

Commission Commerce CNFG  
René-Paul Desse  
Sophie Lestrade

## **Compte-rendu de la Réunion du 20 mars 2015** **Institut de Géographie, Paris**

Présents : Christina NORDIN, Hunhee CHO, Samuel DEPREZ, René-Paul DESSE, Bernadette MERENNE-SCHOUMAKER, Arnaud GASNIER, Colette GRANDMONTAGNE, Lionel GUILLEMOT, Nicolas LEBRUN, Sophie LESTRADE, Milhan CHAZE, Mickaël POUZENC, Jean SOUMAGNE.

*Excusés : Philippe Dugot, Kossiwa Zinsou-Klassou, Sylvie Laroche, Nathalie Lemarchand, Anne-Cécile Mermet, Brice Navereau, Benjamin Wayens, François Griffith, Pascal Madry, Caroline Stamm, Jean-François Troin, Alain Metton.*

### **Informations diverses sur la vie de la Commission de géographie du commerce**

L'ouvrage en lien avec le colloque de Brest en mai 2014 est pratiquement achevé. Il sera présenté au Comité de rédaction des PUR, le 21 mai. Nous devrions avoir une réponse à la mi juillet pour un démarrage de la maquette finale en septembre et une sortie en novembre.

#### **Prochain séminaire « jeunes chercheurs », novembre 2015**

A la suite des Séminaires « jeunes chercheurs » de juin 2010 et de novembre 2013, nous vous proposons d'organiser un nouveau séminaire en novembre 2015.

L'appel à communication pourrait s'effectuer en juin prochain.

Les communications seraient ensuite mises sur le site du CNFG comme celles des précédentes éditions.

Nous pourrions coupler la réunion de la Commission de géographie du commerce le vendredi avec un séminaire le samedi (dates à définir).

## Les prochains colloques de la Commission ou ses participations à des manifestations scientifiques

- **Prochain colloque de la Commission à Lomé** organisé par notre collègue Kossiwa Zinsou-Klassou

Sans doute en avril-mai 2016 (date à définir en début d'année universitaire)

En l'absence de notre collègue, nous n'avons pu aller très loin dans l'organisation. Nous avons collectivement travaillé à définir la thématique du colloque, thématique qui permettrait à des chercheurs sur le commerce européen et le commerce africain de se retrouver sur des approches communes. A partir d'une suggestion de Jean Soumagne sur le lien du commerce avec la croissance urbaines, puis d'une autre proposition de Kossiwa Zinsou-Klassou, nous avons, pour l'instant retenu :

*« Logiques commerciales et croissance urbaine » ou « l'adaptation du commerce à la croissance urbaine ».*

Sur les modalités pratiques, l'organisation du comité scientifique, nous reviendrons vers vous en fin d'année universitaire

- **Colloque à l'Université du Havre organisé par notre collègue Samuel Deprez en mai 2017**

Le laboratoire IDEES Le Havre construit depuis sa création une grande partie de son activité sur les questions de mobilités et de transport. Nous pourrions repartir sur des thématiques abordées au colloque de Dijon en, 2007, dix ans plus tard. Depuis le E-commerce, les drives ont bien modifié ces problématiques. D'autres formes nouvelles de commerce se développent aussi autour de l'achat en ligne et influencent l'évolution des déplacements pour motif d'achat. L'appareil commercial lui également évolue, se transforme. Chacune de ces tendances, de ces dynamiques contribue à son niveau à la construction d'un rapport renouvelé du consommateur à l'espace et au « temps des courses ».

« Mobilités et temps » pourrait donc être un thème porteur (annonçant le congrès de l'UGI à Paris en 2022 et peut-être une possibilité de financement) autour duquel construire à l'automne ce projet.

Un accompagnement matériel par la CCI de l'Estuaire voire la CRCI de Normandie peut être envisagé. L'intervention d'un « grand témoin » en lien avec la thématique du colloque été proposée par la CCI dans le cadre de son cycle de conférences. Ces évènements se tiennent le jeudi en soirée. Des demandes de financements devront être déposées auprès de la Région Haute-Normandie en mars 2016 puis de la COmmunauté D'Agglomération Havraise en avril.

La publication des actes du colloque pourrait intervenir dans le cadre des presses universitaires de Rouen et Le Havre (PURH).

- **Participation de la Commission de géographie du commerce à l'une des sessions du congrès Eugeo à Bruxelles, à la fin de l'été 2017** (organisé par la SRBG et la KNAG ou Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap).

Cette proposition de Benjamin Wayens est très intéressante. Il s'agit là d'une occasion de partager nos travaux avec les collègues européens. Il faudra définir collectivement une thématique générale, en fonction du thème du congrès qui sera connu début 2016. Un appel à session sera organisé mi-2016, suivi ensuite d'un appel à propositions (cogéré par les organisateurs de sessions) fin 2016

- En 2022, c'est-à-dire demain, **le CNFG organise un congrès exceptionnel à Paris** pour fêter le centenaire de sa création. Le projet prévoit d'organiser des manifestations à Paris et à Bruxelles en collaboration avec le Comité national belge de Géographie, membre du comité d'organisation.

Le dossier de candidature du CNFG sera présenté formellement au congrès régional de l'UGI à Moscou en août 2015. Nous avons jusqu'à la mi-avril pour proposer un texte sur la thématique « *Géographie des temps/Les temps des géographes* », des temporalités à décliner pour nous avec le commerce.

Quant au congrès lui-même, nous avons le temps d'y réfléchir. De son côté, le CNFG aimerait bien qu'il y ait plusieurs manifestations (journées d'études, séminaires, colloques, etc.) qui rythment les six années qui nous restent pour égrener le temps. Le colloque du Havre pourrait être la pierre que la commission de géographie du commerce utiliserait pour s'intégrer dans ce dispositif

### **Annonce par Samuel Deprez d'un appel à articles pour la revue en ligne NETCOM**

**Thématique retenue** : « *E-commerce et territoires : nouvelles pratiques de l'espace, nouveaux enjeux d'aménagement* »

L'appel à contribution en français et en anglais est disponible à l'adresse suivante : <http://netcom.revues.org/1602#tocto1n6>

15 mars 2015 : Appel à contribution.

15 juin 2015 : Soumission des propositions.

*Netcom* est la revue officielle de la commission "Géographie de la société de l'information" du Comité National Français de Géographie (CNFG) et de l'Union Géographique Internationale (UGI). Plus d'informations sur la revue : <http://www.netcom-journal.com/>  
<http://netcom.revues.org/>

**INTERLUDE** : Avant d'attaquer la suite, utiliser ce lien pour deux minutes de formation accélérée (nostalgie des années 1970 et 1980)

<https://www.youtube.com/watch?v=kEeo8muZYJU>

## **Bilan d'étape sur le travail en cours de Bibliographie thématique :**

Pour rappel, ce travail collectif entamé depuis 2013 (et parallèlement au colloque de Brest en 2014) comporte deux ambitieux projets liés entre eux : d'une part, constituer une base de références en ligne (site du CNFG), classées par thème, sur la Géographie du commerce, et d'autre part, publier un numéro thématique « 50 ans de recherche en Géographie du commerce. Bilan et perspectives » dans le Bulletin de la Société de Géographie de Liège, pour le printemps 2016. Comme dans les précédents travaux collectifs, l'objectif est à la fois de valoriser les travaux des membres de la Commission et de proposer de nouveaux outils en Géographie du commerce, à destination des chercheurs, mais aussi des professionnels, traitant du commerce.

Les discussions sur la Bibliographie thématique ont occupé les trois-quarts de la journée de réunion et ont fait ressortir les principaux points suivants :

- un bilan d'étape sur les envois par mail des membres de la commission, très riche et fructueux, grâce au travail en amont des coordonnateurs et aux réponses des membres de la commission : la grille des entrées thématiques a ainsi pu être affinée (cf annexe 1 ci-dessous) et les consignes pour la publication au BSLg ont été complétées (cf annexe 2 ci-dessous) afin d'améliorer encore la complémentarité entre les deux supports de ce travail.

- une utilisation commune du Logiciel Zotéro par les coordonnateurs, pour la suite du travail : non seulement, ce logiciel facilitera certaines opérations techniques (fusion des collectes, mise aux normes APA des références) mais il permettra également de doter la bibliographie thématique de nouvelles fonctionnalités qui pourraient être exploitées dans le cadre de la réalisation des articles épistémologiques du BSLg. Après une présentation improvisée (mais très claire et emportant l'adhésion de tous !), Samuel Deprez a proposé de mettre en contact la Commission avec un formateur Zotéro pour une séance de formation - gratuite ! - à Zotéro. Cette séance sera organisée un vendredi matin (vers fin Mai/début Juin) à l'Institut de Géographie et sera associée à une séance de travail (l'après-midi) pour les coordonnateurs sur la publication. La séance de formation à Zotéro est naturellement ouverte à tous les membres de la commission qui le souhaitent; nous reviendrons vers vous lorsqu'une date aura été arrêtée avec Guillaume Boudry (formateur Zotéro).

- deux étapes de travail à prévoir d'ici fin Mai :

1) **Un 2<sup>e</sup> appel à tous les membres de la Commission pour qu'ils envoient leurs références bibliographiques personnelles par mail, y compris si elles ne sont pas aux normes APA, vers les différents coordonnateurs** (cf liste des coordonnateurs par thème dans l'Annexe 1) : en effet, certains membres de la commission n'ont pas encore répondu et la fastidieuse opération de mise aux normes APA n'est plus aussi nécessaire puisque l'utilisation du logiciel Zotéro facilitera la tâche des coordonnateurs. Ce 2<sup>e</sup> appel sera joint à l'envoi du présent compte-rendu de réunion.

2) **Répartir parmi des volontaires, le dépouillement des ouvrages de la collection « Commerce et Société », afin que chacun des articles des Actes de colloque de la Commission (depuis plus de trente ans !) puisse être référencé dans cette bibliographie**

**thématique sur la Géographie du Commerce.** Une circulaire sur ce sujet sera adressée aux membres de la Commission, dans le courant du mois d'avril.

## Annexe 1 : Liste des thèmes et coordonnateurs de thème : actualisation mars 2015

Noms des coordonnateurs de thèmes. <i>Les noms des référents qui réceptionnent les envois mails sont indiqués en rouge</i> )	Thèmes	Sous- thèmes
	<b><i>I-Outils et méthode</i></b>	
-Bernadette Mérenne-Schoumaker ( <a href="mailto:b.merenne@ulg.ac.be">b.merenne@ulg.ac.be</a> ) - Samuel Deprez	Histoire et Epistémologie de la géographie du commerce (I.0)  Ressources, Méthodes et Modèles (I.1)	-Ressources (A) : <i>Dictionnaire, manuel, atlas</i> -Méthodes de collecte, d'analyse et de traitement de données (B) : <i>Classement des commerces, Construction de bases de données, Statistiques officielles, Cartographie, SIG, Techniques du géomarketing</i> -Modèles (C) : modèles de localisation, polarités et centralités (avec approche théorique)
	<b><i>II- Lieux et espaces du commerce</i></b>	
-Colette Grandmontagne ( <a href="mailto:crgrandmontagne@aol.com">crgrandmontagne@aol.com</a> ) -Nicolas Lebrun -Sophie Lestrade	Commerce et espaces urbains (II-2) <i>NB : les études traitant d'évolutions entre deux dates sont à classer en VI-1</i>	-Commerce de centre-ville/hypercentre (A) -Commerce périphérique/ Axes entrées de villes/étalement urbain/commerce périurbain(B)
-Mickaël Pouzenc ( <a href="mailto:Michael.POUZENC@univ-tlse2.fr">Michael.POUZENC@univ-tlse2.fr</a> ) - Jean Soumagne	Commerce et espaces ruraux (II-3)	- desserte commerciale en zones rurales (A) - Commerce et agriculture (B): relations fournisseurs / distributeurs/ circuits courts
- Benjamin Wayens ( <a href="mailto:bwayens@ulb.ac.be">bwayens@ulb.ac.be</a> )	Commerce et territoires nationaux et régionaux (II-4)	-Hiérarchie urbaine et commerce (A) -Zones de chalandise (B) - Monographies sur le commerce aux échelles nationale et régionale (C)
-Nicolas Lebrun	Commerce et espaces	-Frontières (A)

- <a href="mailto:nicolas.lebrun@univ-artois.fr">nicolas.lebrun@univ-artois.fr</a> -Colette Grandmontagne	fonctionnels (II-5)	-Lieux de transit (gares, aéroports...) (B) -Espaces touristiques (C)
<b>III-Formes et acteurs du commerce et de la distribution</b>		
- <a href="mailto:rene-paul.desse@univ-brest.fr">René-Paul Desse</a> <a href="mailto:rene-paul.desse@univ-brest.fr">rene-paul.desse@univ-brest.fr</a> - Pascal Madry -Benjamin Wayens	Acteurs et opérateurs du commerce (III-1)	-Commerçants indépendants (A) -Franchisés (B) -Enseignes nationales et internationales, réseaux de magasins (C) - promoteurs de l'immobilier commercial (D) : acteurs et produits
- <a href="mailto:Sophiem.lestrade@laposte.net">Sophie Lestrade</a> <a href="mailto:Sophiem.lestrade@laposte.net">Sophiem.lestrade@laposte.net</a> -Colette Grandmontagne -Hun Hee CHO	Commerce et grande distribution (III-2)	-Grands magasins à rayons multiples (A) -Hyper, super et grandes surfaces spécialisées, hard-discount, Drive (B) - Centres commerciaux (C) -Retail parks, centres de magasins d'usines, centres de marques, multiplexes (D)
- <a href="mailto:samuel_deprez@orange.fr">Samuel Deprez</a> <a href="mailto:samuel_deprez@orange.fr">samuel_deprez@orange.fr</a> -Arnaud Gasnier	Commerce à distance (III-3)  Commerce de seconde main, dépôts-vente (III-3Bis): à replacer ailleurs, rubrique en attente pour l'instant	- e-commerce, Commerce et TIC(A) - VPC (B)
- <a href="mailto:christina.nordin@dbmail.com">Christina Nordin</a> <a href="mailto:christina.nordin@dbmail.com">christina.nordin@dbmail.com</a> -Milhan Chaze -Jean-François Troin	Commerce non sédentaire (III-4)	-Marchés (A) -Ambulants+ tournées (B) -Foire (C)
- <a href="mailto:damaguy2000@yahoo.fr">Kossiwa Zinsou-Klassou</a> <a href="mailto:damaguy2000@yahoo.fr">damaguy2000@yahoo.fr</a> - Caroline stamm -René-Paul Desse	Commerce informel (III-5)	
- <a href="mailto:dugot@univ-tlse2.fr">Philippe Dugot</a> <a href="mailto:dugot@univ-tlse2.fr">dugot@univ-tlse2.fr</a> - Samuel Deprez	Commerce de gros et logistique (III-6)	-Cash and Carry (A) -Logistique (B) -Logistique urbaine (C)
<b>IV-Consommateurs et consommation</b>		
- <a href="mailto:navereau@univ-tlse2.fr">Brice Navereau</a> <a href="mailto:navereau@univ-tlse2.fr">navereau@univ-tlse2.fr</a> Mickaël Pouzenc	Perceptions et représentations (IV-1)	-Perceptions et représentations, motivations de fréquentation (A) (+ ancien II : Symboliques, représentations des lieux du commerce) (B)

- Lionel Guillemot (lionel.guillemot@univ-angers.fr)	Mobilités (IV-2)	-Rôle des transports (accessibilité, transports en commun, stationnement...) (A) -Mobilité- Chaines de déplacement (B) - Commerce de proximité (C)
-Anne-Cécile Mermet (anne-cecile.mermet@ens-lyon.fr) -Benjamin Wayens	Comportements de consommation (IV-3)	-Commerce et groupes sociaux (communautaire/ identitaire / âges / genre) (A) -Commerce et gentrification (B) -Commerce et temps (C) -Commerce et loisirs (fun shopping) (D)
	<b>V-Pouvoirs Publics, commerce et aménagement</b>	
-Philippe Dugot (dugot@univ-tlse2.fr) -René-Paul Desse	Outils et modes d'intervention (V-1)	-Réglementation et commerce (A) -Urbanisme commercial, documents d'urbanisme, planification (B) -Partenariats publics/privés (C)
-Jean Soumagne (jean.soumagne@univ-angers.fr) -Anne-Cécile Mermet	Thèmes et lieux d'intervention (V-2) <i>NB : Formulation plus attractive à trouver ultérieurement</i>	-Rénovation-réhabilitation, requalification, piétonnier.... ( <i>friches ici si intervention publique</i> )(A) -Commerce et développement durable (B) -Paysage, architecture, patrimoine (C) -Espace public (D)
	<b>VI-Dynamiques commerciales</b>	
-Arnaud Gasnier (Arnaud.Gasnier@univ-lemans.fr) -Nicolas Lebrun	Mutations des espaces et des structures (VI-1) <i>NB : travaux portant sur l'évolution des espaces et structures entre deux dates, sur une période, un temps long</i>	
-Bernadette Mérenne-Schoumaker (b.merenne@ulg.ac.be)	Mondialisation / internationalisation du commerce (VI-2)	-Mondialisation des formes (A) -Mondialisation des enseignes (B) -Mondialisation des comportements (C)

# **Annexe 2 : Consignes pour la publication dans le BSGLG : actualisation mars 2015**

**50 ans de recherche en géographie du commerce**

**Bilan et perspectives**

(Titre provisoire)

**Bulletin de la Société Géographique de Liège, Volume 66, 2016**

**Deuxième circulaire après la réunion du 20 mars 15**

## **Objectifs du travail**

- Offrir à un public de jeunes chercheurs et de chercheurs confirmés en Géographie du commerce mais aussi à l'ensemble de la communauté des géographes ainsi que celle, issue de disciplines voisines (urbanisme, sociologie, économie etc...) qui traite et s'intéresse à la thématique du commerce de détail, à la fois des références de base, l'évolution des concepts et des méthodes et des pistes de réflexion pour des travaux ultérieurs.
- Mieux faire connaître les différents domaines d'investigation de la Géographie du commerce, en analysant les principaux axes de recherche.
- Valoriser les travaux en langue française en mettant en valeur les travaux de la Commission Géographie du Commerce et de ses membres.

## **Organisation générale**

Le travail est réalisé en trois temps

1. Chaque membre communique aux coordinateurs-référents des thématiques la liste de ses travaux se rapportant à la thématique choisie.
2. Les coordinateurs rédigent un article de synthèse pour leur thématique.
3. Ces articles sont relus et remis en perspective par le Comité scientifique afin d'assurer une cohérence à l'ensemble et ensuite corrigés. Les membres du Comité scientifique jouent de la sorte le rôle de rapporteurs et de référés pour le numéro du BSGLG

Les noms des coordinateurs se trouvent sur le document « Liste des coordinateurs ».

Le Comité scientifique (CS) est composé de R.P. Desse, Sophie Lestrade, Bernadette Mérenne-Schoumaker et Jean Soumagne.

La rédaction de ce volume se fait en parallèle avec la constitution d'une vaste base de références bibliographiques reprenant toutes les publications des membres de la Commission Géographie du commerce ainsi que des travaux (en français ou en anglais principalement) jugés essentiels pour les thématiques abordées dans le volume.

Afin de faciliter le travail de mise en ligne de cette base d'articles, il est décidé que la saisie de toutes les références se fera à l'aide du logiciel Zotero. Les normes bibliographiques à utiliser à la fois, pour le BSGLG et pour le site CNFG sont les normes APA ; voir à ce propos :

le lien suivant : [http://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/132924/1/BA-BA\\_APA\\_2012.pdf](http://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/132924/1/BA-BA_APA_2012.pdf)

## **Configuration de la publication et modalités pratiques**

Un numéro du BSGLG correspondant à environ 400 000 signes (espaces compris), cela autorise environ 19 articles plus une introduction et conclusion, de 6 pages chacun maximum (environ 20 000 signes) et de 2 à 3 pages en fin de volume.

### **Au début du volume : introduction**

Celle-ci sera écrite par les membres du CS et intégrera la thématique I-0 de la bibliographie du site du CNFG, à savoir : Histoire et épistémologie de la géographie du commerce (cf grille thématique actualisée suite à la réunion).

### **En fin de volume : présentation de la base bibliographique du site du CNFG et index**

L'index thématique correspondra aux entrées de la bibliographie thématique (thèmes et sous-thèmes) du site du CNFG et aux mots clés des articles de la revue. La présentation précisera les principaux modes d'utilisation possibles de la base en ligne : entrée principale par thème et sous-thèmes mais aussi appels possibles par mot-clé, date de publication, auteur, et tout autre critère qu'il conviendra de définir ensemble lors de la réunion de juin (en particulier le critère de l'aire géographique concernée)

## **Contenu de chaque article**

### **Un texte précédé de**

- 5 mots clés en français
- 5 mots clés en anglais
- Un résumé en français
- Un résumé en anglais

### **Problématique**

Chaque article devrait comprendre trois parties : 1) les grandes problématiques du thème, 2) l'évolution des idées et 3) bilan et perspectives afin notamment de pouvoir offrir aux jeunes chercheurs d'éventuels champs de recherche. Pour le bilan, il est intéressant de dresser un

tableau « forces et faiblesses », notamment par rapport aux apports des autres disciplines (d'où l'intérêt ici d'ouvrir la réflexion aux apports et aux intérêts des chercheurs de ces disciplines).

## **Bibliographie**

La bibliographie de chaque article sera limitée de 5 à 10 références, au maximum.

La définition de sa composition tient compte à la fois de sa taille (10 titres maximum), de son objectif (rassembler les « incontournables », les travaux fondateurs d'une thématique et de son évolution) et des complémentarités qu'il est possible d'établir avec la bibliographie en ligne (au nombre de références beaucoup moins limité !)

Pour cette bibliographie de 10 titres, il est donc convenu les éléments de définition suivants :

- Pas de mémoires d'étudiants, pas de littérature grise et pas d'articles dans des revues spécialisées de laboratoire même s'ils sont consultables en ligne. Pour la bibliographie en ligne en revanche, il sera possible d'inclure les rapports de recherche consultables sur internet, en indiquant le DOI.
- Possibilités d'inclure des thèses et HDR même si elles ne sont pas consultables en ligne, selon les besoins de la thématique. Ici, chaque auteur veillera cependant à ce que sa bibliographie de 10 titres se compose de façon équilibrée de références plus ou moins faciles d'accès (pas plus de 2-3 thèses/HDR par exemple, parmi les 10 titres).
- Intégration des travaux des chercheurs de la Commission de géographie du commerce mais pas seulement : travaux de géographie et hors géographie (urbanisme voire sociologie, économie, etc.) en veillant toutefois, à ne retenir que les travaux ayant eu une influence importante sur la géographie du commerce.
- Intégration des publications en langues étrangères : en priorité l'anglais et ensuite, l'espagnol et l'allemand, selon les opportunités et les compétences linguistiques des auteurs de l'article.
- En cas de besoin pour la thématique, il est envisageable d'indiquer quelques références supplémentaires (deux ou trois au maximum) en note de bas-de-page, même si elles ne figurent pas dans la bibliographie de 10 titres, présentée en fin d'article.

Dans tous les cas, les travaux retenus doivent toujours correspondre à des références essentielles pour la thématique.

Pour les articles du dictionnaire, on ne retiendra que les mini-essais. Par contre, pour les colloques et l'ouvrage de 2014 « Le commerce dans tous ses états », tous les articles seront pris en compte.

## **Rappel sur les principales étapes du calendrier**

### **•Jusqu'à fin Mai :**

**-poursuite de la collecte de références dans chaque thème\_:** redistribution entre les coordonnateurs en fonction des changements introduits dans la grille, réception des nouveaux envois mails de la commission (après la circulaire de relance qui sera envoyée dans la semaine du 30 mars), repérage dans la bibliographie de la commission déjà existante des titres relevant de la thématique prise en charge, élargissement de la collecte en dehors des travaux de la commission.

- **Dépouillement par les volontaires des tables de matière des différents colloques**, l'idéal étant que ces volumes soient dépouillés soit par les organisateurs des colloques, soit par les responsables des thématiques en lien avec ces colloques
- **Première réflexion sur le contenu de son article** afin de détecter d'éventuels problèmes
- **Premier contact avec le logiciel Zotero** afin de valoriser au maximum la formation de fin juin

**•Le 29 Mai ou 5 Juin (date à fixer en fonction des réponses au doodle) : Réunion à Paris avec 2 objectifs :**

- 1) **Le matin : Définir des modes d'utilisation communs de Zotéro dans le cadre de notre projet.** Cela suppose à la fois, une présentation technique de cet outil qui sera assurée par M. Boudry et d'autre part, une réflexion commune (en présence de M. Boudry) sur les fonctionnalités de Zotéro qu'on souhaite exploiter (ou pas) et sur la définition de modes de saisie communs.
- 2) **L'après-midi : Faire le point sur chaque thématique dans la perspective de la publication,** et chercher à résoudre les éventuels problèmes rencontrés

**•15 septembre** : remise des copies et début de la relecture des textes par le Comité scientifique

**•15 novembre** : envoi des textes aux auteurs pour corrections finales

**•15 décembre** : retour des textes finalisés

**•Janvier 2016** : finalisation du travail : rédaction de l'introduction et de l'index...

**•Février - Mars 2016** : mise en page

**Sortie de presse : mai-juin 2016**