

La compétition entre formes commerciales et ses implications pour l'aménagement du territoire au niveau régional

BIBA, Gjin

Post-Doctorat

Institut national de la recherche scientifique, Urbanisation, Culture et Société

Directeurs : VILLENEUVE, Paul; THÉRIAULT, Marius et DES ROSIERS, François

Gjin.Biba@crad.ulaval.ca

Cette communication présente une approche méthodologique et une analyse empirique de la concurrence entre les différentes formes commerciales de la Région Métropolitaine de Québec (RMQ). Les informations utilisées concernent les attributs des commerces et les comportements de mobilité des consommateurs. Elles proviennent notamment du répertoire ZipCom géocodé des lieux d'activités en 2000 et de l'enquête origines-destinations de 2001 pour la RMQ. Le procédé analytique combine l'utilisation des SIG pour spatialiser les équipements et les itinéraires avec l'analyse statistique pour modéliser les choix. Dans un premier temps, les SIG ont permis de modéliser le trajet effectué pour chaque déplacement de consommation et de prendre en considération les particularités d'accessibilité liées aux infrastructures routières. Ensuite, la compétition spatiale entre les commerces, et plus précisément l'impact du développement des magasins entrepôts sur les rues commerciales et les centres commerciaux, a été synthétisé par la délimitation des aires de marché pour chaque commerce. Finalement, la spécification d'un modèle de choix discret a permis de modéliser les comportements des consommateurs concernant le choix du lieu de magasinage. Cherchant à mieux évaluer le rôle des déterminants spatio-temporels sur la compétition entre commerces, l'approche utilisée rehausse notre compréhension des dynamiques commerciales actuelles en relation avec le profil du consommateur et, dans une certaine mesure, de leur rapport avec la forme urbaine et les politiques de transport au niveau régional.