

NOTE SCIENTIFIQUE

**Desserte commerciale et de services
et vote pour le Front National**

Joël Gombin

Une note publiée par Jérôme Fourquet (IFOP) en mars 2016 [1] a engagé une controverse publique sur le rôle de la désertification commerciale et de l'absence de services (privés ou publics) dans le vote FN en zone rurale. La thèse défendue, et largement reprise par de nombreux médias, était qu'il existe « un lien [néгатif] très net entre la densité de services et commerces présents dans une commune rurale et l'intensité du vote FN dans cette même commune ». L'interprétation faite de cette corrélation était que « la présence ou l'absence de commerces et services de base joue un rôle clé dans le ressenti des habitants. Moins il y a de commerces ou de services, et a fortiori s'il n'y en a plus aucun, et plus le sentiment d'abandon, de déclin et d'isolement sera puissant, avec comme corollaire un vote FN 'dopé' ». L'analyste mettait de plus l'accent sur le rôle de la présence postale, en soulignant que :

Le vote FN se montre ainsi le plus sensible à la présence ou l'absence d'un bureau de poste puisque l'écart moyen atteint 3,4 points. Cela peut s'expliquer par le fait que le bureau de poste symbolise par excellence la présence des services publics en milieu rural. Le bureau de poste confère un statut au village qui en est (encore) doté et le relie avec le reste du pays. On comprend que la fermeture d'un bureau de poste soit très mal vécue dans une commune. C'est à la fois synonyme de déclassement et une illustration très concrète du désengagement des services publics dans le monde rural. Et dans ce contexte, les villages qui ne sont pas (ou plus) pourvus d'un bureau de poste votent sensiblement plus pour le FN que les autres. Il est d'ailleurs intéressant de noter à ce propos que la présence d'un relais-poste chez un commerçant n'a, à l'inverse, quasiment aucun impact sur ce vote. Alors que cette solution a été pensée pour venir compenser la fermeture des bureaux de plein exercice, il apparaît que leur impact électoral et donc sur l'opinion locale est nul. Tout se passe alors comme si l'existence de ce dispositif ne faisait pour ainsi dire aucune différence et avait un impact sans commune mesure avec celui produit par la présence ou la disparition d'un bureau de poste.

Jérôme Fourquet a réitéré son analyse dans l'ouvrage *Le puzzle français* écrit en 2017 avec Hervé Le Bras[2]. Les résultats obtenus à propos de l'élection présidentielle de 2017 ne sont pas strictement comparables, car la méthodologie est légèrement différente. Néanmoins, le constat d'une corrélation nette entre importance de la desserte en commerces et services de proximité et

vote FN est confirmé. Pour autant, des éléments de discussion sont introduits. Les auteurs indiquent en effet que l'effet régional (la macro-géographie du vote FN) et l'effet démographique (la taille de la commune) suffisent à expliquer la quasi-totalité de la variation géographique du vote FN, avec une importance relative de l'effet régional trois fois supérieure à celle de l'effet démographique.

Les auteurs soulignent qu'en dernière analyse, la macro-géographie du vote FN comme la densité de l'offre de commerces et services en milieu rural reflètent la structure séculaire des modes de peuplement, épars d'une part, aggloméré d'autre part. Les évolutions intervenues depuis les années 1970 auraient produit des effets diversifiés dans les anciennes zones d'habitat épars, dans lesquelles la sociabilité en aurait été renforcée, et dans les zones jadis agglomérées, où à l'inverse la sociabilité s'en serait trouvée amoindrie. Pour autant, les auteurs ne déduisent pas de ces considérations qu'il n'existe pas de lien causal entre présence ou absence de commerces et services et vote FN.

Des travaux de Joël Gombin se sont interrogés sur le lien entre la desserte de proximité et le vote FN non pas dans les petites communes rurales, mais au sein de grandes villes, comme Marseille et Paris. La méthodologie introduit ici un contrôle par la structure socioprofessionnelle de la population ; elle ne donne en revanche pas d'éléments spécifiques sur la présence postale – la desserte commerciale et de services étant considérée comme un tout. Dans le cas de Marseille comme de Paris, pour les élections régionales de 2015, l'analyse conclut à un effet négatif significatif de l'intensité de la desserte commerciale et de services de proximité sur le vote FN, bien que cet effet se concentre dans les arrondissements les plus populaires. En outre, une étude portant sur l'effet de dispositifs territorialisés d'intervention en faveur de la diversité commerciale (programmes Vital'Quartiers) conclut à un effet causal : le vote FN a moins augmenté dans les quartiers parisiens concernés par ces dispositifs que dans les autres.

Cette revue de littérature conduit à poser plusieurs questions :

- Existe-t-il une corrélation avérée entre intensité de la desserte de commerces et services de proximité et vote FN ?
- Cette corrélation tient-elle à des biais méthodologiques ou reflète-t-elle un lien causal ?

Pour répondre à ces questions, on a mené une étude portant sur le vote en faveur de Marine Le Pen au premier tour de l'élection présidentielle de 2017, mesuré en % des exprimés. Onze items ont été retenus pour apprécier la desserte commerciale et de services¹. La stratégie de modélisation retenue repose sur le recours à des modèles multiniveaux, qui permettent d'isoler les variations du vote FN dues à l'effet régional, c'est-à-dire à sa macro-géographie. Cette géographie du vote FN est opérationnalisée à trois niveaux : les 22 régions pré-réforme de 2015, les départements, et les bassins de vie tels que définis par l'INSEE². On contrôle également l'effet démographique (par la prise en compte du logarithme base 10 du nombre d'inscrits) et la composition socioprofessionnelle de la population (à travers la proportion d'agriculteurs, d'ouvriers et de cadres supérieurs et professions intellectuelles dans la population active).

Les résultats sont nets : une fois ces éléments contrôlés, l'impact de la présence des commerces et services pris en compte dans cette analyse s'avère quasiment nul. La quasi-totalité des items considérés ont un effet statistiquement non-significatif ou d'une ampleur négligeable. Seules les pharmacies et les librairies conservent un impact significatif, bien que modeste, de l'ordre d'un

¹ Il s'agit des mêmes items que ceux retenus par Le Bras et Fourquet : supérette, épicerie, boulangerie, boucherie, librairie, pharmacie, banque, bureau de poste, relais-poste, agence postale, restaurant.

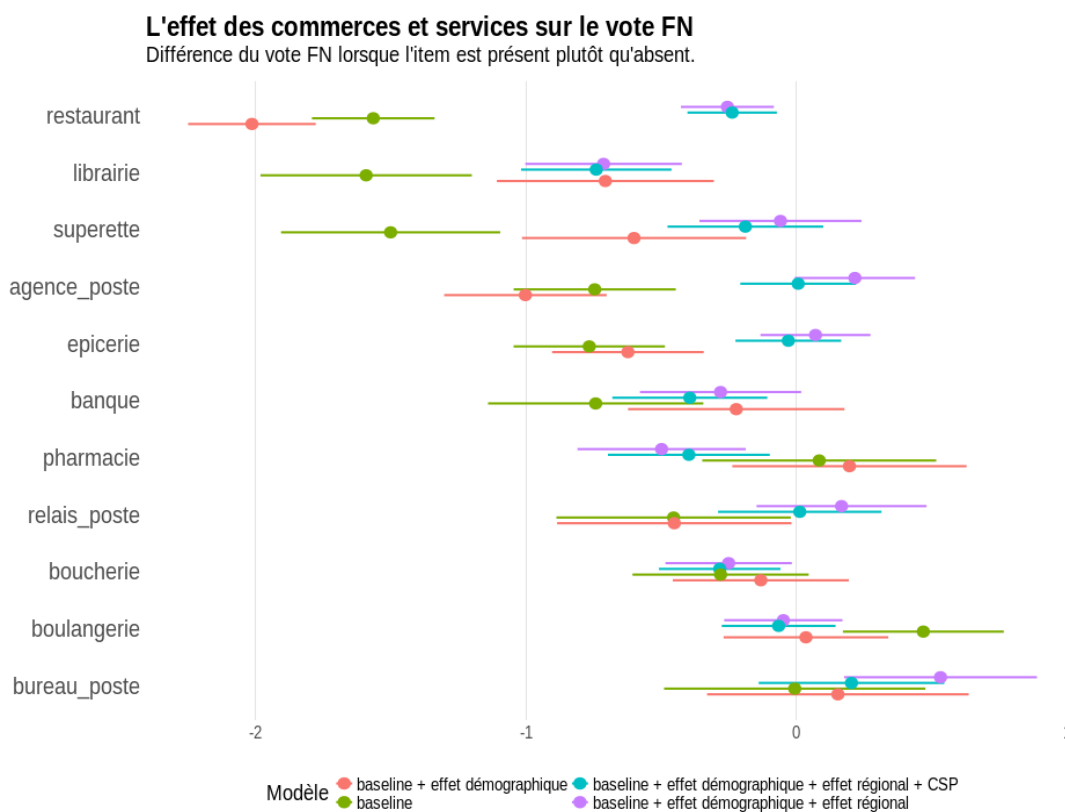
² <https://www.insee.fr/fr/information/2115016>.

demi-point de vote FN. De plus, l'introduction dans le modèle des commerces et services n'en améliore quasiment pas la qualité prédictive. La figure ci-dessous présente les valeurs estimées des coefficients dans quatre modèles, intégrant successivement les différentes variables de contrôle considérées.

L'interprétation de ce résultat conduit à considérer que ce que d'aucuns ont pu analyser comme étant un effet direct de la présence de commerces et de services dans une commune sur le vote FN renvoyait en réalité à plusieurs dimensions elles-mêmes corrélées au vote pour le Front national.

Il s'agit en premier lieu de l'effet régional : la densité en commerces et services est plus faible dans le Nord-Est de la France, où le vote pour le FN est par ailleurs plus élevé ; mais dans une même région, les deux variables ne sont pas systématiquement corrélées. Le Bras et Fourquet expliquent d'ailleurs que la distribution des commerces et services, comme le vote pour le FN, renvoient d'après eux à la nature autrefois épars ou agglomérée du peuplement – sans en tirer la conclusion logique d'une absence de lien causal direct entre commerces et services et vote FN.

Bien que l'effet régional soit prépondérant, l'effet démographique joue également un rôle non négligeable qui amoindrit l'effet apparent de la présence de commerces et de services. Il convient de noter que la meilleure modélisation de cet effet démographique est quadratique, ce qui signifie que le rapport entre taille de la commune et vote FN est non pas linéaire, mais suit une courbe en forme de U inversé : c'est dans des communes de taille intermédiaire que le vote FN, toutes choses égales par ailleurs, le plus élevé. Prendre en compte cela permet d'échapper à des illusions d'optique, telles que l'impact important de la présence d'une supérette sur le vote FN. C'est plus largement la hiérarchie urbaine qui joue un rôle, ici.



Enfin, la prise en compte de la structure sociodémographique de la population renforce l'analyse : l'effet des commerces et services sur le vote FN s'en trouve encore réduit et, pour tout dire, quasiment annihilé. Mais les estimateurs bougent globalement peu, ce qui illustre la robustesse du modèle, peu sensible à sa spécification. La prise en compte de la sociologie de la population communale permet de mieux comprendre le vote FN, mais n'a que peu d'incidence directe sur le (non) impact causal des commerces et services sur ce comportement électoral.

Rien ne permet donc d'affirmer, en l'état actuel de la connaissance, que la présence ou l'absence de commerces et services de proximité possède un impact direct et général sur le vote FN. La présence postale apparaît tout particulièrement démunie d'effet. Il serait néanmoins intéressant d'approfondir cette recherche en tentant d'évaluer un éventuel impact dans la durée des fermetures ou ouvertures de commerces et services sur le comportement électoral d'un point de vue diachronique.

Références

- [1] J. Fourquet, « L'influence de l'isolement et de l'absence de services et commerces de proximité sur le vote FN en milieu rural », *IFOP Focus*, n° 135, mars 2016.
- [2] H. Le Bras et J. Fourquet, *Le puzzle français. Un nouveau partage politique*. Fondation Jean-Jaurès, 2017.