

Président : René-Paul Desse

Université de Bretagne Occidentale

Vice-Présidente : Nathalie Lemarchand

Université de Valenciennes

Bilan 2005 - 2009, 24 mars 2009

La Commission de Géographie du Commerce a tenu neuf réunions plénières en quatre ans, deux colloques et quatre réunions restreintes du comité de rédaction du Dictionnaire.

La Commission de Géographie du Commerce mène plusieurs types de travaux :

- * des réunions méthodologiques et de concertation
- * des colloques thématiques
- * des publications

Valorisation de la recherche

Pour ces quatre années 2005-2009, la Commission s'est engagée dans un travail de valorisation de la recherche en élaborant

Une bibliographie en Géographie du commerce (Bibliographie achevée en mars 2005 et présente sur le site internet du CNFG, réactualisée en 2009) : un fichier de 50 chercheurs en Géographie du commerce.

un répertoire des jeunes chercheurs en 2007

Une liste des derniers travaux des collègues.

Dictionnaire du commerce et aménagement

Un dictionnaire a été publié aux Presses Universitaires de Rennes, en septembre 2009.

DESSE R-P., FOURNIE A., GASNIER A., LEMARCHAND N., METTON A., SOUMAGNE J. (Sous la direction de), 2008.- *Dictionnaire du Commerce et de l'Aménagement*. Presses Universitaires de RENNES, Collection Espaces et territoires, 370 pages.

La Commission *Géographie du commerce* du Comité National Français de Géographie regroupe 70 chercheurs de plusieurs disciplines (Géographes, urbanistes, sociologues). Nous avons entrepris l'élaboration d'un dictionnaire du *commerce et de l'aménagement*. Nous avons constitué un comité de rédaction de 6 membres chargés de concevoir et de relire les travaux de 25 collègues.

La question de l'urbanisme commercial ou des rapports entre commerce et territoires est au coeur de la problématique de la planification urbaine et de la gestion des territoires à partir du développement local. Ainsi nombre d'acteurs du domaine de l'aménagement sont concernés et impliqués dans la prévision et la gestion de l'urbanisme commercial mais peu sont véritablement des spécialistes. Cet ouvrage, par la diversité des compétences qu'il rassemble et par sa forme sera à la fois un outil didactique et facile d'utilisation pour les praticiens et les publics universitaires. Les renvois à des références en feront la porte d'entrée à des publics savants ou plus spécialisés

Direction scientifique

René-Paul Desse, Université de Bretagne Occidentale

Anne Fournié, Université Paris 12 Val-de-Marne

Arnaud Gasnier, Université du Maine, Le Mans

Nathalie Lemarchand, Université de Valenciennes

Alain Metton, Université Paris 12 Val-de-Marne

Jean Soumagne, Université d'Angers

26 auteurs et leurs contributions

Marianne Blidon,

Homosexualité et commerce.

Franck Bodin

Handicaps et commerce.

Jean-Pierre Bondue

Association de commerçants, Chaîne volontaire, Commission Départementale d'Équipement Commercial (CDEC- CDUC), Concentration commerciale, EPARECA, FISAC, Lotissement commercial, Management de centre-ville, Pas-de-porte, Trade Mart.

Milhan Chaze

Libre-service, Surface commerciale, Zone d'activités commerciales.

René-Paul Desse

Bail commercial, Boutique, Charte commerciale, Commerce indépendant, Commerce intégré, Commercialité, Documents d'urbanisme et planification commerciale, Fonds de commerce, Food court, Formes juridiques d'exploitation du commerce de détail, Franchise, Grande distribution (Document n°14 : l'invention de la grande distribution), Consommateur-client (Document n° 5 : les phases de la consommation), Hypermarchés (Document n°20 : Les

hypermarchés deviennent des multispécialistes), Mobilités des consommateurs, Plan Local d'Urbanisme et commerce, Restauration rapide, Sources statistiques du commerce, Succursalisme, Taxe professionnelle, Temps du commerce, Transports en Commun en Site Propre (TCSP).

Philippe Dugot

Cash and Carry, Centrale d'achat, Centre de gros, Commerce de gros, Commerce électronique, Entrepôt, Grossiste, Logistique, Marché d'Intérêt National, Maxidiscompte, Modèles spatiaux.

Anne Fournié

Centre commercial, Documents d'urbanisme et planification commerciale, Foncière, Livraisons, Manager de centre commercial, Promoteur commercial, Proximité, Rénovation commerciale, Surface commerciale

Arnaud Gasnier

Anomal/banal, Centralité commerciale, Consommateur-client, Corridor commercial, Entrées de ville, Espace public et commerce, Festival marketplace, Fun shopping, Géomarketing, Grand magasin, Hypermarché, Loisirs et commerce, Magasin populaire, Requalification commerciale, Réseaux, Supérette, Supermarché, Transit (commerce de), Très Grand Supermarché, Zapping.

François Griffisch

Sources statistiques du commerce, Taxe professionnelle.

Caroline Lamy

Centre de magasins d'usine, Centre de marques, Magasin d'usine, Multiplexe.

Nicolas Lebrun

Anomal/Banal, Enseigne, Hypercentre, Show room.

Nathalie Lemarchand

Animation commerciale, Commerce ethnique, Dépanneur, Drugstore, Kiosque, Magasin général, Festival marketplace, Scénographie commerciale, Tourisme et commerce, Vitrine.

Stéphanie Leroux

Tourisme et commerce.

Sophie Lestrade

Appareil commercial, Univers d'approvisionnement.

Christine Liefoghe

Vente par correspondance (VPC) / vente à distance (VAD)

Marie-Carmen Macias

Commerce informel, Lexique franco-espagnol.

Bernadette Mérenne-Schoumaker

Accessibilité, Aire d'influence d'une ville, Centre commerçant, Facteurs de localisation du commerce, Friche commerciale, Géographie du commerce de détail, Immobilier commercial, Indices de modernisme, de standing et de spécialisation d'une entité commerciale, Isochrones.

Alain Metton

Commerce informel, Grande distribution, Observatoire Départemental d'Équipement Commercial (ODEC), Schéma de développement commercial (SDC).

Brice Navereau

Jardinierie, Magasinage, Stationnement, Vente automatique.

Christina Nordin

Camelot, Chapiteau, Colportage-Colporteur, Commerce ambulancier ou non sédentaire, Foire, Marché couvert/Halles, Marché forain, Postiche-Posticheur, Semi-sédentaire, Tournée, Vente au déballage.

René Péron

Centralité commerciale, Représentations de quelques clichés.

Mickaël Pouzenc

Commerce rural, Désertification commerciale, Marque de distributeur, Multiple rural.

Bruno Sabatier

Espace public et commerce, Loisirs et commerce, Magasinage.

Jean Soumagne

Architecture et commerce, Armature commerciale, Bazar, Commerce de détail, Coopérative de commerçants, Coopérative de consommation, Développement durable et commerce, Grande distribution, Linéaire commercial, Magasin, Panneaux publicitaires, Passage commercial, Paysage commercial, Rue commerçante, Rue piétonnière.

Jean-François Troin

Foire, Marché forain, Souk.

Benjamin Wayens

Spécialisation commerciale, Système d'Information Géographique (SIG).

Colloques de la Commission :

Les 13, 14 et 15 septembre 2007

La Commission de Géographie du Commerce du Comité National Français de Géographie a organisé un colloque autour du thème « commerce et mobilités ». La diversification des supports et des espaces commerciaux, la diffusion des technologies de la communication et de l'information, l'augmentation des mobilités à toutes les échelles et au sein de toutes les sociétés aussi bien dans le monde rural que dans l'espace urbain, nous conduit à interroger les relations actuelles qui s'établissent entre l'activité commerciale et les mobilités. Comment la mobilité réactive et réorganise le rapport commerce / consommation ? Dans ce mouvement, les moyens de transports et les infrastructures liées à la mobilité s'adaptent. Comment le magasin, réel ou virtuel, s'organise pour faire face à ces changements ? Quelles sont les nouvelles formes du commerce liées à la mobilité ?

Le colloque Commerce et développement durable organisé par Philippe Dugot et Michaël Pouzenc s'est tenu à l'Université de Toulouse le Mirail, le 10-12 mars 2005.

Organisé par la Commission et le Département de Géographie de Toulouse-Le Mirail, ce colloque correspond à la nouvelle thématique de recherche. Les coordinateurs sont Philippe Dugot et Michaël Pouzenc. La commission souhaite se saisir du paradoxe qui réside dans l'association entre la fonction commerciale et la notion de développement durable, le commerce apparaissant fréquemment comme un puissant moteur d'un développement " sans frein ", peu soucieux de durabilité. Toutefois, des changements semblent aujourd'hui à l'œuvre dans de nombreux pays. De nouveaux mécanismes cherchent à réguler l'urbanisation et visent une meilleure insertion du commerce dans les espaces urbains et ruraux. Des entreprises de grande distribution revendiquent des pratiques conformes aux principes du développement durable.

Le colloque Commerce et mobilités organisé par Yves Boquet,

Colloque International à l'Université de Dijon