

# Table des matières

<b>Introduction</b> .....	7
<b>Chapitre I</b>	
<b>Le commerce comme objet d'étude</b> .....	15
<b>Quel commerce ?</b> .....	17
Commerce intérieur versus commerce extérieur.....	18
Un commerce de gros et un commerce de détail de plus en plus difficiles à distinguer.....	21
Le choix non exclusif du commerce de détail.....	23
<b>Une défiance atavique pour cet objet de recherche</b> .....	25
Un fondement culturel ancien : la dimension morale et religieuse.....	25
Des accusations récurrentes.....	30
Modernisation du commerce et modernisation des accusations.....	41
L'utilité économique du commerce en débat.....	47
<b>Des vertus chorographiques et heuristiques</b> .....	55
Le commerce, fondement d'un regard géographique.....	55
Un véhicule culturel.....	60
Un marqueur de développement.....	69
Le commerce élément clé du « mode d'habiter ».....	75
<b>L'émergence d'un courant de recherche puissant en géographie</b> .....	80
Des débuts timides et une diffusion des travaux améliorables.....	80
L'essor d'une géographie du commerce diversifiée.....	87
Un rapide aperçu des grandes thématiques de la géographie du commerce.....	90
Les recherches académiques.....	92
Les travaux appliqués.....	98
L'affirmation de quelques chantiers transversaux.....	102
La pluralité des approches dans un projet de recherche.....	106

## Chapitre II

<b>La ville commerçante</b> .....	111
<b>Les villes au miroir du commerce</b> .....	112
La ville est « fille du commerce » .....	112
Un facteur essentiel d'animation et d'urbanité .....	118
Commerce et hiérarchie urbaine, d'une question première à son obsolescence ? .....	125
<b>Le choc de la révolution consumériste</b> .....	130
Une « première modernisation commerciale » .....	131
Le choc de la révolution fordiste .....	136
Une nouvelle géographie commerciale, entre l'assèchement des polarités traditionnelles et l'émergence de nouvelles .....	140
Se garder de toute géographie nostalgique .....	145
Les ambivalences du politique quant à la grande distribution .....	150
<b>Le renouvellement de la ville commerçante entre hédonisme hyperconsumériste et aspiration à la durabilité</b> .....	152
Une société de consommation devenue d'hyperconsommation .....	153
Un commerce urbain renouvelé .....	157
Le commerce comme démultiplicateur économique des territoires .....	166
Commerce et marketing urbain .....	167
Les villages de marques .....	170
L'irruption du développement durable dans l'équation urbaine .....	174
Une responsabilité par les produits vendus .....	176
La rse dans le commerce .....	178
Des cathédrales de la consommation... durables .....	180
Un retour vers la proximité .....	183
Un déterminant qui reste important, le discount .....	187
<b>L'hypothèse/hypothèque du commerce électronique : fin de l'urbain commercial ?</b> .....	192
Une réécriture spatiale de l'échange ? .....	195
Une complicité fertile entre le commerce et les TIC ? .....	196
Un nouvel espace de liberté entrepreneuriale ? .....	198
Le commerce numérique est-il capable de satisfaire tout ce qu'est la consommation ? .....	199
Des incidences sur le « vivre ensemble » urbain ? .....	201
<b>Conclusion</b> .....	203

## Chapitre III

<b>Regard critique sur la ville commercialisée</b> .....	205
<b>Polarisation commerciale et montée de processus ségrégatifs socio-spatiaux</b> .....	207

<b>La crise de la modernité urbaine</b>	
<b>ou le commerce qui ne fait plus la ville</b> .....	212
Déréliction paysagère et normalisation commerciale en guise d'héritage.....	213
Les non-lieux de l'urbanisme commercial.....	222
L'inadaptation possible de l'appareil commercial actuel aux évolutions de la mobilité ?.....	232
<b>Les illusions d'une réconciliation néolibérale ?</b> .....	243
Une ville forclosée par la puissance de l'investissement privé.....	244
Entreprises du commerce et greenwashing urbain.....	257
Retour rapide sur un « non-concept », le développement durable.....	258
La norme HQE comme paravent trompeur ?.....	261
La ville durable au risque de l'insularité des projets commerciaux ?.....	263
Retour sur une proximité idéalisée.....	267
<b>Le commerce à la croisée des grands enjeux urbains</b> .....	270
Dépasser l'oxymore d'une ville durable.....	271
Le commerce, du problème à un morceau de la solution ?.....	275
<b>Conclusion</b> .....	278
<b>Chapitre IV</b>	
<b>Quel urbanisme commercial ?</b> .....	281
<b>Conditions liminaires à la possibilité d'un urbanisme commercial</b> .....	283
Aucune inéluctabilité dans les formes urbaines empruntées par la modernisation commerciale.....	283
Il reste de la place pour une action publique ou en tous les cas politique.....	288
Le credo de la « ville durable » ou la nécessité d'un zeste d'utopie.....	294
<b>Quels acteurs pour quel urbanisme commercial ?</b> .....	298
Les professionnels du commerce.....	300
Quelle place pour un hypothétique « citoyen-consommateur » ?.....	305
Le consommateur dans le citoyen.....	307
Une citoyenneté vertueuse ?.....	314
Nécessités et limites d'une action publique.....	318
Un cadre d'intervention discuté et imparfait.....	319
Une subsidiarité maîtrisée.....	328
<b>Quelle place pour un urbanisme commercial règlementaire ?</b>	
<b>Le cas français</b> .....	332
Retour sur l'urbanisme commercial « à la française » ou la pérennité d'un système d'autorisation commerciale.....	334
Une évolution vers un réel urbanisme commercial ? Sur le bon chemin ?.....	342
<b>Pistes pour une ville commerçante recomposée</b> .....	354
Faire avec la ville dont on dispose ou l'illusion de la tabula rasa.....	356
Recompositions possibles.....	361

Dépasser l'opposition centre – périphérie.....	361
En périphérie, une démarche de type « Bimby » pour en finir avec le zonage ?.....	362
Une intermédiation urbaine comme occasion d'expérimentations.....	368
Deux leviers importants : le foncier et le paysage.....	374
Réanimer un volontarisme foncier.....	374
Une entrée par le paysage ?.....	379
<b>Conclusion.....</b>	<b>383</b>
<b>Conclusion</b>	
<b>Du commerce à l'urbain.....</b>	<b>387</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>389</b>
<b>Autour du commerce et de la consommation.....</b>	<b>389</b>
<b>Autour de l'urbain.....</b>	<b>397</b>
<b>Table des figures et tableau.....</b>	<b>403</b>