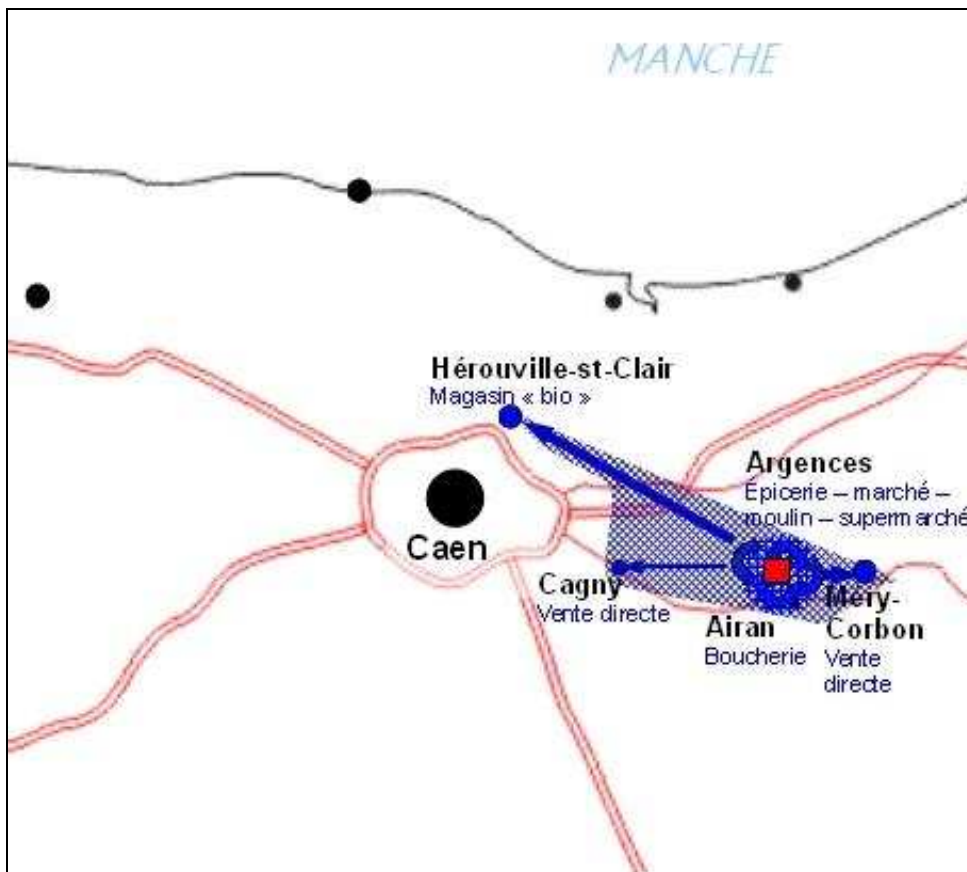
**Des courses regroupées dans l'espace et le temps (Céline et Kévin, n°6, terrain d'enquête d'Argences)**



NB. Le lieu de résidence du ménage est représenté sur la carte par un carré rouge.  
Source : CREDOC, 2011

A l'autre extrême, Louis (n°1, terrain d'enquête d'Argences) présente un territoire d'approvisionnement éclaté et constitue un idéal type en matière de multifréquentation commerciale et de papillonnage. Disposant de temps en raison d'une activité professionnelle réduite, il adore faire à la fois les courses et la cuisine. A la recherche de produits de qualité, il consomme des produits issus de l'agriculture biologique, mais valorise également l'achat auprès de petits producteurs locaux. Louis satisfait une partie de ses besoins dans la petite ville périurbaine où il habite : il y fréquente un supermarché, une épicerie, un marché et même un moulin pour l'achat de farines. Il pratique également le magasin coopératif proposant des produits issus de l'agriculture biologique dans la périphérie caennaise, auquel s'ajoutent une boucherie artisanale et, pour ses fruits et légumes, outre le marché, deux fermes ayant développé une activité de vente directe. Ainsi, Louis cumule à la fois les circuits de distribution (grande distribution, marché, commerces spécialisés, magasin coopératif, achat direct auprès de producteurs agricoles), les équipements commerciaux, mais également les territoires d'achat entre sa commune de résidence, deux communes voisines et deux communes situées à la périphérie de Caen.

**Un territoire éclaté : « des lieux particuliers pour les meilleurs produits »**  
**(Louis, n°1, terrain d'enquête d'Argences)**



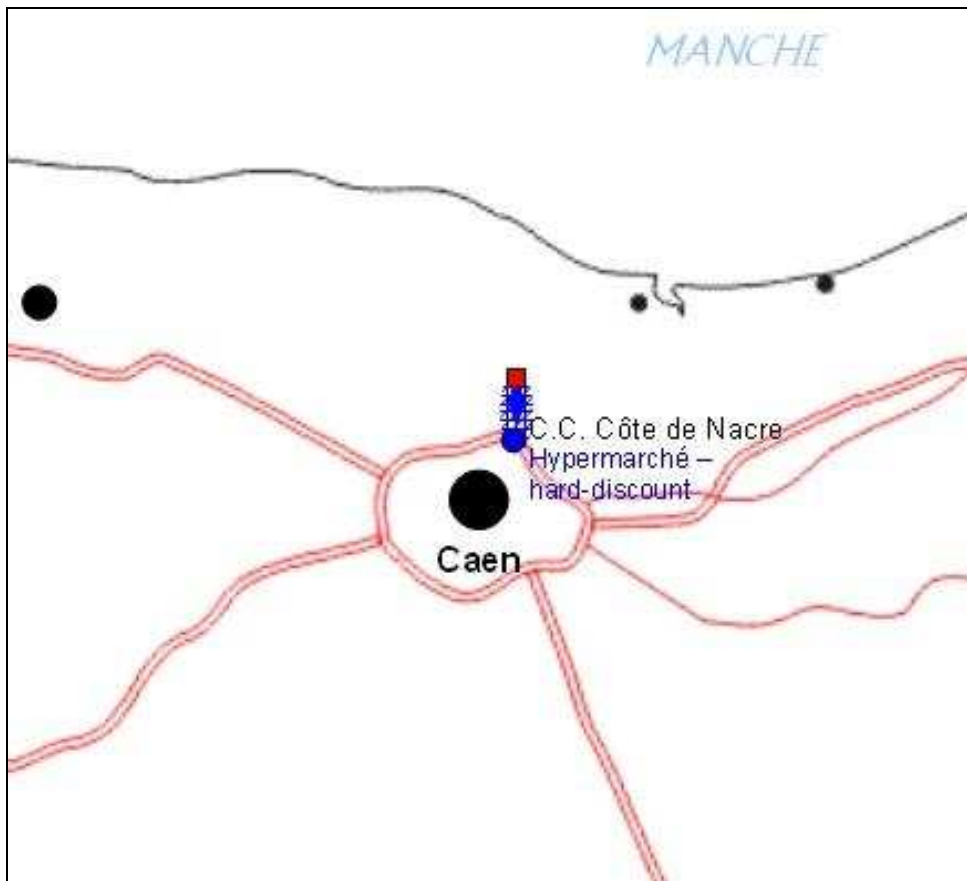
NB. Le lieu de résidence du ménage est représenté sur la carte par un carré rouge.  
Source : CREDOC, 2011

## 1.2 Des territoires plus ou moins polarisés vers le pôle urbain

Géographiquement éclatés ou au contraire ramassés sur eux-mêmes, les territoires d'approvisionnement alimentaire apparaissent également plus ou moins polarisés vers le pôle urbain, en l'occurrence la ville de Caen ou, tout du moins, sa périphérie.

Philippe et Marie (n°15, terrain d'enquête d'Épron) proposent un territoire d'approvisionnement alimentaire à la fois ramassé et polarisé sur Caen. A la tête d'un ménage de quatre personnes, deux adultes et deux enfants, ils ne fréquentent que deux équipements commerciaux : un hypermarché et un hard-discount situés à 500 mètres l'un de l'autre. Ces deux grandes surfaces sont localisées dans la périphérie Nord de Caen. Leur lieu de résidence étant situé dans le périurbain proche à moins de cinq kilomètres de ces deux équipements, et desservi par les bus urbains, Philippe a la possibilité d'aller deux à trois fois par semaine faire ses courses en transports en commun. Les deux conjoints utilisent toutefois leur voiture le samedi.

**Un territoire ramassé et polarisé vers le pôle urbain :**  
**« Quand l'hypermarché devient commerce de proximité »**  
**(Philippe et Marie, n°15, terrain d'enquête d'Épron)**



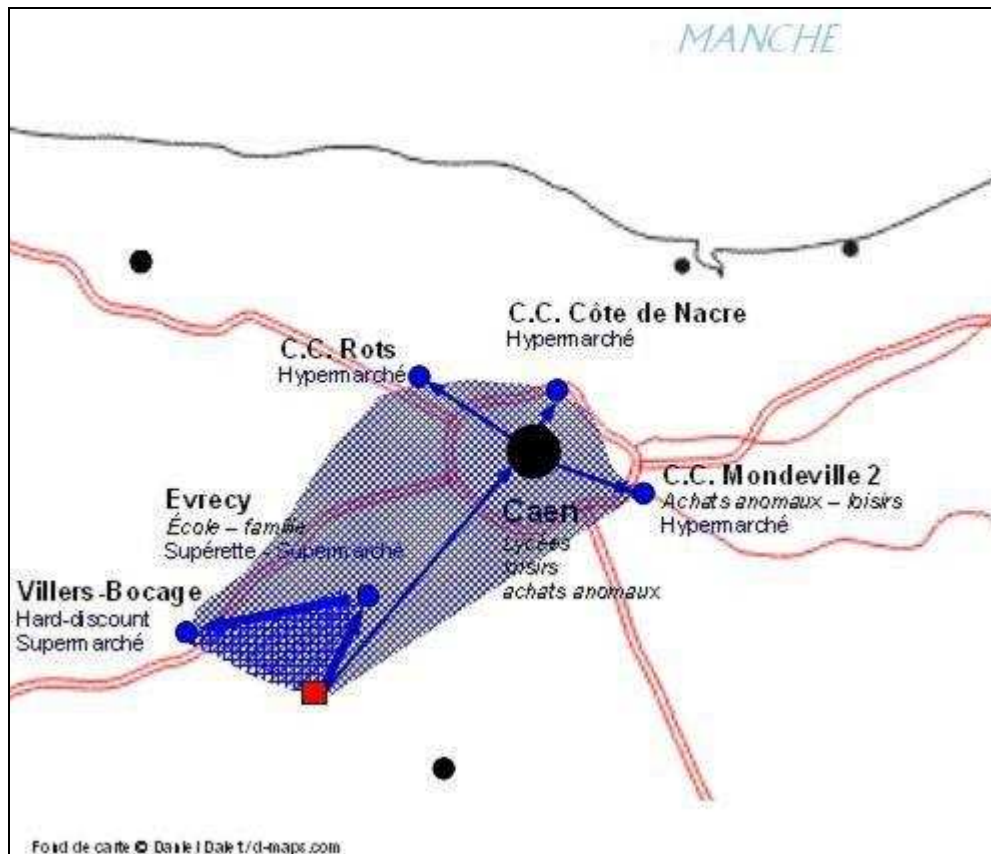
NB. Le lieu de résidence du ménage est représenté sur la carte par un carré rouge.  
Source : CREDOC, 2011

Résidant sur le terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay, Charlotte et Thierry (n°27, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay) proposent un territoire d'approvisionnement alimentaire éclaté, mais lui aussi polarisé sur le pôle urbain, tout du moins en partie. Pratiquant le chaînage, Charlotte s'approvisionne dans la commune où ses deux plus jeunes enfants vont à l'école et où sa mère réside, mais également dans une commune plus éloignée qui dispose à la fois d'un supermarché et d'un hard-discount. Toutefois, elle « profite » également de déplacements familiaux sur Caen pour la conduite de ses aînés au lycée, leurs loisirs et/ou des courses non alimentaires, pour fréquenter trois hypermarchés de la périphérie caennaise. Au final, son territoire d'approvisionnement alimentaire se partage entre des communes voisines de son lieu de résidence périurbain et des communes périphériques de Caen.

**Un territoire éclaté et, pour partie, polarisé vers le pôle urbain :**

**« Je chaîne, tu chaînes, il ou elle chaîne, nous chaînons... »**

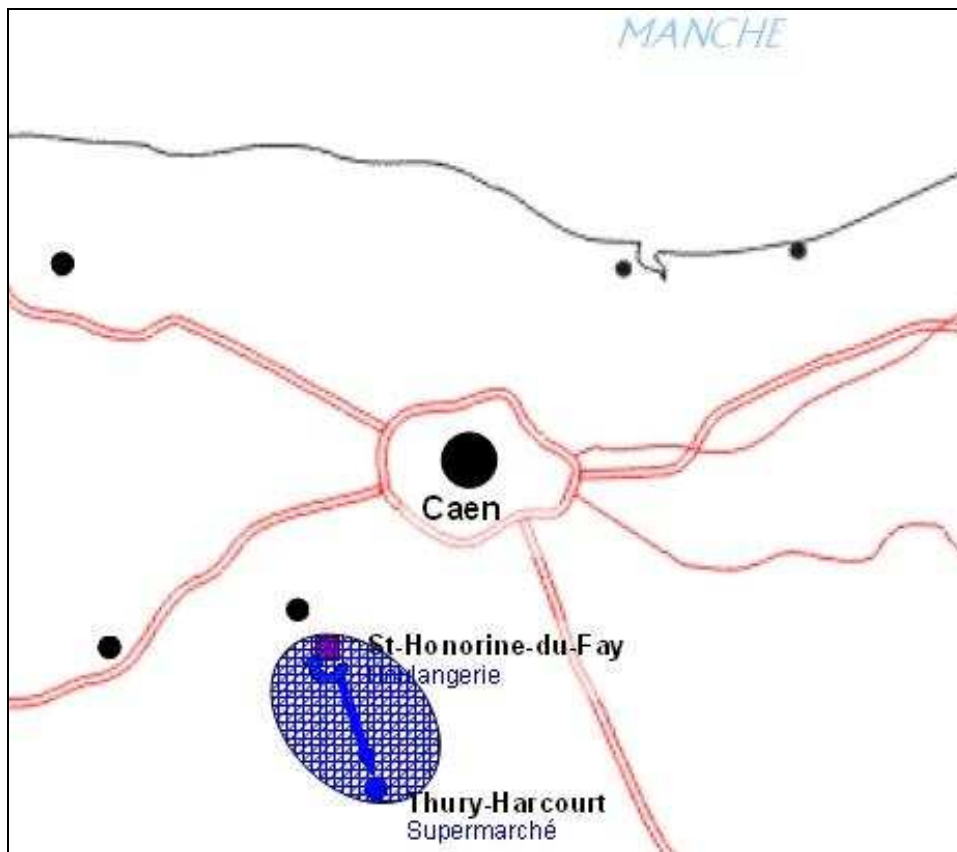
**(Charlotte et Thierry, n°27, territoire d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay)**



NB. Le lieu de résidence du ménage est représenté sur la carte par un carré rouge.  
Source : CREDOC, 2011

Résidant dans le périurbain éloigné, à plus de 20 minutes en voiture du centre ville de Caen, Lucie propose un territoire d'approvisionnement alimentaire à la fois ramassé et autonome par rapport au pôle urbain (n°29, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay). Vivant seule et se déplaçant rarement sur Caen, elle souhaite assumer le plus rapidement possible la corvée des courses. Elle prend certes le temps d'aller à pied à la boulangerie de son village deux fois par semaine, mais la présence d'un supermarché à moins de dix kilomètres de son domicile lui permet de regrouper ses courses alimentaires sans avoir recours à l'offre commerciale caennaise. Pour ses courses non alimentaires, et notamment l'achat de vêtements, elle fréquente un autre supermarché du périurbain éloigné qui accueille une jardinerie. Le territoire d'approvisionnement alimentaire de Lucie a évolué avec le temps. Il était auparavant davantage polarisé vers le pôle urbain lorsqu'elle chaînait des courses alimentaires dans les grandes surfaces de la périphérie caennaise avec des visites à des amies résidant en ville et des allers et retours liés à la prise en charge de ses petits-enfants le mercredi ou le week-end.

**Un territoire ramassé et autonome par rapport à Caen :**  
**« aller au plus près »**  
**(Lucie, n°29, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay)**



NB. Le lieu de résidence du ménage est représenté sur la carte par un carré rouge.  
Source : CREDOC, 2011

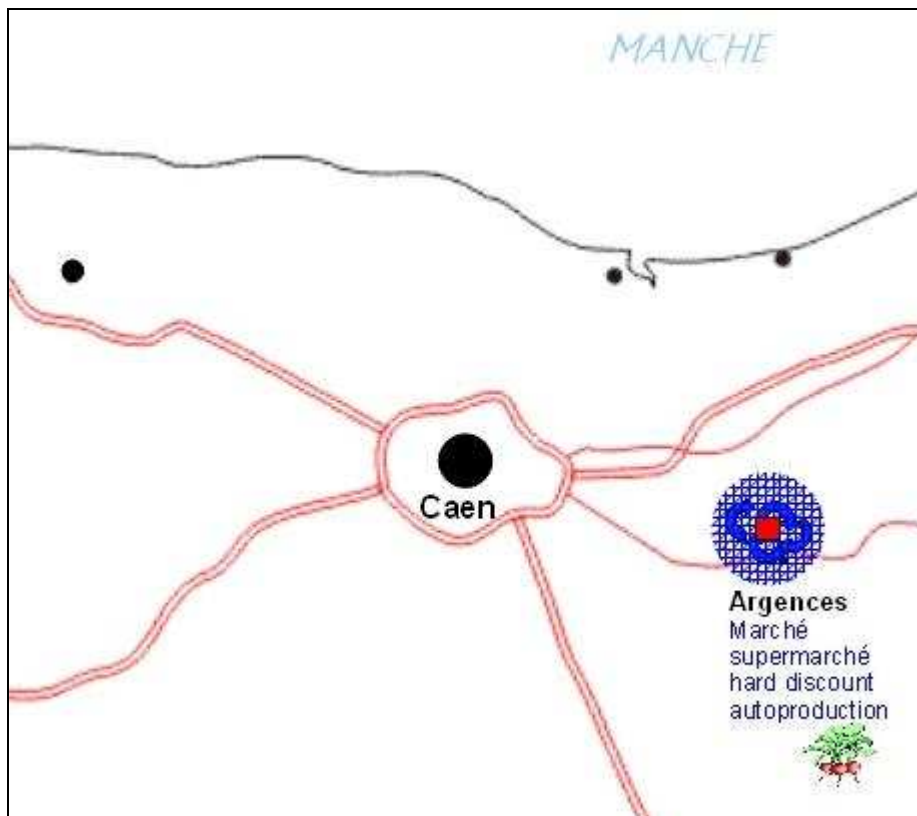
Contrairement à celui de Lucie, le territoire d’approvisionnement alimentaire de Jean, Thérèse et Catherine n’a jamais été polarisé vers le pôle urbain caennais, ni en totalité, ni même partiellement (n°5, terrain d’enquête d’Argences). De fait, le pôle urbain n’est que très exceptionnellement fréquenté : le territoire périurbain proche est à la fois le lieu des achats alimentaires et anomaux (vêtements, équipements pour la maison...), d’exercice de l’activité professionnelle, hier de Jean ouvrier dans une usine locale, aujourd’hui de Catherine aide à domicile, l’espace des loisirs et de la sociabilité notamment familiale : la plupart des enfants et petits-enfants de Jean et Thérèse habitent dans les communes environnantes.

Le territoire d’approvisionnement alimentaire, ramassé sur Argences et sa périphérie, est toutefois éclaté entre plusieurs équipements commerciaux : supermarché, hard-discount, boulangerie et marché. Les deux équipements de la grande distribution, supermarché et hard-discount, sont fréquentés plusieurs fois par semaine pour « profiter » au mieux des offres commerciales proposées. Enfin, le ménage montre un recours important à l’autoproduction et à l’économie d’échange qui se développe autour d’une production avicole et de fruits et légumes. L’autoproduction s’ajoute ainsi à la multifréquentation commerciale pour jouer un rôle compensateur en faveur des ménages populaires.

**Un territoire d’approvisionnement éclaté, mais autonome par rapport au pôle urbain**

**« La meilleure offre au meilleur endroit »**

**(Jean, Thérèse, Catherine, n°5, territoire d’enquête d’Argences)**



NB. Le lieu de résidence du ménage est représenté sur la carte par un carré rouge.  
Source : CREDOC, 2011

Les deux derniers exemples présentés, d'une part, de Lucie, d'autre part, de Jean, Thérèse et Catherine, montrent une situation bien différente de celle proposée par les images stéréotypées de la périurbanisation. Ils soulignent le caractère relatif de l'attractivité du pôle urbain et les potentialités d'autonomie des espaces périurbains pour l'approvisionnement alimentaire. Tous les périurbains ne sont pas hyper mobiles et « désespérément » tournés vers la ville centre. Les ménages résidant dans le périurbain éloigné, originaires du périurbain, âgés, modestes ou précaires, exerçant leur activité professionnelle sur place sont sans doute plus souvent pratiquants de territoires d'approvisionnement alimentaires autonomes par rapport au pôle urbain. Cela ne signifie pas qu'ils soient les seuls dans ce cas, dès lors qu'une offre commerciale plus ou moins diversifiée est présente à proximité.

**Éléments favorables et défavorables à des territoires d'approvisionnement alimentaire autonomes par rapport au pôle urbain**

← Défavorable	Favorable →
<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Résidence en périurbain proche ou excentrée par rapport à l'offre commerciale</li><li>◦ Lieu de travail à proximité du pôle urbain</li><li>◦ Origine urbaine</li><li>◦ Réseau de sociabilité lié au pôle urbain</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Résidence en périurbain à proximité d'une offre commerciale diversifiée</li><li>◦ La précarité sociale</li><li>◦ Absence d'activité professionnelle ou lieu de travail à proximité du lieu de résidence</li><li>◦ Origine périurbaine, notamment locale</li><li>◦ Réseau de sociabilité centré sur l'espace de résidence périurbain</li><li>◦ Personnes retraitées et/ou âgées</li></ul>

Source : CRÉDOC 2011



## **2. L'HETEROGENEITE DES ESPACES RESIDENTIELS PERIURBAINS**

---

La diversité des territoires d'approvisionnement alimentaire renvoie en premier lieu à l'hétérogénéité des espaces périurbains. Ces espaces sont plus ou moins éloignés du pôle urbain. Mais le critère de l'éloignement n'est pas à lui seul suffisant pour décrire la diversité des espaces résidentiels. En matière d'approvisionnement alimentaire, la catégorisation par l'éloignement du pôle urbain néglige l'attractivité des commerciales secondaires qui ont connu un développement récent important. Enfin, les périurbains eux-mêmes semblent davantage tenir compte de la qualité de leur environnement immédiat pour définir leur espace résidentiel.

### **2.1 Un éloignement plus ou moins accentué du pôle urbain**

Sous la pression foncière et grâce au gain de temps lié à la mobilité automobile, les espaces périurbains sont de plus en plus étalés au-delà des centres urbains. L'INSEE définit les espaces périurbains comme composés des communes sous influence urbaine du fait des déplacements domicile-travail, soit des communes dont au moins 40% de la population résidente active occupée, travaille dans le pôle urbain ou dans des communes attirées par celui-ci. Toutefois, pour restituer la diversité des communes périurbaines, l'organisme propose une typologie des espaces distinguant la couronne urbaine composée des communes dont le temps de ralliement au centre de Caen en automobile est inférieur à 12 minutes, le périurbain proche, de 12 à 20 minutes, et le périurbain éloigné, de plus de 20 minutes<sup>51</sup>.

Cette première typologie des espaces périurbains permet d'opposer le terrain d'enquête d'Épron à ceux d'Argences et de Sainte Honorine-du-Fay : dans le premier, leur proximité permet aux centres commerciaux Côte de Nacre et Rots situés aux entrées nord-ouest de Caen de jouir d'une forte attractivité dans les territoires d'approvisionnement alimentaire.

Mais la typologie selon l'éloignement n'est plus pertinente pour la comparaison entre les terrains d'Argences et de Sainte Honorine-du-Fay tous deux pareillement éloignés de Caen, mais combien contrastés au-delà de cet élément commun. La typologie proposée par l'INSEE reste marquée par un relatif ethnocentrisme : elle valorise le centre et par suite, la proximité des territoires périurbains par rapport au pôle urbain. Surtout, le critère de l'éloignement géographique, calculé en nombre de kilomètres parcourus ou même en temps de ralliement au centre ville, n'est pas à lui seul suffisant pour comprendre la complexité des territoires d'approvisionnement alimentaire. En matière d'approvisionnement alimentaire, la catégorisation des espaces périurbains en fonction de l'éloignement de la ville centre néglige l'attractivité de certaines centralités commerciales secondaires qui ont connu un développement récent important.

---

<sup>51</sup> AUCAME – INSEE [2007], « Le périurbain de plus en plus attractif », *Cent pour cent Basse-Normandie*, n°171, octobre.

## 2.2 Une offre commerciale plus ou moins importante

Analysée par le CRÉDOC au niveau national<sup>52</sup>, l'évolution de la géographie du commerce est étudiée à l'échelle locale de manière plus approfondie par l'Agence d'Urbanisme de Caen Métropole. « Depuis 2000, l'équipement commercial a (...) tendance à se diffuser dans la couronne périurbaine, qui accueille de plus en plus les familles de la classe moyenne, fortement consommatrices. On a vu apparaître, dans les petites villes et les bourgs structurant l'espace périurbain, des centres commerciaux ou de petites zones commerciales composées d'un petit hypermarché (2500 - 4000 m<sup>2</sup>) avec galerie marchande, d'un magasin de bricolage, d'un hard discount,... »<sup>53</sup>.

L'agence d'urbanisme propose une typologie des pôles commerciaux en 5 groupes selon le niveau de fonction :

- des pôles à vocation régionale, telle la zone commerciale de Mondeville 2 parmi les exemples cités au cours de l'enquête ;
- des pôles à vocation métropolitaine, tels les centres commerciaux Côte de Nacre, Cora, Hérouville Saint-Clair, aux entrées de l'agglomération ;
- des pôles secondaires, autour de petits hypermarchés ou de grosses unités du secteur bricolage/jardinerie, tels ceux d'Argences ou de Douvres-la-Délivrande ;
- des pôles relais, autour de supermarchés, de centres bourgs anciens, tels celui de Courseulles-sur-Mer ;
- et enfin des pôles de proximité, en centre bourg ou en cœur de quartier, principalement centrés sur l'alimentaire (cf. carte page suivante).

L'irrigation des espaces périurbains par les équipements commerciaux a renforcé le rôle polarisant des petites villes et des bourgs périurbains. Désormais, pour certains résidents du périurbain éloigné, le commerce le plus proche est un supermarché ou même un hypermarché, tandis que pour d'autres la fréquentation d'une grande surface impose encore un déplacement automobile de plus de 20 minutes.

Le voisinage d'une offre commerciale diversifiée et, en particulier, d'une grande surface, favorise le recours à l'offre de proximité pour l'approvisionnement alimentaire et, par là, l'autonomie des territoires périurbains. L'ouverture à la périphérie d'Argences, de Douvres-la-Délivrande, de Courseulles-sur-Mer ou encore d'Evrecy, jusqu'ici à l'écart de la « révolution commerciale », de zones commerciales intégrant grande surface, magasin de hard-discount, halle aux vêtements, jardinerie et magasin de bricolage, a changé la donne. Ces zones commerciales, accessibles essentiellement en voiture individuelle, offrant de larges possibilités de stationnement, contribuent à la dégradation du paysage et semblent « bien éloignées des principes du développement durable urbain qui proclament le développement des mobilités douces et des

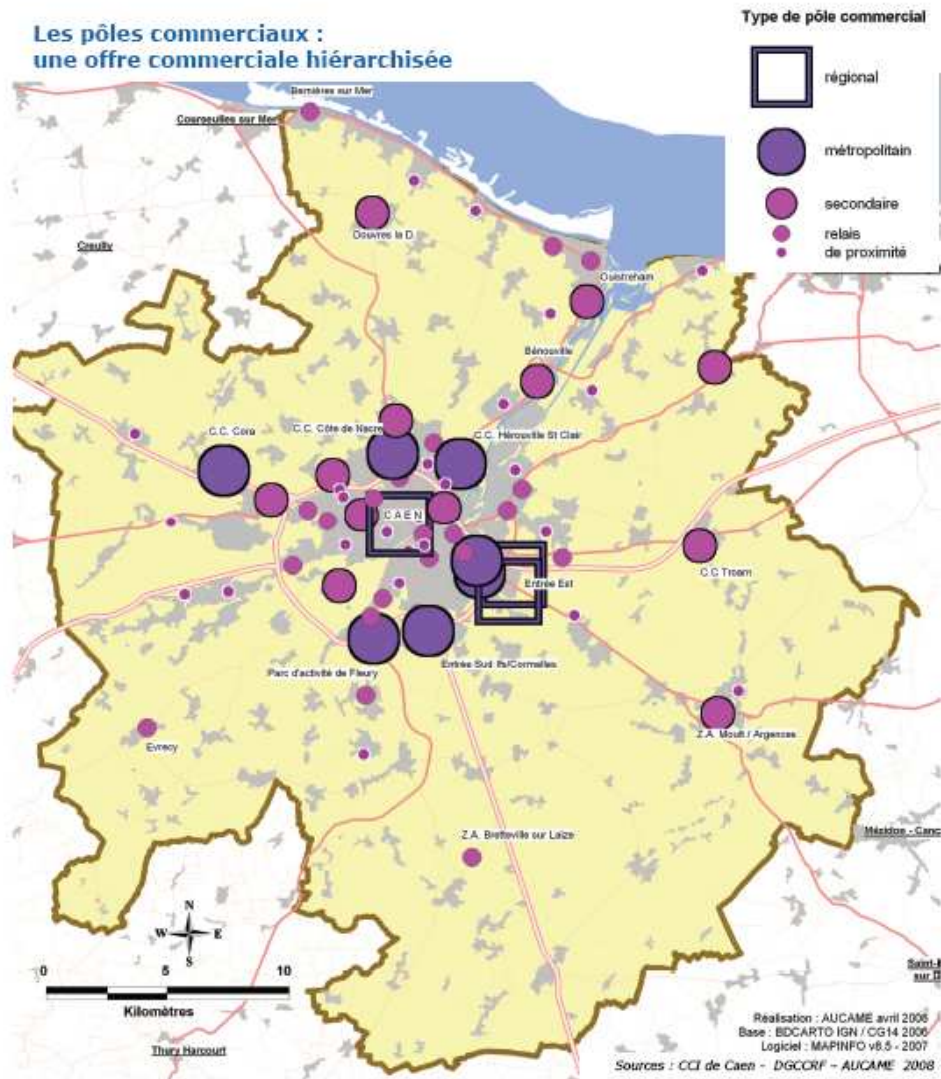
---

<sup>52</sup> Philippe MOATI, Jamy LIBOUTON, Laurent POUQUET [2004], « L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les statistiques de l'emploi », *op.cit* ; Martial RANVIER, Philippe MOATI [2008], *L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les déclarations annuelles de données sociales*, *op. cit.* Au moment de l'achèvement de notre recherche, le département Dynamique des Marchés du CRÉDOC achevait une recherche permettant de réactualiser les données de l'évolution de la géographie du commerce qui devait donner lieu à la publication d'un cahier de recherche du CRÉDOC en 2012.

<sup>53</sup> AUCAME [2008], « L'Équipement commercial de Caen-métropole », *Qu'en savons-nous?*, n°6, octobre.

transports collectifs, la mise en valeur de l'environnement et le développement de la qualité de vie »<sup>54</sup>. Dans le même temps, ces nouvelles zones commerciales réduisent la dépendance à l'égard de la ville-centre et favorisent l'autonomie des territoires périurbains. Elles permettent de réduire les déplacements motorisés et par là, accroissent la durabilité de l'approvisionnement alimentaire des périurbains, à la condition que la nouvelle mixité fonctionnelle habitat-commerce soit assortie d'une diversité suffisante de l'offre commerciale pour répondre à la variété des besoins des ménages périurbains et à leur diversité sociale.

La proximité de grandes surfaces commerciales marque désormais l'organisation de la vie quotidienne de nombreux périurbains. Dès lors, on peut suggérer qu'outre le critère du temps nécessaire pour rejoindre la ville-centre, l'outil statistique puisse progressivement prendre en compte le critère du tissu commercial pour définir les territoires périurbains et en proposer une typologie.



<sup>54</sup> Arnaud GASNIER, « Corridors, centres commerciaux et retailtainment : une offre durable ? », in Jean-Pierre BONDUE (sous la direction de) [2004], *Temps des courses, course des temps*, op.cit., p. 188.

## 2.3 Les espaces périurbains par leurs habitants

Le terme « périurbain » n'est jamais employé par les habitants des espaces définis par le chercheur comme « périurbains ». Le mot n'existe pas pour eux. Ils ne l'utilisent, ni pour qualifier les territoires dans lesquels ils résident, ni pour évoquer les individus et les groupes qui demeurent dans ces espaces. Les périurbains se représentent leur territoire de résidence en référence à la fois à la ville et à la campagne. Entre ces deux catégories de classement, leur espace résidentiel est difficile à définir. Il n'est ni l'un, ni l'autre : « *ce n'est pas la ville, mais ce n'est pas non plus la campagne* ». La description de l'espace résidentiel, en référence constante à la ville et à la campagne, n'est pas aisée : certains éléments le rapprochent de la campagne, d'autres l'en éloignent, d'où des incertitudes et des contradictions dans le discours. En quelques secondes, Elisabeth annonce ainsi à la fois qu'elle vit à la campagne, et qu'on ne peut pas dire qu'elle vive à la campagne.

*« Ici, on considère, on peut considérer qu'on est à la campagne... quand même. Mais on est à côté de la ville... Faire construire en ville, c'est beaucoup plus coûteux, c'est plus coûteux et plus difficile que de faire construire à la campagne. Et on ne peut pas considérer qu'on est à la campagne, mais on n'est pas loin... On n'aurait pas non plus fait construire à 50 kilomètres de Caen pour faire le trajet tous les jours, c'était idiot ! », (Pierre et Elisabeth, n°16, terrain d'enquête d'Épron).*

Les représentations associées à l'espace périurbain sont toutefois différentes selon les trois terrains d'enquête. Dans leur description du premier terrain d'enquête d'Épron, constitué de communes à moins de 10 minutes du centre ville de Caen, ses habitants soulignent la présence de services urbains ou similaires à ceux proposés en ville, ainsi que la proximité avec la ville, si bien qu'ils vivent presque à la campagne tout en étant à la périphérie de la ville.

*« Il fallait qu'il y ait des bus de ville, le gaz de ville, une bonne école. Tous les deux, on aime bien... On n'aime pas être en pleine campagne. On aime bien le calme, mais ne pas être trop loin de la ville... Il faut que je sois proche, proche de tout, des magasins... et puis, pas trop isolée. Je crois que la peur, je crois que j'aurais peur d'être isolée. Je serais toute seule avec les enfants et sans voisins, j'angoisserais », (Annie et Michel, n°13, terrain d'enquête d'Épron).*

*« On est dans un environnement privilégié parce qu'on habite vraiment tout près du centre ville, mais tout en étant oui à la campagne, dans une commune... mais moins à la campagne que je ne l'étais chez mes parents. Là peut être le fait d'être desservis comme vous dites par les bus de ville et tout, ça fait quand même un peu plus proche. On est vraiment en périphérie de la ville... », (Hélène et Jérôme, n°14, terrain d'enquête d'Épron).*

Le second territoire d'enquête constitué d'Argences et des communes environnantes requiert des déplacements automobiles de plus de 20 minutes pour relier le centre-ville caennais. Les habitants soulignent à la fois le caractère potentiellement « campagnard » du paysage, avec la vision de champs, et le bénéfice d'une offre commerciale aujourd'hui élargie, une « petite ville » dont l'offre commerciale s'est à la fois réduite dans le centre ville, mais élargie à la périphérie. Ainsi, pour Marie Ange, sur Argences, « *on a tout* ».

*« Parce qu'il y a quand même beaucoup de choses à Argences. Argences, c'est la campagne à la ville si vous voyez ce que je veux dire. Non, c'est la ville à la campagne plutôt ! Parce qu'on a plein de choses ! Donc on a beaucoup de choses, on a plein de magasins, on a les infirmières, les médecins, le dentiste, le podologue pédicure. On a le pharmacien à côté de chez soi, il est à 500 mètres. Vous téléphonez comme en ville : 'j'ai besoin de me faire livrer une ordonnance, pas de problème, on va vous la livrer' », (Marie-Ange et Jean-Claude, n°3, terrain d'enquête d'Argences).*

Toujours pour le terrain d'enquête d'Argences, l'entretien de Sylvain suggère l'idée d'une évolution de la campagne, une campagne habitée, alliant un prix raisonnable du foncier et une offre d'équipements commerciaux, si ce n'est de services, conséquente, en opposition avec une campagne éloignée des centres urbains et peu peuplée, soit « un désert » dans lequel il n'a pas envie d'aller vivre.

*« Moi, je suis de la campagne... Moi je suis né à Argences, je suis né ici.*

*- C'est la campagne ?*

*- Oui parce que tout ça, moi là où il y a des maisons, j'ai connu des champs ! J'ai connu Argences, c'était très petit. Maintenant, on arrive à plus de 3 500 habitants, 3 600 maintenant. Il y avait 1 200 habitants. (...) Mais pour moi, Argences, c'est la campagne ! ... Moins maintenant ! Mais pour moi, c'est ma campagne ! Il ne faut pas non plus confondre, parce qu'il y en a ce qu'ils appellent la campagne, c'est au fin fond de la brousse, 3 maisons à 20 kilomètres à la ronde. Non, pour moi, c'est le désert ça. Non pour moi, ici, c'est la campagne ! On ne voit pas d'immeuble, on sort de chez moi, on ne voit même pas un immeuble, c'est quand même bien ! », (Sylvain, n°4, terrain d'enquête d'Argences).*

Le troisième et dernier terrain d'enquête, constitué des communes environnantes de celle de Saint-Honorine-du-Fay, requiert des déplacements automobiles de 12 à 20 minutes pour relier le centre-ville de Caen. A quelques kilomètres, la commune d'Evrecy propose un tissu commercial de faible importance. Le territoire n'est plus, comme à Argences, envisagé comme dépendant d'une petite ville, mais comme la campagne.

*« Là, on est à la campagne ! Oui... On est, nous, là, on est vraiment à un endroit où... franchement... la campagne. L'idée, pour moi, c'est de pouvoir faire du bruit sans que cela gêne qui que ce soit... », (Charlotte et Thierry, n°, terrain d'enquête de Sainte Honorine-du-Fay).*

La perception de l'espace de résidence varie entre les trois terrains d'enquête, Épron, Argences et Saint Honorine-du-Fay, mais également à l'intérieur même de ces trois espaces. Les périurbains semblent davantage tenir compte des caractéristiques de l'environnement immédiat de leur domicile que de l'éloignement par rapport à la ville-centre pour définir leur espace résidentiel. La distance par rapport au pôle urbain intervient dans le choix d'implantation résidentielle, car elle détermine le prix du foncier. Mais la distance-temps par rapport à l'emploi et aux services de nécessité quasi-quotidienne (établissements scolaires des enfants, présence d'un boulanger...) joue également dans le choix du lieu de résidence. Surtout, une fois le lieu de résidence défini, les périurbains, privilégient dans l'appréhension du territoire de vie, les caractéristiques de leur environnement immédiat. Avant de se reconnaître comme des péri-urbains « proches » ou « éloignés », ils s'auto-définissent comme les habitants d'une petite ville ou de la campagne, et sont sensibles dans cette appréhension à des éléments tels la proximité de la route nationale, la présence d'un jardin ou encore la possibilité de visualiser des espaces agricoles depuis leur fenêtre.

### **3. LA DIVERSITE DES MODES DE VIE PERIURBAINS**

---

Renvoyant à l'hétérogénéité des espaces résidentiels périurbains, la diversité des territoires d'approvisionnement alimentaire s'articule également à la diversité des modes de vie périurbains. Contrairement à certains présupposés, l'espace périurbain apparaît à la fois marqué par la variété des parcours résidentiels de ses habitants et une forte hétérogénéité sociale.

#### **3.1 La variété des parcours résidentiels**

On peut sur le terrain identifier l'idéal-type du périurbain : un couple d'anciens urbains, travaillant en ville ou à proximité, et ayant suite à la naissance des enfants et à la pression foncière, quitté la ville pour accéder à la propriété individuelle. Mais cette figure idéal typique est loin d'épuiser la diversité des parcours résidentiels que nous avons tenté de restituer en l'articulant avec les pratiques d'approvisionnement alimentaire.

Les parcours résidentiels apparaissent plus complexes que décrits le plus souvent. A l'image des anciens urbains attirés par le moindre coût du foncier et dont le mode de vie est aujourd'hui fortement dépendant de la mobilité automobile, s'ajoutent nombre d'autres cas de figure :

- celui des ruraux « rattrapés » par l'étalement urbain qui, sans changer de commune de résidence, si ce n'est de logement, sont passés du statut de ruraux à celui de périurbains,
- mais aussi celui d'anciens ruraux qui, au fil de leur histoire familiale (déménagements successifs des parents) et personnelle (études, premier emploi, mariage, naissance d'enfants, départ des enfants, veuvage...) ont successivement et alternativement connu la vie en ville, si ce n'est en métropole, en banlieue, et en espace périurbain, si ce n'est à la campagne, vivant ainsi autant d'expériences qui ont marqué leurs usages des espaces urbains et périurbains, leur rapport à la mobilité, mais aussi à l'approvisionnement alimentaire.

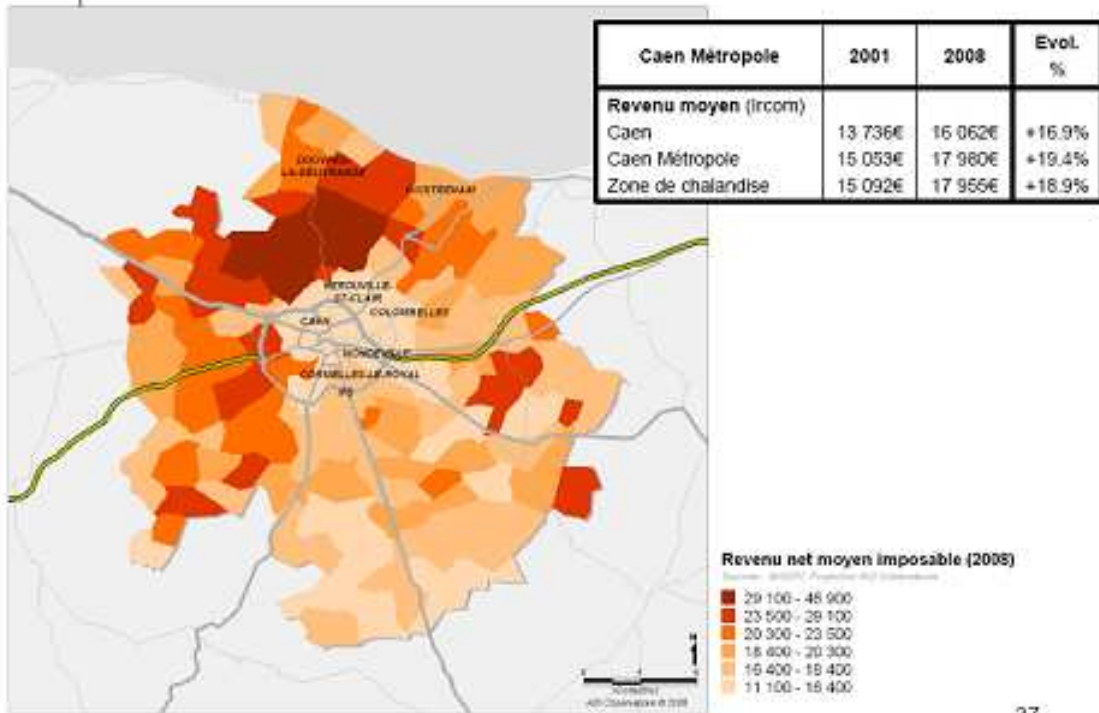
*« Moi, je suis venu à la campagne, je suis né à côté de Vire, dans le Calvados, juste à 5-6 kilomètres Paris comme tout le monde, je suis allé à Paris parce que le boulot m'obligeait à aller à Paris et puis, une fois que... Dès que j'ai pu, je suis reparti quoi ! Voilà, on est revenus à Caen et puis, on est ici depuis 25 ans. [...] Mon épouse a beaucoup déménagé quand elle était jeune... Mais elle était de la région parisienne, beaucoup dans la région parisienne, puis à Rouen... Elle est retournée à Paris, enfin dans la région parisienne, des choses comme ça... Et puis, après, elle est venue à Caen », (Pierre et Elisabeth, n°16, terrain d'enquête d'Épron).*

#### **3.2 L'hétérogénéité sociale des périurbains**

Les enquêtes de l'INSEE et en particulier le Recensement de la Population mettent en évidence l'hétérogénéité sociale qui règne entre les différents espaces périurbains. Dans le cas de la métropole caennaise, elles montrent combien les caractéristiques sociodémographiques des périurbains varient en fonction de l'éloignement vis-à-vis de la ville centre, mais plus encore de la situation géographique. La proximité de la mer et de grands pôles d'emplois qualifiés, comme le Centre Hospitalier Universitaire, ont ainsi rendu la zone au nord-ouest de la ville particulièrement prisée, d'où un coût du foncier plus élevé, mais également des populations plus jeunes, plus qualifiées (niveau de diplôme et catégories socioprofessionnelles) et, au final, des niveaux de revenus moyens plus importants. A l'inverse, le sud de

Caen est davantage marqué initialement par la culture industrielle et ouvrière. Le coût du foncier y est plus bas, les populations résidentes pour partie plus âgées, moins qualifiées avec, au final, des niveaux de revenus moyens plus faibles.

### 3. Caractérisation du territoire – niveau de revenu moyen



(Source : A.I.D observatoire (2008), Bilan de la 1ère Carte d'Urbanisme commercial dans le territoire de Caen-Métropole)

A l'intérieur même de chaque territoire périurbain, la diversité sociale règne. Elle s'illustre en premier lieu par l'activité professionnelle. Au moins 40% des actifs occupés résidant dans le périurbain travaillent sur Caen et sa périphérie, mais les autres ont un lieu de travail différent. Sans omettre les périurbains sans activité professionnelle, -parce que chômeurs, femmes au foyer ou retraités-, les emplois occupés et les conditions de travail sont variés ainsi que les niveaux de rémunération. La diversité sociale a également trait à la taille des ménages, à l'âge et à la position dans le cycle de vie, à l'état de santé, aux caractéristiques de l'habitat (maison individuelle, immeuble collectif...)... Cette hétérogénéité sociale a un impact autant sur l'usage des espaces urbains et périurbains que sur le rapport à la mobilité notamment automobile.

Les représentations stéréotypées du périurbain suggèrent l'idée d'une homogénéité des pratiques liées à l'approvisionnement alimentaire. Toutefois, des différences sociales sont présentes dans les espaces périurbains, et se modifient avec l'arrivée de nouvelles populations (urbains « écologistes », jeunes urbains précaires, ...). Or ces différences sociales se prolongent aujourd'hui comme hier dans des niveaux de consommation, des « goûts » alimentaires, mais également des pratiques et des cultures d'approvisionnement alimentaire différenciées.

# **BIBLIOGRAPHIE**



Ridha ABDMOULEH [2007], « Consommation des produits écologiques et inégalités sociales. Le cas Tunisien. », *Développement durable et territoires*, Dossier 9 : Inégalités écologiques, inégalités sociales.

Elise ANDRIEU, France CAILLAVET, Anne LHUISSIER, Milan MOMIC, Faustine REGNIER [2006], « L'alimentation comme dimension spécifique de la pauvreté. Approches croisées de la consommation alimentaire des populations défavorisées », *Les Travaux de l'Observatoire national de la pauvreté et de l'exclusion sociale*, pp. 247-278.

*Les Annales de la recherche urbaine* [2007], « Individualisme et production de l'urbain », n°102.

*Les Annales de la recherche urbaine* [2001], « Les seuils du proche », n°90.

Patrice AUBERTEL, Michel BONNET (sous la direction) [2006], *La ville aux limites de la mobilité*, Paris, PUF.

Brigitte BACCAÏNE, François SÉMÉCURBE [2009], « La Croissance périurbaine depuis 45 ans. Extension et densification », *INSEE Première*, n°1240.

Guy BAUDELLE, Gérard DARRIS, Jean OLLIVRA, Jean PIHAN [2004], « Les conséquences d'un choix résidentiel périurbain sur la mobilité : pratiques et représentations des ménages », *Cybergéo*, n°287, 17 p.

Vanessa BELLAMY, Laurent LEVEILLE [2007], « Consommation des ménages. Quels lieux d'achat pour quels produits ? », *INSEE Première*, n° 1165.

François BELLANGER, Bruno MARZLOFF [1996], *Transit. Les lieux et les temps de la mobilité*, La tour d'Aigues, Éditions de l'Aube.

Raphaël BERGER, Pascale HEBEL, Fanette RECOURS [2008], « Effets de génération, d'âge et de revenus sur les arbitrages de consommation », Paris, *Cahiers de recherche du CREDOC*, n°258.

Jean-Pierre BONDUE [2004], *Temps des courses, courses des temps*. Actes du colloque international organisé à Lille et à Roubaix les 21 et 22 novembre 2003, Lille, USTL.

Michel BONNET, Dominique DESJEUX (sous la direction) [2000], *Les territoires de la mobilité*, Paris, PUF.

Yves BOQUET, René-Paul DESSE (sous la direction de) [2010], *Commerce et mobilités*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon.

Sandrine BOUVERET-GAUER, Claudine MARENCO, Marie-Josée PARIZET, René PERON [1994], *Le commerce et la ville. Bilan critique des études et recherches sur les pratiques urbaines du commerce*, Paris, CNRS éditions.

Anne-Delphine BROUSSEAU, Jean-Luc VOLATIER [1999], « Femmes : une consommation plus prudente et plus citoyenne », *in* CREDOC, *Consommation et modes de vie*, n°137.

Laurent CAILLY, Rodolphe DODIER [2007], « La diversité des modes d'habiter des espaces périurbains dans les villes intermédiaires : différenciations sociales, démographiques et de genre », *Noröis*, n°205.

France CAILLAVET, Cédric LECOQNE, Véronique MICHELE, « La consommation alimentaires : des inégalités persistantes mais qui se réduisent », *in* INSEE [2009], *Cinquante ans de consommation en France*, pp. 49-62.

Danielle CHABAUD, Dominique FOUGEYROLLAS, Françoise SONTTHONNAX [1981], *Le Travail domestique et les pratiques de déplacement des femmes et des hommes*, Université Paris-Nanterre, CAESAR.

Sophie CHEVALIER [2007], « Faire ses courses en voisin. Pratiques d'approvisionnement et sociabilités dans l'espace de trois quartiers de centre ville (Grenoble, Lyon, Besançon) », *Métropole*, 1, Varia.

Isaac CHIVA [1980], « Les places marchandes dans le monde rural », *Etudes rurales*, n° 78-79-80.

Dorothy DAVIS [1966], *The History of Shopping*, London, Routledge and Paul Kegan.

Michelle DE LA PRADELLE [1998], *Faire son marché à Carpentras et ailleurs*, Paris, Fayard.

François DE SINGLY [2007], *L'injustice ménagère*, Paris, Armand Colin

Dominique DESJEUX [2006], *La Consommation*, Paris, Edition PUF.

Marie-Geneviève DEZÈS, Antoine HAUMONT, Henri RAYMOND, Nicole RAYMOND [1966], *L'habitat pavillonnaire*, Paris, L'harmattan.

- Pascal DIBIE [2006], *Le village métamorphosé. Révolution dans la France profonde*, Paris, Plon, Terre Humaine.
- Jacques DONZELOT [2004], « La ville à trois vitesses : relégation, périurbanisation, gentrification », *Esprit*, Paris, n°303.
- Philippe DUGOT, Michaël POUZENC (sous la direction de) [2010], *Territoires du commerce et développement durable*, Paris, L'Harmattan, 2010.
- Marie-Anne DUJARIER [2008], *Le travail du consommateur. De Mac Do à Ebay : comment nous coproduisons ce que nous achetons*, Paris, La Découverte.
- Anne DUJIN, Bruno MARESCA [2009], « La consommation d'énergie des ménages dans le logement : les arbitrages entre aspirations au confort et sensibilité environnementale », *Cahiers de recherche du CRÉDOC*, n°264.
- Claire DUPUY, Bruno MARESCA, Isabelle VAN DE WALLE, [2005], « Le partenariat entre les collectivités territoriales et les entreprises dans les politiques publiques de déplacements vers le travail. Les exemples de Nantes, Bordeaux, Dunkerque et Saint Denis », Paris, CREDOC, recherche réalisée sur un financement du PREDIT, PUCA du ministère de l'Équipement.
- Philippe ESTEBE [2004], « Quel avenir pour les périphéries urbaines ? », *Esprit*, n°303.
- Isabelle EYMARD [1999], « De la grande surface au marché : à chacun ses habitudes », *INSEE Première*, n° 636.
- Claude FISCHLER [1993], *L'omnivore. Le goût, la cuisine et le corps*, Paris, Seuil.
- Arnaud GASNIER [2010], *Commerce et ville ou commerce sans ville ? Production urbaine, stratégies entrepreneuriales et politiques territoriales de développement durable*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Arnaud GASNIER [2007], « Les temps de mobilité des consommateurs au cœur des nouvelles logiques d'implantation de l'offre commerciale », *Espace Population Sociétés*, n°3, pp. 243-254.
- Arnaud GASNIER, Mickael POUZENC, Jean SOUMAGNE, [2004], « Commerce et développement durable », *Historiens et Géographes*, n°387.
- Jean-Pierre HASSOUN (sous la direction) [2005], « Négoces dans la ville », *Ethnologie Française*, n°1, janv-mars.
- Benoît HEILBRUNN [2005], *La consommation et ses sociologies*, Paris, Armand Collin.
- Nicolas HERPIN, Daniel VERGER [2007], *La consommation des Français*, Tome 2, Transports, loisirs, santé, Paris, La découverte.
- Vincent HERVOUET [2007], « La mobilité du quotidien dans les espaces périurbains, une grande diversité des modèles de déplacements. L'exemple de la métropole Nantaise », *Norois*, vol. 4, n°205.
- Marie-Christine JAILLET [2004], « L'espace périurbain : un univers pour les classes moyennes », *Esprit*, n°303.
- Claire LAMINE [2008], *Les intermittents du bio*, Paris - Versailles, Fondation de la Maison des sciences de l'homme – Editions Quae.
- Simon LANGLOIS [2004], *Consommer en France. Cinquante ans de travaux scientifiques au CREDOC*, La Tour d' Aigues, Éditions de l'aube.
- Gwénaél LARMET [1999], *L'organisation des pratiques d'approvisionnement alimentaires*, INRA-COREL.
- Jeanne LAZARUS [2006], « Les pauvres et la consommation », *vingtième Siècle. Revue d'histoire*, vol. 3, n° 91, p. 137-152.
- Bruno LUTUNIER [2002], « Les petites entreprises du commerce depuis 30 ans. Beaucoup moins d'épiceries, un peu plus de fleuristes », *INSEE Première*, n°831.
- François MADORE [2001], « Les pratiques d'achat dans la ville contemporaine. Mobilités et appartenances territoriales », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°90.
- David MANGIN [2004], *La ville franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine*, Paris, Ed. De la Villette.
- Bruno MARESCA, Xavier MORDRET [2009], « Commerces et zones urbaines sensibles. Politiques et besoins des habitants », *Cahiers de recherche du CRÉDOC*, n°260.
- Marie-Hélène MASSOT, Jean-Pierre ORFEUIL [2005], « La mobilité au quotidien, entre choix individuel et production sociale », *Cahiers internationaux de sociologie*, n°118.

Olivier MEUBLAT, Philippe MOATI, Laurent POUQUET, Martial RANVIER [2005], « Enquête commerce 2005. Comportements et attitudes des consommateurs à l'égard du commerce alimentaire », *Cahiers de recherche du CRÉDOC*, n°211.

Daniel MILLER et alii [2003], *Shopping, Place and Identity*, London and New-York, Routledge, (first published by Routledge, 1998).

Daniel MILLER [1998], *A Theory of Shopping*, Cambridge UK, Polity Press.

Bruno MARESCA, Anne DUJIN [2010], « La consommation d'énergie des ménages dans le logement : les arbitrages entre aspirations au confort et sensibilité environnementale », *Cahiers de recherche du CREDOC*, n°.

Philippe MOATI [2009], « La vente à distance dans la nouvelle révolution commerciale », Paris, *Cahier de Recherche du CREDOC*, n°261.

Philippe MOATI, Martial RANVIER [2008], L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les déclarations annuelles de données sociales, Paris, rapport pour la DIACT, CREDOC.

Philippe MOATI, Isabelle VAN DE WALLE [2006], « Les conditions d'implication des entreprises en faveur d'une mobilité (domicile-travail) durable », in Michel BONNET, Patrice AUBERTEL (sous la direction de), *La ville aux limites de la mobilité*, Paris, PUF.

Philippe MOATI, Olivier MEUBLAT, Laurent POUQUET, Martial RANVIER [2005], Enquête commerce 2005. Comportements et attitudes des consommateurs à l'égard du commerce alimentaire, *Cahiers de Recherche du CREDOC*, n°211, novembre 2005.

Philippe MOATI (coordination) [2003], *Nouvelle économie, nouvelles exclusions ?*, La Tour d'Aigues, Eds de l'Aube.

Philippe MOATI, Isabelle VAN DE WALLE [2002], Mobilités et territoires urbains. Les stratégies économiques, sociales et territoriales des entreprises à l'égard de la mobilité vers le travail, Paris, CREDOC, Recherche financée par le Ministère de l'Équipement – Programme PUCA.

Philippe MOATI (coordination) [2001], *L'avenir de la grande distribution*, Paris, Eds Odile Jacob.

Jérôme MONNET, Jean-François STASZACK [2008], « Editorial. Le consommateur ambulant : mobilités, stratégies et services », *Espaces et Sociétés*, vol. 4, n°135.

Chantal NICOLAÏ, Chris OLIVIER, Hadrien RUFFAUT [2010], *Glaneurs dans les villes. Étude monographique*, Paris, Centre d'Études et de Recherche sur la Philanthropie (CERPHI).

Jean-Pierre ORFEUIL [2000], « L'évolution de la mobilité quotidienne. Comprendre les dynamiques, éclairer les controverses », *synthèses INRETS*, n°37.

René PERON [2001], « Le près et le proche. Les formes recomposées de la proximité commerciale », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°90.

Martyne PERROT [2009], *Faire ses courses*, Paris, Stock.

Jean-Pierre POULAIN [2002], *Sociologies de l'alimentation*. Paris, Presses universitaires de France.

Michel PINÇON [1986], « Autoproduction, sociabilité et identité dans une petite ville ouvrière », *Revue française de sociologie*, vol. 27, n°4.

Sophie PONTHEUX, Amandine SCHREIBER [2007], « Dans les couples de salariés, la répartition du travail domestique reste inégale », INSEE, *Données Sociales*.

Michelle de la PRADELLE [1998], *Les Vendredis de Carpentras, faire son marché en Provence ou ailleurs*, Paris, Fayard.

Bernard QUÉTELARD [2010], « Se rendre au travail ou faire ses courses motive toujours un déplacement quotidien sur deux. Le recours à la voiture se stabilise », in *La Revue du Commissariat Général au Développement Durable, La mobilité des Français. Panorama issu de l'enquête nationale transports et déplacements 2008*, pp. 25-47.

Martial RANVIER, Philippe MOATI [2008], L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les déclarations annuelles de données sociales, Paris, CREDOC, étude réalisée à la demande de la DIACT.

H. RAYMOND, N. HAUMONT, N.G. RAYMOND [1966], *L'habitat pavillonnaire*, Paris, L'harmattan.

Arnaud REGNIER-LOILIER, Céline HIRON [2010], « Evolution de la répartition des tâches domestiques après l'arrivée d'un enfant », *Politiques sociales et familiales*, n°99, pp. 5-25.

Robert ROCHEFORT, [2007], *Le bon Consommateur et le mauvais citoyen*, Paris, Odile Jacob.

Lionel ROUGE [2005], *Accession à la propriété et modes de vie en maison individuelle en périurbain lointain toulousain. Les « captifs » du périurbain ?*, Thèse de géographie et aménagement du territoire, Toulouse, Université du Mirail.

Gwénaél SOLARD [2009], « A la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population ». *INSEE Première*, n°1245.

Isabelle VAN DE WALLE [2008], « Améliorer l'offre de services publics dans le cadre de la mobilité vers le travail », in Patrice AUBERTEL, François Ménard [2008] (coordination de), *La Ville pour tous : Un enjeu de services publics*, Paris, La Documentation française.

Isabelle VAN DE WALLE [2007], « État, collectivités territoriales et entreprises face à la mixité fonctionnelle. L'exemple de l'agglomération nantaise », Paris, CREDOC, recherche réalisée sur un financement du MEDAD.

Isabelle VAN DE WALLE, Léonor RIVOIRE [2005], "Commerce et mobilité. L'activité commerciale face aux nouvelles politiques publiques de déplacements urbains ", *Cahiers de recherche du CRÉDOC*, n°216.

Florence WEBER [1998], *L'honneur des jardiniers. Les potagers dans la France du XXème siècle*, Paris, Belin.

# ANNEXE

LISTE DES ENTRETIENS INDIVIDUELS REALISES

N° entretien	Territoire	Nom attribué	Classe d'âge	Taille du ménage	Occupation professionnelle
1	Argences	Louis	46-60 ans	1	Garagiste
2	Argences	Virginie et Alain	46-60 ans	3	Virginie : ouvrière. Alain : ouvrier.
3	Argences	Marie-Ange et Jean-Claude	30-45 ans	5	Marie-Ange : femme au foyer. Jean-Claude : cadre.
4	Argences	Sylvain et Béatrice	30-45 ans	4	Sylvain : ouvrier. Béatrice : ouvrière.
5	Argences	Jean et Thérèse (parents) + Catherine (fille)	> 75 ans et 30-45 ans	3	Jean : retraité, ancien ouvrier. Thérèse : mère au foyer. Catherine : aide à domicile.
6	Argences	Céline et Kévin	< 30 ans	2	Céline : vendeuse. Kévin : ouvrier BTP.
7	Argences	Olivier et Julie	< 30 ans	2	Olivier : ouvrier saisonnier. Julie : serveuse.
8	Argences	André	46-60 ans	1	Employé municipal.
9	Argences	Danielle	> 75 ans	1	Retraitée, anciennement vendeuse - mari anciennement cadre.
10	Argences	Nathalie et Bernard	46-60 ans	2	Nathalie : orthoptiste. Bernard : infirmier.
11	Argences	Suzanne	> 75 ans	1	Mère au foyer. Mari anciennement cadre.
12	Argences	Monique et Antoine	30-45 ans	8	Monique : mère au foyer. Antoine : technicien.
13	Epron	Annie et Michel	46-60 ans	4	Annie : assistante maternelle. Michel : employé.
14	Epron	Hélène et Jérôme	30-45 ans	4	Hélène : documentaliste. Jérôme : ingénieur.
15	Epron	Philippe et Marie	46-60 ans	4	Philippe : infirmier. Marie : dentiste.
16	Epron	Pierre et Elisabeth	61-75 ans	2	Pierre : pré-retraité d'une administration. Elisabeth : infirmière.
17	Epron	Joseph et Marthe	> 75 ans	2	Retraités, anciennement exploitants agricoles.
18	Epron	Caroline	30-45 ans	4	Assistante maternelle.
19	Epron	Anne et Guy	61-75 ans	2	Anne : retraitée, anciennement cadre. Guy : retraité, anciennement cadre.
20	Epron	Jean-Pascal et Armelle	30-45 ans	4	Jean-Pascal : chorégraphe. Armelle : maître de conférence.
21	Epron	Georges	> 75 ans	1	Cadre.
22	Epron	Justine et Guillaume	30-45 ans	2	Justine : éducatrice. Guillaume : chercheur.
23	Epron	Yves et Delphine	46-60 ans	7	Yves : cadre. Delphine : employée dans une administration.
24	Ste-Honorine	Jacques et Paola	46-60 ans	2	Paola : infirmière. Jacques : retraité de l'armée.
25	Ste-Honorine	Deborah	30-45 ans	6	Assistante familiale.
26	Ste-Honorine	Rémi et Lydie	30-45 ans	6	Rémi : technicien. Lydie : assistante familiale.
27	Ste-Honorine	Charlotte et Thierry	30-45 ans	6	Charlotte : mère au foyer. Thierry : cadre.
28	Ste-Honorine	Aude et Paul	30-45 ans	3	Aude : éducatrice. Paul : employé.
29	Ste-Honorine	Lucie	> 75 ans	1	N'a jamais travaillé - mari anciennement profession libérale
30	Ste-Honorine	Aurélien et Cécile	< 30 ans	2	Aurélien : graphiste. Cécile : institutrice.
31	Ste-Honorine	Irène et Etienne	61-74 ans	2	Irène : retraitée, anciennement professeure. Etienne : médecin.
32	Ste-Honorine	Côme	> 75 ans	1	Retraité, anciennement ouvrier.