

CNIS – Groupe de travail  
Statistiques et nouvelles tendances de localisation des populations et des activités.

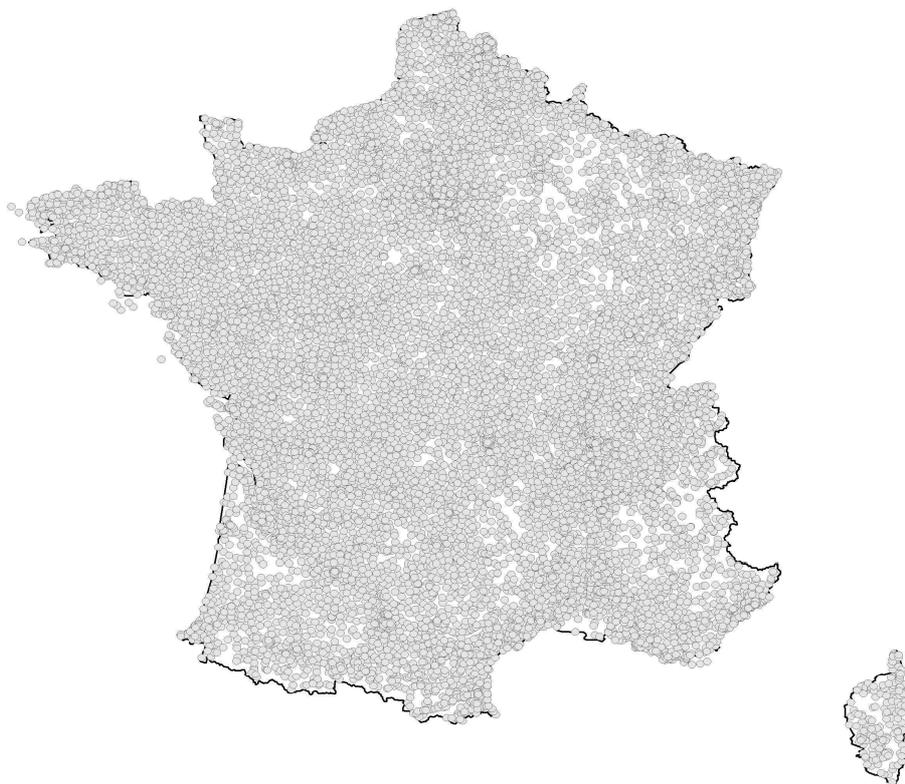
Intervention du 18 Novembre 2008.

**Sujet** : Implantation des activités - Cas des Bureaux de Poste

La Poste a un lien très fort au territoire qui couvre tous les aspects de son activité :

- la distribution et collecte (d'objets : lettres ou colis, argent)
- l'organisation de massification et de transport
- la gestion d'encours financiers
- la distribution de service au sein des bureaux de Poste (courrier, colis ou financier)

Les bureaux de Poste sont acteurs de l'ensemble de ces activités. Il s'agit aujourd'hui d'un ensemble de 17 000 points sur le territoire qui représentent l'interface majeure de La Poste avec la population et les TPE-PME. Ces bureaux reçoivent chaque jour 2 millions de personnes dont 400 000 TPE-PME.



Les questions qui concernent le statisticien autour du réseau des bureaux de Poste sont principalement de deux ordres :

- la compréhension et l'isolement des facteurs environnementaux aptes à contribuer à l'explication de la performance.
- la capacité à définir une politique d'évolution cohérente avec la stratégie de l'entreprise (du dimensionnement global jusqu'à l'implantation locale).

La mise en œuvre d'outils pour répondre à ces questions stratégiques a demandé un travail de statistique territoriale dont l'objectif était de créer la mise en relation de chaque bureau avec un ensemble de données issues du territoire et de conserver la cohérence à des échelles supra.

Dès lors que l'on veut ramener des données environnementales sur des points du territoire il faut répondre à deux questions :

- quel type de zonage ?
- quelles statistiques y associer ?

Du point de vue du zonage nous traiterons deux parties : le zonage à l'échelle du bureau de Poste, et le zonage à l'échelle nationale.

## **A L'échelle du bureau de Poste.**

### **1) Le zonage**

Pour aborder cette question il est indispensable d'avoir une connaissance fine des fréquentations des bureaux de Poste (origine des clients, critère de choix d'un bureau, intensité de fréquentation etc...).

Nous avons donc créé une enquête cadre pour quantifier les modes de fréquentation des bureaux de Poste :

- est-ce qu'on se rend dans un ou plusieurs bureaux ?
- quels sont les déterminants des choix du ou des bureaux fréquentés ?

De cette enquête il ressortait que :

85% des français fréquentent le bureau le plus proche de leur domicile  
8% le bureau le plus proche de leur lieu de travail et  
7% un bureau proche du lieu où ils font leur course

L'enseignement essentiel de cette enquête est l'importance de la proximité dans le choix de du bureau de Poste fréquentés et la fidélité à un seul bureau de Poste. Cela nous a conduit à choisir la partition comme mode de zonage.

Ensuite, se pose le problème du choix d'une granulométrie.

Illustration 1 Département d'Ille et Vilaine et bureaux de Poste

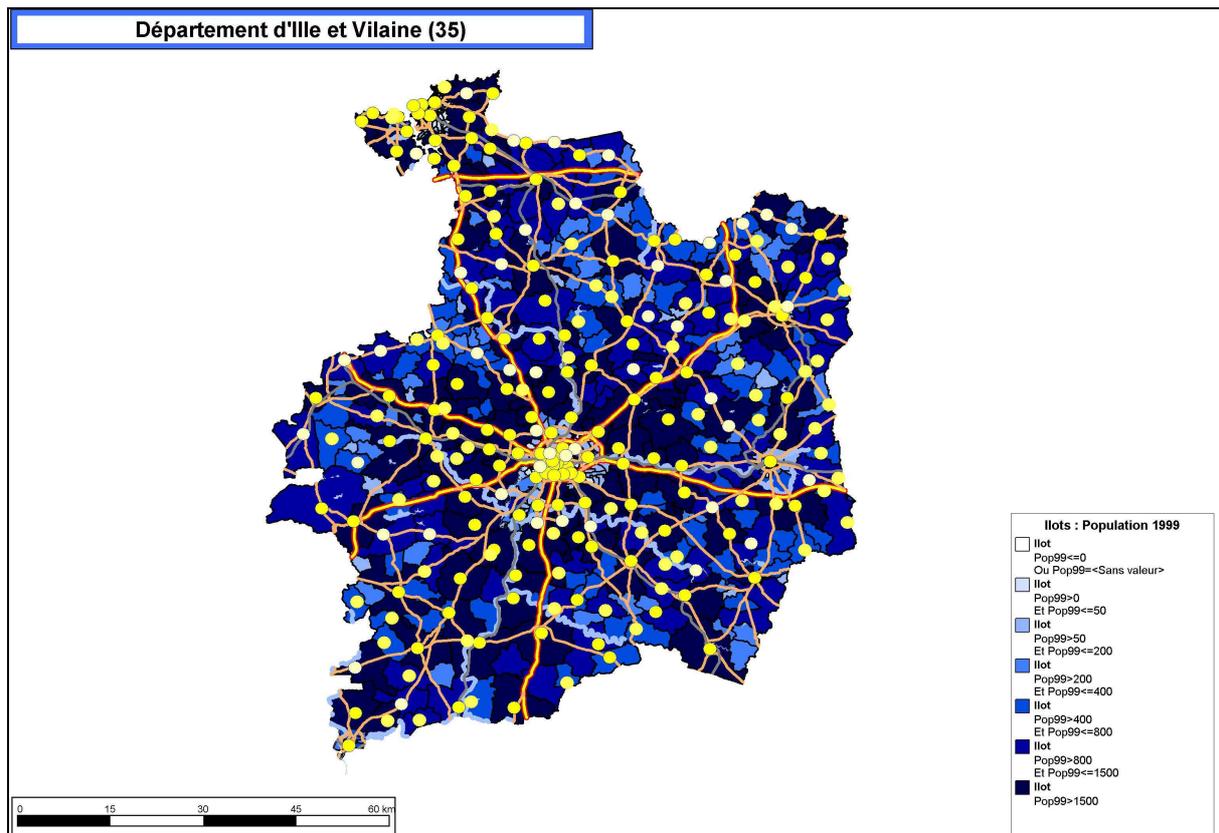


Illustration 2 L'agglomération Rennaise et bureaux de Poste

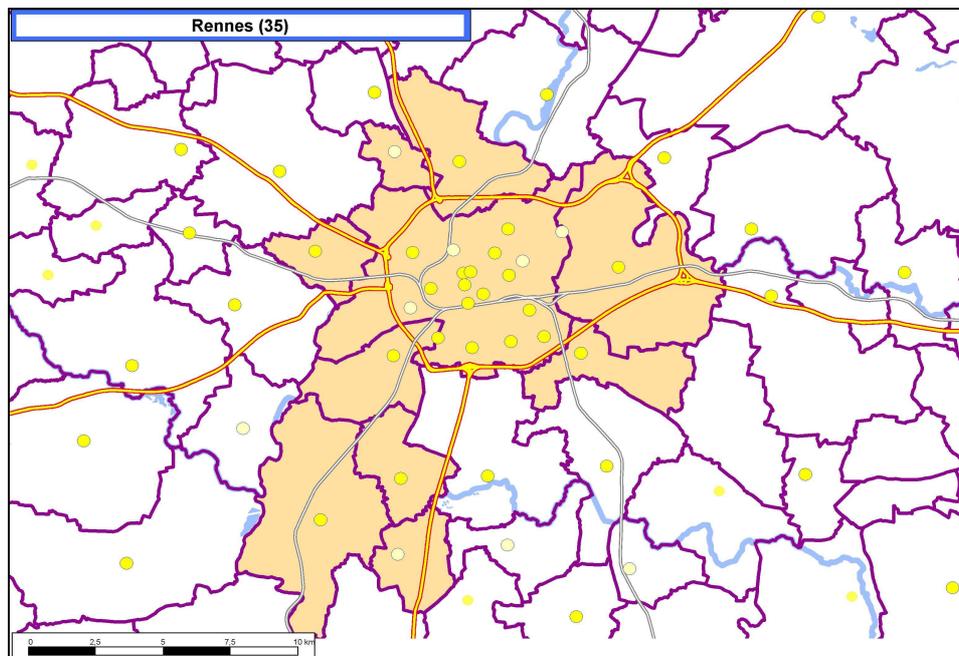


Illustration 3 : Iris et bureaux de Poste

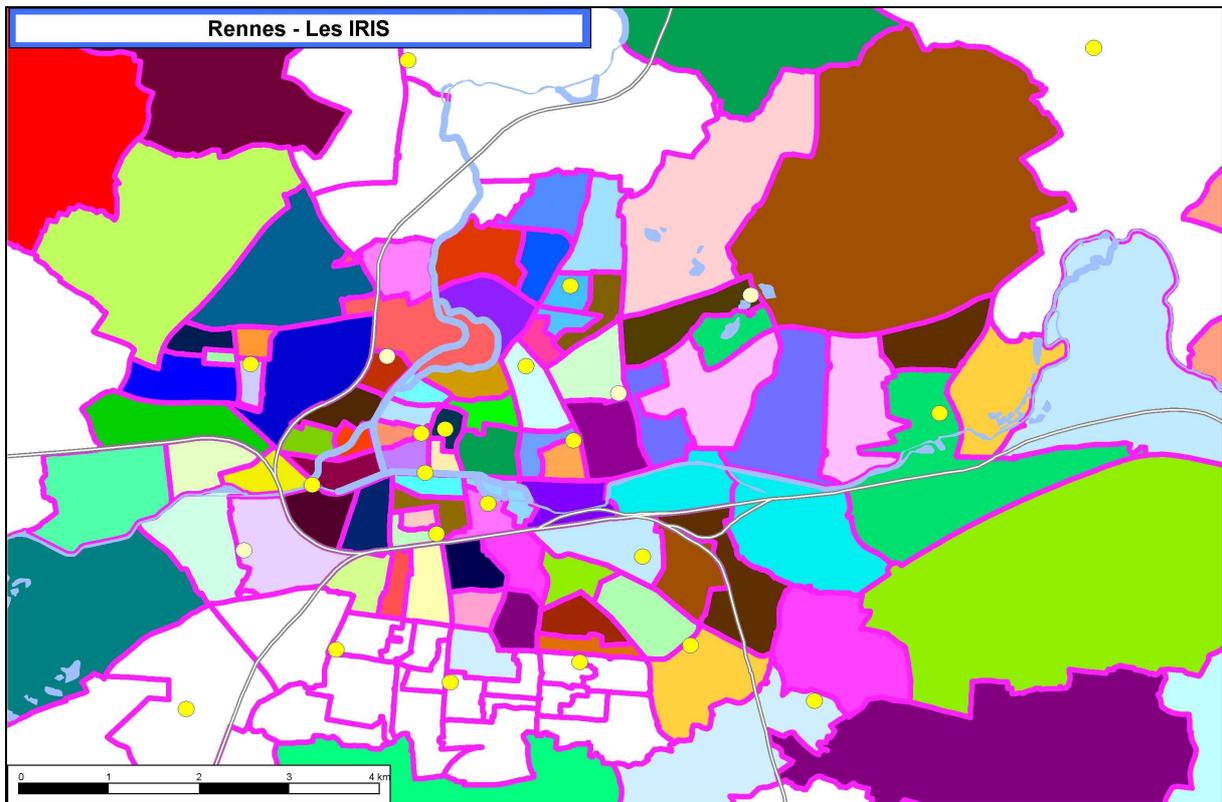
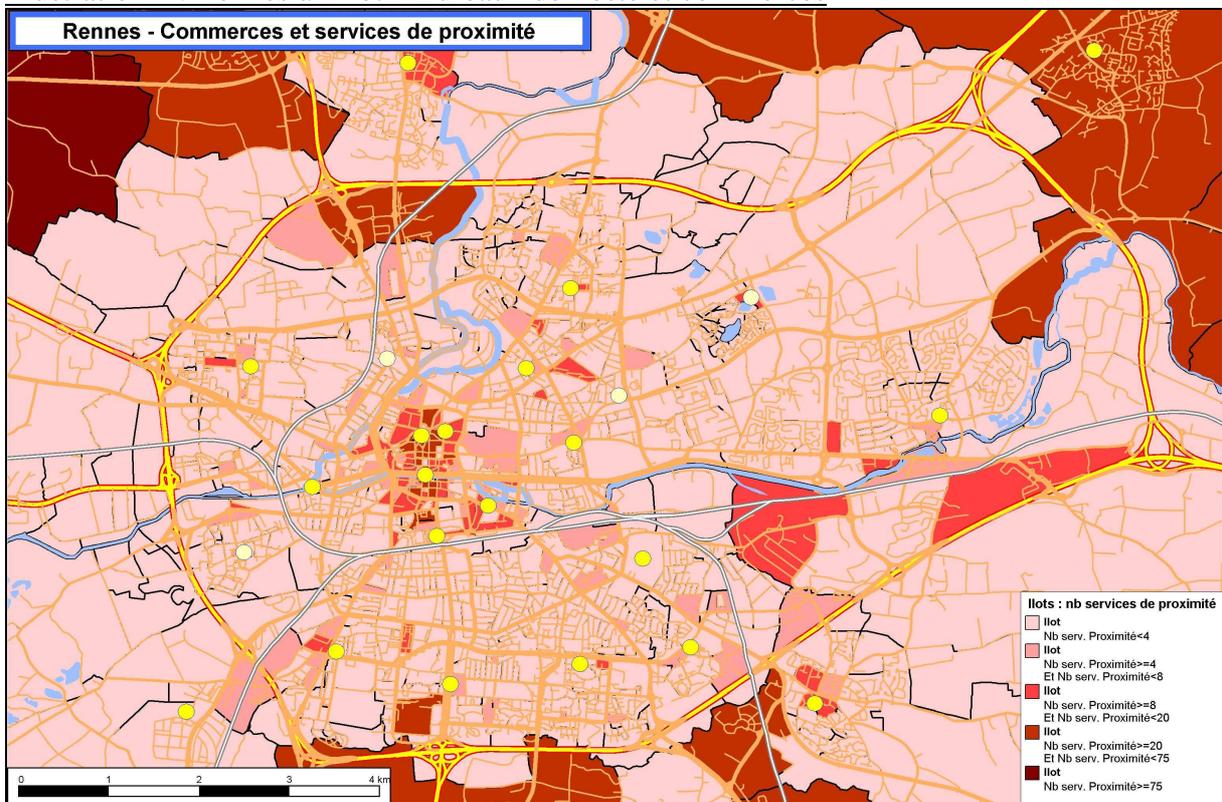


Illustration 4 : Rennes à l'îlot – Bureaux de Poste et commerces



La question de la granulométrie est liée à la densité comparée des territoires et des points étudiés. Dans le cas des bureaux de Poste, en milieu peu dense la commune est suffisante, à l'opposé en urbain dense l'outil optimal aurait été la façade. Mais l'absence de statistiques démographiques disponibles à cette échelle nous a conduit à utiliser les îlots qui constituent un excellent compromis. En 97 nous disposons à cette échelle :

- d'une information démographique issue du recensement
- de profils de population recensés ou modélisés
- d'une cartographie
- d'un géocodeur nous permettant d'y projeter n'importe quelle information adressée (Sirène, fichier LSA, MAO, nos propres fichiers d'adresse clients etc...)

Remarque : A ce stade la méthodologie s'adapte aux outils disponibles et nous travaillons avec deux univers : les villes disponibles à l'îlot pour toutes les dimensions citées plus haut pour lesquelles nous définissons un zonage au niveau de l'îlot et les villes non-îlotées pour lesquelles le zonage sera communal (cette limite n'est globalement pas rédhibitoire mais dans un certain nombre de cas cela pose problème et nous n'avons dans la mesure où cela correspond à peu près à des communes qui ne disposent que d'un seul bureau de Poste (sauf dans environ 400 cas). Néanmoins la rupture de granulométrie peut localement poser problème lorsque la limite communale n'est pas pertinente (cela reste rare).

Pour la construction effective des zones dans les 'villes îlotées', sans entrer dans les détails, nous avons utilisé la distance à vol d'oiseau modulée par la densité de commerces à proximité des bureaux de Poste. Notons que nous avons créé, à l'intérieur des agglomérations, un premier zonage dont les limites ont été définies par des barrières 'naturelles' qui comportent des barrières naturelles réelles mais aussi les barrières constituées par les très grosses avenues, les grandes places etc...et qui scindent la ville du point de vue des déplacements de faible portée. Il s'agit là d'un important travail de terrain.

Illustration 5 : Les barrières naturelles

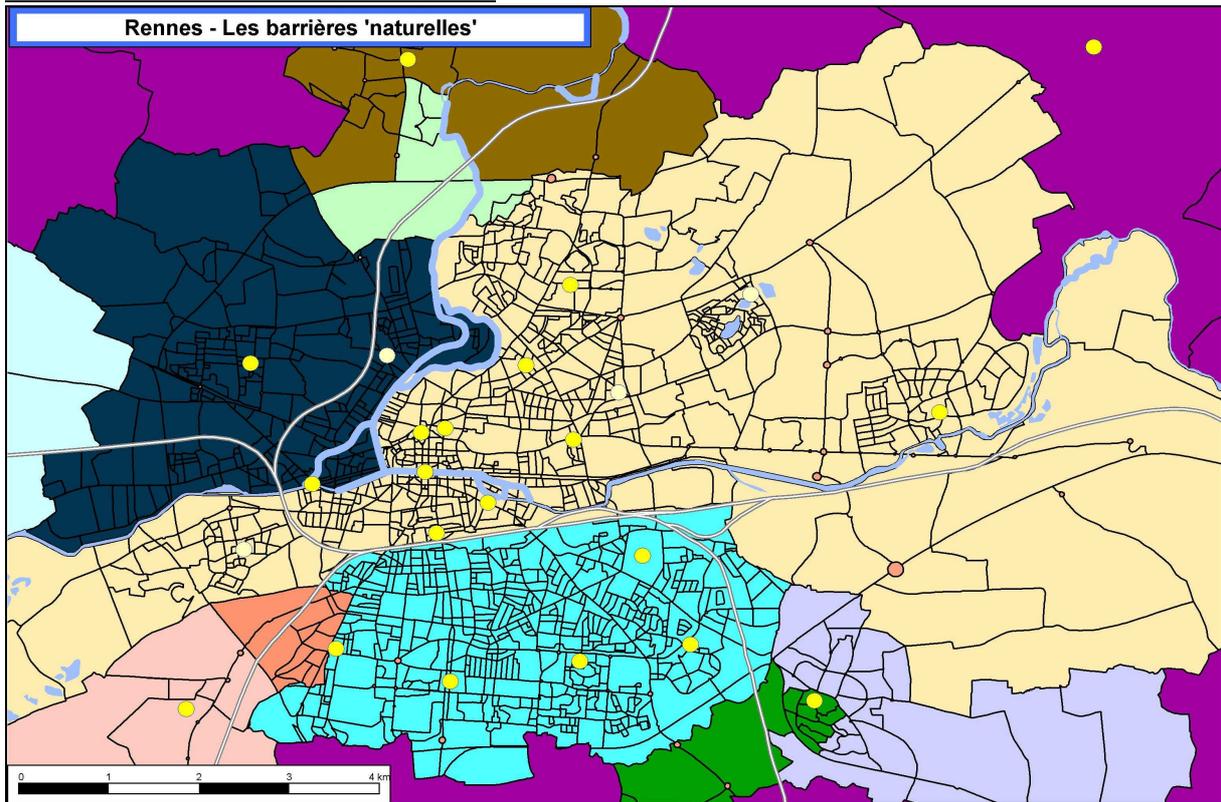
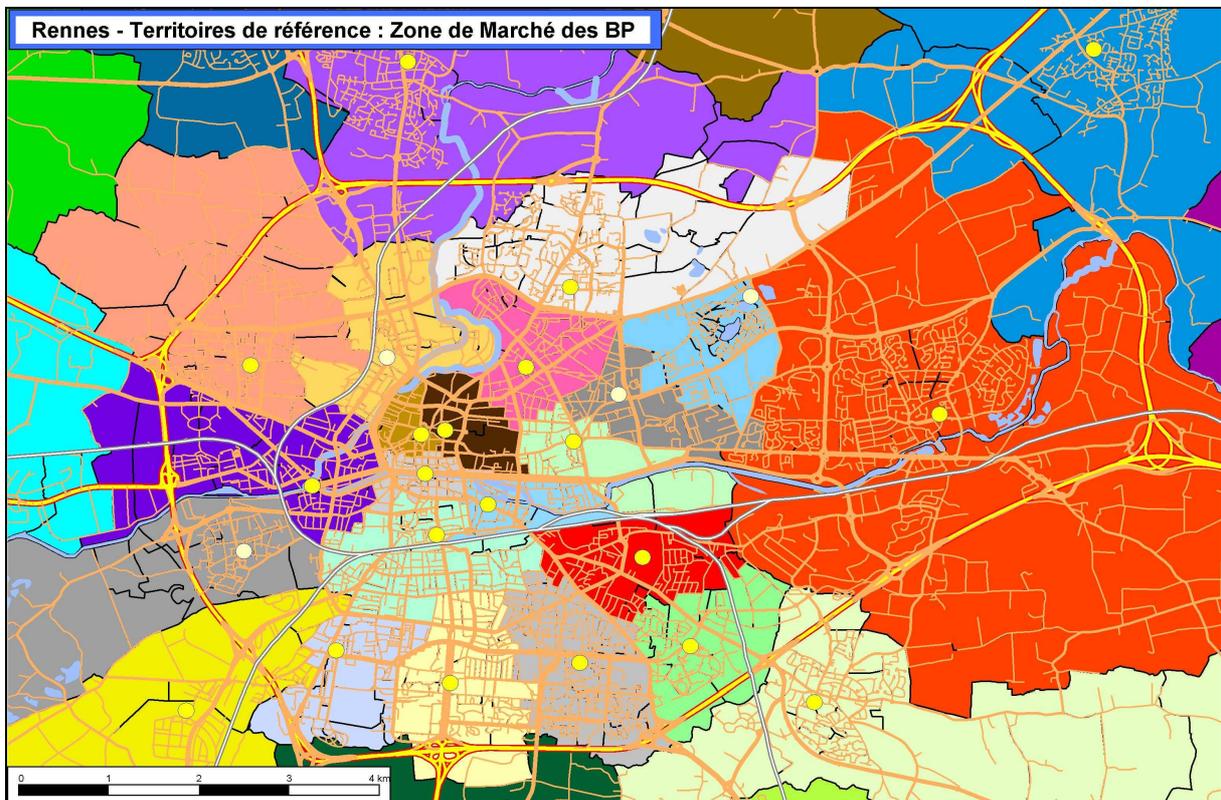


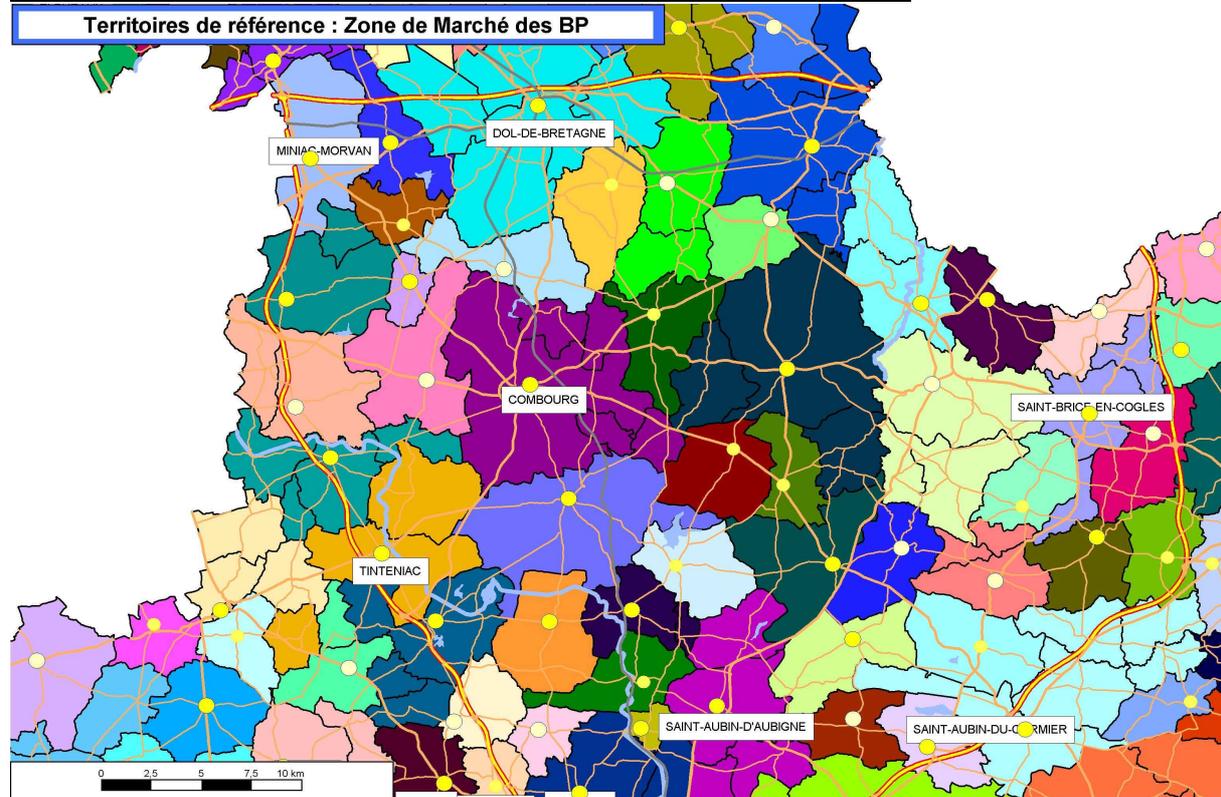
Illustration 6 : Les Zone de Marché des Bureaux de Poste en îloté



En 'non îloté' nous ne disposons pas de possibilité d'utiliser des itinéraires. Nous avons utilisé le fichier Mirabelle et le fichier de l'inventaire communal pour sa très fine description des relations entre communes. Ainsi, on construit les zones des bureaux de Poste en fonction d'attractivité intercommunales modélisées.

NB : nous sommes ici à une échelle inférieure au canton.

Illustration 7 : Les Zone de Marché des Bureaux de Poste en non îloté



## 2) Les statistiques associées

La question de la statistique liée au zonage est importante et intervient en fait en même temps que la réflexion sur la méthode de zonage. Ainsi, dès l'enquête de fréquentation nous cherchons un modèle démographique incluant 2 dimensions :

- 1 – la dimension résidentielle,
- 2 – la mobilité.

Sur la dimension résidentielle il faut préciser que l'enquête de fréquentation permet de mettre en place des modulations en fonction de la composition socio démographique de l'îlot (pas de fréquentation sur un lieu de travail lorsque l'on est inactif...) Ainsi, nous avons ici pour chaque zone une population résidente potentiellement cliente du bureau (en moyenne 85% des résidents de + de 15 ans de la zone).

Concernant la mobilité, il s'agissait de répartir 8% et 7% de la population française dans 17000 zones en fonction d'attracteurs plus ou moins bien quantifiés respectivement : le nombre d'emploi et le nombre de commerces.

En ville îlotée nous avons comptabilisé le nombre d'emplois et de commerces à proximité immédiate du bureau de Poste (c'est-à-dire dans une zone à 300 m du bureau de Poste : la zone primaire). Puis nous avons calculé une probabilité de générer du trafic dans le bureau de poste calée sur les résultats de l'enquête et sur la composition globale en France en emplois et en commerces.

La population de référence d'un bureau de Poste est alors définie comme somme d'une fonction des résidents de la zone, d'une fonction des emplois de la zone primaire et d'une fonction du nombre d'emplois et service dans la zone primaire.

Au final nous avons des zones dans lesquelles quasiment 100% de la population de référence réside à proximité de la zone, et des zones dans lesquelles 30% de la population de référence réside dans la zone.

Ce modèle permet, lors du rapprochement avec les données d'activité des bureaux de Poste, d'apporter des facteurs explicatifs territoriaux à l'analyse de performance des bureaux de Poste puis d'objectiver le traitement de l'ensemble des questions d'implantation de bureau de Poste au niveau local mais aussi au niveau global.

## **B Au niveau global**

L'observation et la confrontation des données issues de l'activité des bureaux de Poste et des données territoriales au travers des modèles décrits plus haut, ont permis au fil du temps de faire émerger une segmentation territoriale qui n'est pas un 'macro-zonage' mais qui permet d'isoler des types de situations territoriales.

Partant de l'observation que : les déplacements, les modes de gestion du temps et les formes de consommations (constatées entre autre dans les bureaux de Poste) varient selon que l'on vit en centre ville, en banlieue proche ou lointaine ou encore à la campagne, il nous est apparu indispensable de disposer d'une segmentation du territoire qui rende compte de ces constats. Cette segmentation permet de délimiter des types de territoires sur lesquels les analyses en terme de mode de vie vont trouver toute leur pertinence.

Cette clé appelée 'format de territoire' renvoie par bijection à des formats de bureaux de Poste est construite autour de 3 notions :

- 1) La taille de l'agglomération
- 2) Le nombre de commerces de proximité (comptabilisé à l'îlot dans les agglomérations de plus de 20 000 hbts)
- 3) La dominance d'un d'habitat collectif.

Nous définissons ainsi 6 formats principaux et 2 formats transverses :

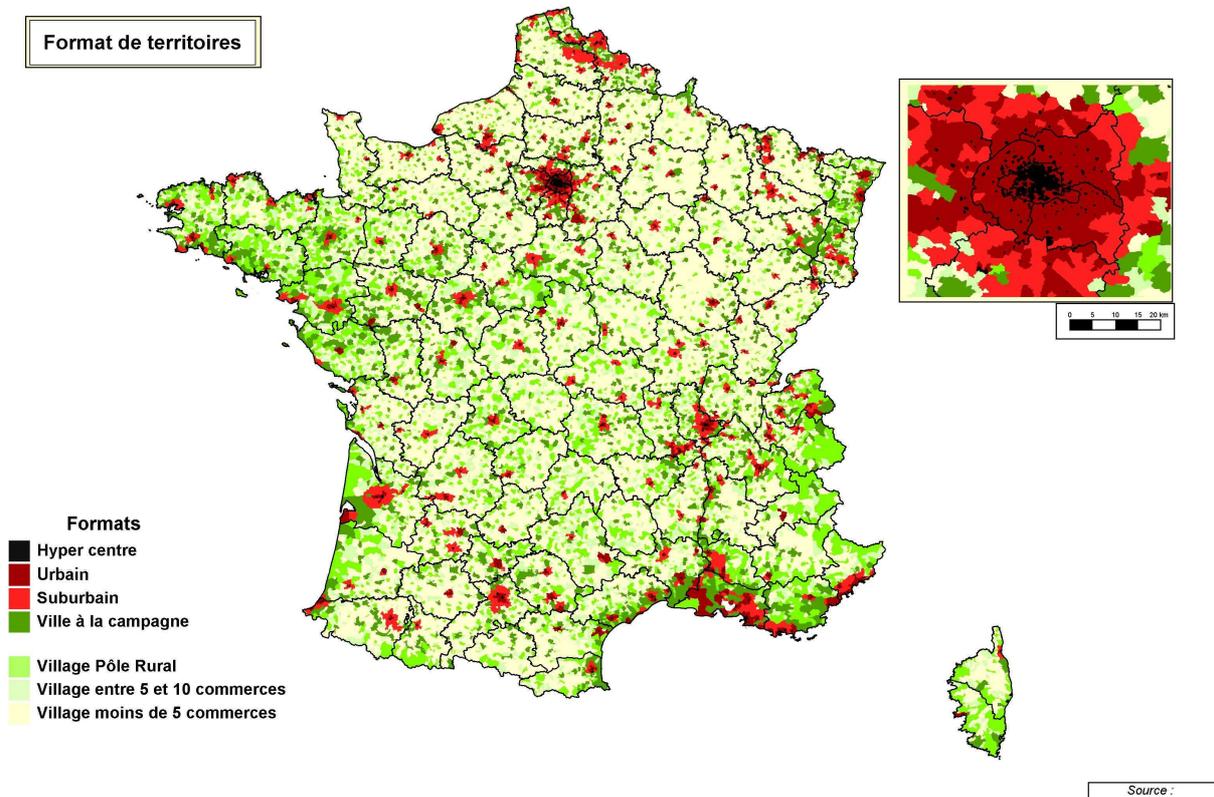
- ✓ Dans les agglomérations de plus de 20 000 habitants :
  - « L'hypercentre » regroupe les îlots qui présentent une forte densité de commerces.  
Les flux y sont importants, peu de personnes y résident mais beaucoup d'habitants de l'agglomération y vont pour faire des courses, pour travailler, pour sortir...
  - « L'urbain » est constitué des îlots dont la densité de commerce est trop faible pour être de « l'hyper centre » et des communes de l'agglomération dans lesquels la majorité de la population habite en collectif. En général l'urbain est bien desservi par les transports en commun les relations des habitants avec l'hypercentre sont fortes.
  - « Le suburbain » correspond aux communes de l'agglomération dans lesquelles l'habitat pavillonnaire domine. Il y a très peu de commerces de proximité mais en général on est proche de gros centres commerciaux ou de gros hypermarchés. L'équipement en voiture y est plus fort que dans les segments précédents.
- ✓ Les agglomérations de 2000 à 20 000 habitants constituent le format « Ville à la campagne ». Cela correspond à un format de pôle local, avec une offre commerciale complète rendue nécessaire soit par un éloignement important des grosses agglomération soit par une densité de proximité suffisante pour maintenir une offre locale.

- ✓ Les villes rurales dont le nombre de commerce ou service de proximité est important : « Les Villes Pôles rurales »
- ✓ « Les villages »

Enfin, deux formats transverses sont constitués des sites touristiques et des zones urbaines sensibles.

Quelque soit le travail d'analyse territoriale on a pu constater que les formats constituaient un bon outil de discrimination : que ce soit sur des données d'évolution de population, de richesse, de type d'entreprise présente, de structure d'activité de bureau de Poste, ou d'usage et attitudes des résidents.

Illustration : Carte de France des formats de territoire



En guise de conclusion :

Du point de vue de notre groupe de travail quels sont les facteurs limitant où à améliorer :

- la granulométrie doit être d'autant plus fine que l'on est en zone dense...et peut-être finalement faudrait-il ajouter une description polarisée des villes (attracteurs, générateurs de trafic...)
- la qualité des référentiels : précision, cohérence et emboîtement : cartographie, géocodage et données
- la mise à disposition d'un éventail plus large d'outils de zonage adaptables et des statistiques associées aux différentes échelles de densité.

Et dans l'avenir ?

La multiplication des informations géocodées permet d'enrichir des données locales à l'îlot, ou à la façade, les progrès réalisés sur un certain nombre de fichiers permettent de multiplier les sources de données possible à des mailles fines et rendent possible la mise en place de nouveaux indicateurs quant à la densité commerciale, les emplois etc... Le nombre et la quantité de fichiers d'activité disponibles n'a jamais été aussi important et pourtant le socle commun que constituerait un comptage à une maille fine de la population, des ménages et des logements semble se dérober.

Plus que de zonages construits, nous avons un fort besoin une boîte à outil du 'zoneur' suivie dans le temps, cohérente en terme de géocodage, cartographie et d'information statistique.