



**Faculté des Lettres et Sciences Humaines  
Département de Géographie**

## **APPEL A COMMUNICATION**

**Date limite : 15/12/2015**

**Colloque international**

**« Adaptation du commerce aux dynamiques urbaines : Regards croisés Sud-Nord »**

**10 au 13 mai 2016, Lomé, Togo**

### **1. Introduction à l'argumentaire**

Qu'il s'agisse de l'Afrique ou de l'Europe, les dynamiques urbaines ont été très importantes depuis une soixantaine d'années. Dynamiques tout d'abord spatiales : Lomé s'étale sur à peine 550 hectares en 1950, 6000 en 1980 et 30 000 en 2010. Une agglomération française comme Rennes, avec ses 307 000 habitants en 2010, consomme déjà 1800 hectares en 1950 et 4 000 en 2010. Cet étalement de l'urbain a individualisé un espace central, quartier historique qui fut longtemps la seule centralité, il a fait surgir des périphéries puis des espaces périurbains. Deux dynamiques d'exurbanisation ont joué un rôle prépondérant dans cette évolution : les dynamiques résidentielles et les dynamiques des activités économiques. Dans un premier temps, seule la rente foncière a pu expliquer cet engouement pour ces nouveaux fronts pionniers urbains. Par la suite, les proximités géographiques entre espaces résidentiels et activités, et entre les activités économiques elles-mêmes, ont joué un rôle prépondérant. Rajoutons à cela, une croissance exponentielle des mobilités et nous avons tous les ingrédients pour passer d'une ville pédestre à une ville motorisée, selon l'expression de Marc Wiel, qu'il s'agisse de l'utilisation de la voiture, des motos ou des transports en commun plus ou moins développés selon les villes et les espaces considérés.

Dans ce schéma évolutif, l'activité commerciale a dû s'adapter à ces transformations de la ville. Sous l'action conjuguée d'une plus grande mobilité des consommateurs et de l'émergence d'un commerce de périphérie, l'appareil commercial s'est profondément transformé en une soixantaine d'années. Ces dynamiques commerciales interrogent les chercheurs en Géographie et en sciences humaines et sociales en général, sur les acteurs de ces changements, qu'ils soient détaillants ou grossistes, « petits » commerçants ou « grands » distributeurs, sur les formes spatiales qui surgissent dans les périphéries et les espaces périurbains sous équipés commercialement, sur les restructurations du commerce central qui ne constitue plus qu'une centralité parmi d'autres, sans oublier l'essor récent des technologies de l'information et de la communication qui créent des espaces commerciaux virtuels propices à l'étalement, voire à l'éparpillement de la fonction commerciale.

Il nous est apparu essentiel de confronter nos travaux sur des territoires urbains très différents. En proposant cette thématique à des chercheurs issus des Suds et des Nords, nous sommes conscients des décalages existants. Plutôt que de considérer qu'il puisse exister des déphasages chronologiques incontournables, les Suds évoluant plus ou moins selon les schémas des Nords, il nous semble plus intéressant de tenter d'individualiser les originalités d'évolution récente en termes de dynamiques commerciales. Ainsi, la diffusion rapide de la téléphonie mobile dans les pays africains a permis d'inventer de nouvelles applications inconnues au Nord. Pour faciliter des échanges autour des idées susmentionnées, des thématiques riches et variées ont été retenues.

## **2. Les thèmes de communication**

### **2.1. Etalement urbain et nouvelles formes du commerce**

L'évolution spatiale des villes se fait par extension ou par étalement. L'extension urbaine est relative à la dynamique spatiale du milieu urbain évoluant au rythme de la croissance démographique à moyen terme. Contrairement à elle, l'étalement urbain survient quand cette dynamique spatiale se fait à un rythme plus rapide que celui de la croissance démographique, entraînant de fait une croissance de la surface occupée par habitant. Il s'agit du processus

d'urbanisation conduisant à une réduction de la densité des zones urbanisées (centre-ville) au profit des zones d'urbanisation moins denses (périphéries).

L'étalement urbain s'observe aussi bien en Europe qu'en Afrique, mieux dans les pays du Sud que dans ceux du Nord. Il repose cependant sur des dynamiques démographiques et économiques très différentes qui sont toutes deux cruciales pour le commerce. Les deux formes d'évolution spatiale sont fonction du degré de croissance de la population, de la stratégie de la politique urbaine et de la dynamique des activités économiques. Parmi les activités économiques relatives à la dynamique spatiale urbaine, le commerce occupe une place de choix dans la mesure où il influe fortement sur la structure des territoires, conditionne et accompagne l'orientation urbaine des villes. Sa concentration dans les zones périphériques contribue à l'étalement urbain ; d'où un intérêt supplémentaire pour lier les études de l'étalement urbain et du commerce et examiner plus particulièrement les formes que revêt le commerce dans ces contextes d'étalement urbain aux ressorts sensiblement différents.

De nos jours, l'étalement urbain est accompagné dans les deux aires géographiques (le Sud et le Nord) de nouvelles formes de commerce que sont les magasins multiformes de grandes marques allant des supérettes aux hypermarchés, les *drives*, la vente à distance et le m-commerce (commerce via les smartphones). Ainsi, la nécessité d'établir une relation entre étalement urbain et nouvelles formes de commerces s'avère indispensable. Il revient d'identifier les formes nouvelles de commerce qui naissent suite au phénomène d'étalement urbain et les activités commerciales favorisant l'étalement, puis d'évaluer les impacts et interactions possibles entre étalement urbain et nouvelles formes de commerce.

## **2.2. Secteur informel à l'assaut des villes**

Le secteur informel urbain se caractérise d'une façon générale comme un ensemble d'unités produisant des biens et des services en vue principalement de créer des emplois et des revenus qui se développent en marge des législations sociale, pénale et fiscale en vigueur. Ces unités, ayant un faible niveau d'organisation, opèrent à petite échelle et de manière spécifique, avec peu ou pas de division entre le travail et le capital en tant que facteur de production. Le plus souvent, l'emploi qu'il offre est occasionnel. L'accent est mis sur les relations parentales, personnelles ou encore

sociales plutôt que sur des accords contractuels comportant des garanties en bonne et due forme (BIT, 1993).

Si dans les pays développés, le secteur informel est défini comme étant une économie souterraine, noire, parallèle, frauduleuse, illégale, etc., dans les pays sous-développés en général et dans les pays subsahariens en particulier, il constitue le secteur d'activité économique le plus important. Une fraction significative de la population vit de ce que l'on appelle des « petits boulots » ou encore des activités de débrouillardise. Selon une étude récente de la Banque mondiale, ce secteur générerait 97 % des créations d'emplois dans des pays très touchés par le chômage.

C'est un secteur multiforme qui regroupe aussi bien des petites entreprises de production que des petits commerçants ou prestataires de services. Les domaines d'activité de ce secteur sont très variés : bâtiment, réparation, transport, artisanat, entretien, médecine, agro-alimentaire, etc. Le secteur informel est un ensemble complexe où riches et pauvres se côtoient. Véritable soupape de sécurité pour la masse des pauvres ne trouvant pas de travail dans le secteur formel, le secteur informel se trouve être un pourvoyeur d'emploi. Toutefois, certains lui reprochent son caractère non structuré pouvant entraîner des pertes fiscales dans la mesure où les acteurs de ce secteur ne paient pas les taxes fiscales à l'Etat selon la taille de leurs entreprises. Les communications attendues sur cette thématique doivent s'articuler autour de la notion de secteur informel, des acteurs et de la typologie des activités de ce secteur, l'impact spatial, social et économique du secteur informel.

### **2.3. Commerce et mobilité**

Le commerce tient une place importante parmi les potentialités offertes par la ville. La fréquentation des commerces pour les achats et la livraison des marchandises sont une source importante de déplacements des ménages. René-Paul Desse estime que le commerce est impliqué dans au moins 20% des déplacements en semaine. En Europe, il a connu des mutations importantes avec l'explosion de la grande distribution qui a modifié à la fois sa géographie et les pratiques de déplacements des consommateurs. L'enjeu actuel en Europe étant de desservir correctement le commerce de périphérie par les transports en commun. Localisée près d'axes routiers importants, mettant à disposition de la clientèle de grands parkings gratuits, la grande

distribution s'est appuyée sur la démocratisation de l'automobile dont l'utilisation massive favorise les déplacements pour les motifs d'achats.

Dans les villes des pays du Sud, la concentration des activités commerciales au centre-ville induit des mutations liées à la congestion urbaine déjà évoquée dans les villes des pays du Nord. Cette centralité accrue des activités commerciales, accentuée par les problèmes d'étalement urbain sous l'effet d'une démographie galopante, entrave les facilités d'accès de la clientèle, mais également des marchandises.

Le commerce s'adapte à la mobilité croissante des consommateurs mais il suscite, par ces nouvelles localisations, une accélération de cette mobilité. Si en Europe la motorisation des ménages est très importante, les transports en commun peu utilisés pour les déplacements liés aux achats sauf dans les grandes métropoles, les pays de l'Afrique subsaharienne sont caractérisés par le développement de nouveaux modes de déplacements dont le taxi-moto qui est l'un des exemples les plus contemporains.

Face à ces difficultés d'accès et à l'insuffisance de l'équipement commercial dans les périphéries toujours plus peuplées, émerge une interrogation : où localiser les commerces dans les villes des pays du Sud ? Faut-il aller vers l'aménagement de centres commerciaux périphériques ? Les propositions de communications doivent tourner aussi bien autour des questions liées à l'impact de la concentration des activités commerciales dans les centres-villes sur la mobilité des ménages qu'autour de la relocalisation des activités commerciales au cœur des quartiers pour une bonne accessibilité et une animation homogène de la ville.

#### **2.4. Aménagement urbain et transformation commerciale**

Le lien entre le commerce et l'aménagement urbain a été de tout temps évident. Les transformations de l'appareil commercial et le glissement vers la périphérie et le périurbain entraînent une modification des centralités classiques et du lien social dans les villes. Des résistances à ces phénomènes de même que des résiliences existent cependant et des chercheurs ont eu à en analyser les tenants et aboutissants, notamment les facteurs, les dynamiques et les acteurs. Le commerce a toujours occupé une place fondamentale dans l'organisation des villes.

Son rôle dans la structuration de l'espace urbain lui permet, parallèlement à d'autres services et activités, de structurer l'espace urbain et sa périphérie immédiate ou lointaine.

Mais alors qu'hier, la plus grande partie des unités et implantations commerciales était concentrée dans les centres urbains, on assiste de nos jours à leur redéploiement en zone périphérique, au gré de la densification de ces espaces, mais aussi de l'ouverture des voies de desserte transversales dans les localités et quartiers environnants. Il s'ensuit une implantation dispersée des unités de commercialisation à différents niveaux dans la ville. Qui plus est, le commerce dans la ville est soutenu non seulement par l'ouverture des voies de communication mais aussi par la volonté aménagiste des puissances publiques qui créent de nouveaux espaces de commerce en plus des espaces spontanément mis en place. Les transformations de l'appareil commercial contribuent étroitement à la transformation de la ville avec des enjeux fonciers et paysagers.

D'ailleurs dans la périphérie immédiate, certaines structures de commerce sont mises en place, contribuant à l'apparition des modes de vie urbaine dans les espaces ruraux proches des villes et alimentant de ce fait le processus de dépendance/complémentarité entre villes et campagnes. Devant ces réalités propres aussi bien au Nord qu'au Sud, il est légitime d'ouvrir un champ de réflexion à partir des interrogations suivantes : quels sont les processus et mécanismes de transformations et d'adaptation du commerce au regard des politiques, changements, aménagements urbains ? De manière détaillée, quels sont les rôles des acteurs tant institutionnels que privés dans l'aménagement urbain et commercial ? Quelles sont les formes d'aménagement et quelles sont les nouvelles formes commerciales qui sont suscitées par ces nouvelles dynamiques ?

## **2.5. E-commerce et nouvelles formes de communications**

Le XX<sup>e</sup> siècle a connu le développement des moyens de communication modernes et les années 2000 ont été marquées par un développement sans précédent des Technologies de l'Information et de la Communication avec l'Internet, la téléphonie mobile et leurs applications qui ont intégré plus ou moins tous les secteurs de la vie économique et sociale. Il est indéniable qu'aujourd'hui, de près ou de loin, ces technologies ont des impacts sur la vie de tout le monde, tant au Nord qu'au Sud. Elles ont conduit certains à prédire la décentralisation des activités et la suppression des déplacements mais leurs thèses sont aujourd'hui réfutées ou relativisées par les faits. L'impact de l'utilisation des TIC sur les dynamiques spatiales reste un sujet de recherche toujours

d'actualité. Leurs usages prennent notamment la forme d'e-commerces, de moyens de paiement électroniques, de services à valeur ajoutée aussi bien en ligne qu'en mobilité, etc.

Entre le Nord et le Sud, on note une fracture numérique. Les technologies sont les mêmes mais les réalités socioéconomiques et culturelles diffèrent d'un continent à un autre et selon les pays. Il en est de même de l'appropriation dont les TIC font l'objet. Mais, où que l'on se trouve, le constat est le même. Les TIC entrent dans les habitudes des opérateurs économiques et des consommateurs même si c'est à des degrés divers. Le caractère novateur de leurs usages suscite des interrogations sans cesse renouvelées avec les progrès constants de l'électronique, de l'informatique et des télécommunications, donnant toujours plus de possibilités et induisant de nouvelles pratiques dans le commerce et des comportements d'achat inédits.

La géographie du commerce s'intéresse habituellement au commerce de détail et à ses conséquences économiques, sociales et spatiales. Aujourd'hui, l'*homo economicus* entretient avec les TIC des relations parfois imprévues qui interrogent les chercheurs. Comment les géographes doivent-ils appréhender l'introduction des TIC dans le commerce ? Quelles formes prend l'utilisation des TIC dans le commerce ? Quelles formes de commerce et de services se construisent aujourd'hui autour de l'utilisation des TIC ? Ces nouvelles formes de commerce et de service "en ligne" peuvent générer des emplois indirects et induits. Lesquels sont-ils ? Les transactions en ligne induisent des flux physiques. Quelles logistiques accompagnent aujourd'hui ces nouvelles formes de commerce et de service en ligne ? Quelles dynamiques spatiales naissent de l'introduction des TIC dans les activités commerciales ? Telles sont autant de pistes non restrictives qui pourront meubler des réflexions sur la question des TIC dans les transformations urbaines et commerciales.

### **Appel à communications**

Cet appel à communications veut rassembler des articles académiques présentant des connaissances et des résultats pertinents sur les cinq sous-thèmes susmentionnés. Les chercheurs sont encouragés à soumettre leurs propositions qui peuvent être de nature théorique ou empirique.

Les propositions doivent indiquer clairement les objectifs, la méthodologie et/ou l'approche théorique et les résultats obtenus.

Les résumés des propositions d'un maximum de 2 pages (excluant bibliographie et annexes) doivent être soumis par voie électronique avant le **15/12/2015** au **geodepart.lome@gmail.com**. Ils seront évalués par un comité scientifique international, en double aveugle. Une décision d'acceptation ou non sera transmise au plus tard le 01/02/2016. Les chercheurs dont les propositions de communication seront retenues pour le colloque devront envoyer la version définitive de leur texte avant le 15/07/2016. Les meilleurs textes seront retenus pour publication.

### **3. Comité scientifique**

- ❖ Jérôme N'guessan ALOKO, Professeur, Université Félix HOUPHOUET BOIGNY de Cocody-Abidjan, Côte d'Ivoire ;
- ❖ Fodouop KENGNEE, Professeur, Université (Yaoundé, Cameroun) ;
- ❖ René-Paul DESSE, Professeur, Université de Bretagne Occidentale, France ;
- ❖ Jean SOUMAGNE, Professeur, Université d'Angers, France ;
- ❖ Yao DZIWONOU, Professeur, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Nathalie LEMARCHAND, Professeure, Université Paris 8, France ;
- ❖ Kwami Gabriel NYASSOGBO, Maître de Conférences, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Kossiwa ZINSOU-KLASSOU, Maître de Conférences, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Sophie LESTRADE, Maître de Conférences, Université Paris-Est-Créteil (UPEC)/ESPE de Créteil, France ;
- ❖ Edinam KOLA, Maître de Conférences, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Koudzo SOKEMAWU, Maître de Conférences, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Assogba GUEZERE; Maître de Conférences, Université de Kara, Togo.



#### **4. Comité d'organisation**

- ❖ Kossiwa ZINSOU-KLASSOU, Maître de Conférences, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Edinam KOLA, Maître de Conférences, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Koudzo SOKEMAWU, Maître de Conférences, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ René-Paul DESSE, Professeur, Université de Bretagne Occidentale, France ;
- ❖ Sophie LESTRADE, Maître de Conférences, Université Paris-Est-Créteil (UPEC)/ESPE de Créteil, France ;
- ❖ Messan VIMENYO, Maître-Assistant, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Koko Zébéto HOUEDAKOR, Maître-Assistante, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Minkilabé DJANGBEDJA, Maître-Assistant, Université de Lomé, Togo ;
- ❖ Djiwonou Koffi ADJALO, Assistant, Université de Lomé, Togo.