

A T L A S D E F R A N C E
dirigé par Thérèse Saint-Julien

Volume 10

**SERVICES ET
COMMERCES**

coordination scientifique :
Thérèse Saint-Julien

RECLUS
La Documentation Française
1999



Ce volume de l'Atlas de France a été coordonné par Thérèse **Saint-Julien** (Université Paris I.)

Ont collaboré à ce volume : Milena **Alexandrova** (Université Paris I), Myriam **Baron** (Université Paris VII), Jean-Luc **Bonnefoy** (Université de Provence, Aix-en-Provence), Joël **Charre** (Université d'Avignon), Benoît **Chassaing** (Université d'Avignon), Patricia **Cicille** (CNRS, Montpellier), François **Durand-Dastès** (Université Paris VII), Pascal **Gillon** (Université de Besançon), Claude **Grasland** (Université Paris VII), Loïc **Grasland** (Université d'Avignon), Marianne **Guérois** (Université Paris I), Renaud **Le Goix** (Université Paris I), Françoise **Lucchini** (Université de Rouen), Pierre **Mas** (Université Paul Valéry, Montpellier), Estelle **Morcello** (Université Paris XII), Jean **Rieucan** (Université Paul Valéry, Montpellier), Eve **Sastre-Conte** (Université Paul Valéry, Montpellier), Michel **Vigouroux** (Université Paul Valéry, Montpellier), Christine **Zanin** (Équipe Géographie-cités)

Réalisation : GIP RECLUS, Maison de la Géographie, Montpellier

Traitement de l'information et cartographie : Guérino **Sillère** (CNRS), avec la collaboration de Eric **Daudé** (Université d'Avignon), Marina **Duféal** (Université d'Avignon)

Secrétariat de rédaction : Marie-Madeleine **Usselman** (CNRS) ; révision : Roger **Brunet**, Régine **Vanduick** (CNRS)

Maquette intérieure et flashage : **Atelier 3**, Montpellier

Comité scientifique de l'Atlas de France

Franck **Auriac** (Université d'Avignon), Madeleine **Brocard** (Université du Havre), Roger **Brunet**, Colette **Cauvin** (Université Louis Pasteur, Strasbourg), Henri **Chamussy** (Université Joseph Fourier, Grenoble), Joël **Charre** (Université d'Avignon), Yvan **Chauviré** (Université Paris I), Jean-Paul **Cheyran** (CNRS, GIP RECLUS, Montpellier), André **Dauphiné** (Université de Nice), Aliette **Delamarre** (Université Paris VII), François **Durand-Dastès** (Université Paris VII), Claude **Ecobichon** (Comité national pour l'information géographique, Paris), Robert **Ferras**, Armand **Frémont** (Université Paris I), Henry **Godard** (Université de la Réunion), Loïc **Grasland** (Université d'Avignon), Yves **Guermond** (Université de Rouen), Robert **Hérin** (Université de Caen), Jacques **Joly** (Université Pierre Mendès-France, Grenoble), Rémy **Knafou** (Université Paris VII), Daniel **Noin** (Université Paris I), Denise **Pumain** (Université Paris I), Violette **Rey** (ENS de Fontenay-Saint-Cloud), Henri **Reymond** (Université Louis Pasteur, Strasbourg), Thérèse **Saint-Julien** (Université Paris I), Hervé **Théry** (CNRS, Paris), Pierre **Usselman** (CNRS, GIP RECLUS, Montpellier), Michel **Vigouroux** (Université Paul Valéry, Montpellier), Jean-Claude **Wieber** (Université de Franche-Comté, Besançon), Jean-Claude **Ziv** (CNAM, Paris), Institut géographique national.

Commerce et services dans la construction des territoires			
(Th. Saint-Julien)	7	10.2.18. Casino	36
10.0.1. L'emploi en Europe	8	10.2.19. Système U	36
10.0.2. Le poids des secteurs d'activités	8		
10.0.3. Carte de repérage	9	3. Les services à la population	
		<i>Les services à la population et la centralité</i> (J.-L. Bonnefoy)	38
1. Les grands secteurs du commerce et des services		<i>Le système bancaire</i> (B. Chassaing)	39
<i>Des activités très urbaines</i> (Th. Saint-Julien)	12	10.3.1. Les sièges sociaux des banques	39
10.1.1. La population active ayant un emploi dans le commerce et les services	13	10.3.2. L'équipement bancaire	40
<i>Les secteurs d'activité</i> (Th. Saint-Julien)	14	10.3.3. La Société Générale	41
10.1.2. La tertiarisation de l'activité économique	15	10.3.4. Le Crédit Lyonnais	41
10.1.3. Le commerce de gros	16	10.3.5. La Banque Nationale de Paris	42
10.1.4. Le commerce de détail	16	10.3.6. Les Banques Populaires	42
10.1.5. L'hôtellerie, les cafés et les restaurants	17	10.3.7. Le Crédit Agricole	43
10.1.6. Les postes et les télécommunications	17	10.3.8. Le Crédit Mutuel	43
10.1.7. Les services marchands aux particuliers	18	10.3.9. Les banques régionales et locales	44
10.1.8. Les services marchands aux entreprises	18	10.3.10. La desserte du territoire par les grands réseaux bancaires nationaux	44
10.1.9. Les services de location immobilière, les assurances, et les organismes financiers	19	<i>Les assurances</i> (P. Mas)	45
10.1.10. Les services non marchands	19	10.3.11a. Le chiffre d'affaires de l'assurance	45
10.1.11. Les spécialisations de l'activité tertiaire	21	10.3.11b. Les emplois dans les assurances	45
<i>Les professions</i> (Th. Saint-Julien)	22	10.3.12. Le secteur des assurances	46
10.1.12. Les artisans	23	10.3.13. Les établissements mutualistes	46
10.1.13. Les commerçants	23	10.3.14. Les établissements d'assurance-vie, capitalisation et dommages	47
10.1.14. Les professions libérales	24	<i>L'artisanat</i> (J.-L. Bonnefoy)	48
10.1.15. Les cadres du commerce et des services	24	10.3.15. Artisanat du bâtiment et population	49
10.1.16. Les professions intermédiaires du commerce et des services	25	10.3.16. Artisanat du bâtiment et dynamique migratoire	49
10.1.17. Les employés du commerce et des services	25	10.3.17. Artisanat de l'automobile et population	49
10.1.18. Les spécialisations professionnelles des emplois du commerce et des services	26	10.3.18. La concentration géographique de l'artisanat de l'automobile	49
		<i>Les équipements médicaux</i> (Ch. Zanin)	50
2. Équipements commerciaux et grande distribution		10.3.19. Médecins et population	50
<i>Les points de vente de la grande distribution</i> (M. Vigouroux)	28	10.3.20. L'offre médicale	51
10.2.1. L'accessibilité des supermarchés	29	10.3.21. La capacité hospitalière	51
10.2.2. L'accessibilité des supermarchés de maxidiscompte	29	<i>Les équipements sportifs</i> (Ch. Zanin)	52
10.2.3. L'accessibilité des hypermarchés	29	10.3.22. La demande en équipements sportifs	53
10.2.4. Les structures locales de la grande distribution	30	10.3.23. L'offre en équipements de sports et de loisirs	53
La diffusion des supermarchés de maxidiscompte : groupes allemands		<i>Les équipements scolaires et universitaires</i> (M. Baron)	54
10.2.5. Groupe Aldi	31	10.3.24. Les lycées : secteurs public et privé en concurrence	55
10.2.6. Groupe Lidl	31	10.3.25. Les sections de techniciens supérieurs	55
10.2.7. Groupe Norma	31	10.3.26. Les classes préparatoires	56
La diffusion des supermarchés de maxidiscompte : groupes français		10.3.27. Distance moyenne entre communes équipées d'un lycée	56
10.2.8. Groupe Erte	31	10.3.28. L'offre universitaire	57
10.2.9. Groupe Baud	31	10.3.29. Les premiers flux de migration émis par chaque pôle universitaire	58
10.2.10. Groupe Muta	31	10.3.30. Les soldes migratoires positifs entre pôles universitaires	58
<i>Bases et régions logistiques</i> (E. Morcello)	32	10.3.31. Migrations contraintes entre pôles universitaires de province	59
Bases logistiques et points de vente		10.3.32. Migrations contraintes des pôles universitaires de province vers l'Île-de-France	59
10.2.11. Carrefour	33	<i>Les équipements culturels</i> (F. Lucchini)	60
10.2.12. Comptoirs modernes	33	10.3.33. Les bibliothèques	61
10.2.13. Auchan	33	10.3.34. Les écoles de musique et de danse	61
10.2.14. Docks de France	33	10.3.35. Les maisons d'édition	62
10.2.15. Magasins Leclerc	35	10.3.36. Les centres dramatiques	62
10.2.16. Intermarché	35	10.3.37. Les théâtres et scènes lyriques	62
10.2.17a. Promodès : Prodim	35	10.3.38. Les orchestres	62
10.2.17b. Promodès : Logidis	35		

10.3.39. Les salles de concert	63	6. La pêche : entre production et commerce	
10.3.40. Les artothèques et galeries de prêt	63	<i>Artisanat et industrie de la pêche</i> (J. Rieucan, E. Sastre-Conte)	94
<i>L'équipement judiciaire</i> (F. Durand-Dastès)	64	10.6.1. Les pêches françaises dans l'Europe du Nord	95
10.3.41. Les tribunaux d'instance	65	10.6.2. Consommation et production de poisson en Europe	95
10.3.42. Les tribunaux de grande instance	65	10.6.3. Les inscrits maritimes	96
10.3.43. L'inégale densité des tribunaux d'instance	66	10.6.4. La conchyliculture	96
10.3.44. Espacement des tribunaux d'instance et densité de la population	66	10.6.5. La spécialisation de la flottille	97
10.3.45. L'accessibilité des tribunaux d'instance	66	10.6.6. La spécialisation des apports débarqués	98
10.3.46. Tribunaux d'instance et activité judiciaire	66		
4. Équipements élémentaires et pratiques spatiales		7. Services et réseaux immatériels	
<i>L'accès aux équipements élémentaires</i> (J.-L. Bonnefoy)	68	<i>Les services téléphoniques</i> (P. Gillon)	100
10.4.1. L'alimentation générale	69	10.7.1. Les communications téléphoniques émises vers les autres zones de province	101
10.4.2. La distribution des journaux	69	10.7.2. Les communications téléphoniques reçues des autres zones de province	101
10.4.3. Les bureaux de poste	69	10.7.3. Les appels téléphoniques en direction de l'étranger	102
10.4.4. Les stations-services	69	10.7.4. La diversité géographique des destinations téléphoniques	102
10.4.5. La qualité de l'équipement élémentaire cantonal	70	10.7.5. Accessibilité et tarification téléphonique	103
10.4.6. Dynamique de la diversité de l'équipement	71	10.7.6. Taille des ZAA et distance moyenne à laquelle 75 % des flux sont écoulés	103
10.4.7. Population desservie et communes équipées	71	<i>Le réseau Internet</i> (L. Grasland)	104
10.4.8. Équipement élémentaire et croissance démographique	73	10.7.7. L'accès à Internet en Europe en septembre 1998	105
10.4.9. L'accessibilité des équipements élémentaires localisés à l'extérieur de la commune de résidence	74	10.7.8. La diffusion de l'accès à Internet dans les principaux pays européens entre 1993 et 1998	105
10.4.10. La distance au chef-lieu de canton extérieur le plus fréquenté	75	10.7.9. Les sites web dans les unités urbaines	106
10.4.11. L'interdépendance des communes pour l'offre de biens et de services élémentaires	76	10.7.10. Les sites web en milieu rural	106
10.4.12. Les complémentarités intercommunales	77		
10.4.13. Le canton à l'épreuve	78	8. Des modèles de la centralité	
5. Au-delà d'une hiérarchie des lieux centraux		<i>La ville la plus fréquentée</i> (J.-L. Bonnefoy, Cl. Grasland)	108
<i>Des activités métropolitaines</i> (Th. Saint-Julien)	80	10.8.1. La ville la plus fréquentée en 1998 d'après l' <i>Inventaire communal</i>	109
10.5.1. Diversité de l'offre de services aux entreprises et taille des villes	81	<i>Quand varie le frein de la distance</i> (Cl. Grasland)	110
10.5.2. Administration des entreprises et conseil en gestion des entreprises	82	10.8.2. Attraction théorique des villes françaises pour des commerces et des services exceptionnels	111
10.5.3. Conseil en systèmes informatiques	82	10.8.3. Attraction théorique des villes françaises pour des commerces et des services rares	111
10.5.4. Banques et traitement de données	83	10.8.4. Attraction théorique des villes françaises pour des commerces et des services courants	112
10.5.5. Les sociétés financières	83	<i>Quand varie la ressource</i> (Cl. Grasland)	113
10.5.6. Études de marché et sondages	84	10.8.5. Liens de dépendance pour les services aux entreprises	114
10.5.7. Recherche et développement	84	10.8.6. Liens de dépendance pour le commerce de gros	115
10.5.8. Commerce de gros des biens de consommation non alimentaires	85	10.8.7. Liens de dépendance pour le commerce de détail	116
10.5.9. Les spécialisations métropolitaines	87	10.8.8. Effet théorique de la qualité de la desserte routière sur l'attraction des villes françaises de plus de 20000 habitants	117
<i>Des centralités spécifiques</i> (Th. Saint-Julien)	88		
10.5.10. Le commerce de gros des produits agricoles	89	9. Services et commerces dans la ville	
10.5.11. Le commerce de gros des produits alimentaires	89	<i>Le modèle de la ville monocentrique en question</i> (Th. Saint-Julien, avec M. Alexandrova, M. Guérois, R. Le Goix)	120
10.5.12. Le commerce de gros des produits intermédiaires non agricoles	90	10.9.1. Le commerce de détail	121
10.5.13. Le commerce de gros des équipements industriels	90	10.9.2. Les services aux particuliers	122
10.5.14. Les intermédiaires du commerce de gros	91	10.9.3. Les services collectifs	123
10.5.15. Les sociétés de travail temporaire	91	10.9.4. Le commerce de gros	124
<i>Les marchés d'intérêt national ont-ils un avenir ?</i> (P. Cicille)	92	10.9.5. Les services aux entreprises	125
10.5.16. Les zones de chalandise des marchés d'intérêt national	92	10.9.6. Commerces, services et centralité dans la ville	127