

COLLOQUE INTERNATIONAL  
COMMERCE DU FUTUR, FUTURS DU COMMERCE

LE HAVRE - 30, 31 MAI ET 1<sup>ER</sup> JUIN 2018

Session 1

NOUVELLES RECOMPOSITIONS ET RÉGULATIONS COMMERCIALES

Animation

YILDIZ Hélène - MCF HDR - Sciences de gestion - Université de Lorraine  
POUZENC Michael - PR - Géographie - Université de Toulouse Jean-Jaurès

Un événement soutenu par :



# LA CENTRALITÉ EST MORTE, VIVE LA CENTRALITÉ !

VERS UN CHANGEMENT DE PARADIGME MARCHAND :  
REFLEXION EPISTEMOLOGIQUE ET APPLIQUÉE

NICOLAS LEBRUN

MAÎTRE DE CONFÉRENCES

UNIVERSITÉ D'ARTOIS - EA DISCONTINUITÉS



UNIVERSITÉ D'ARTOIS

# DÉMARCHE

Volonté de prise de recul par rapport aux recherches, notamment mes recherches personnelles, sur la centralité marchande menées jusqu'au tournant des années 2000, afin d'en examiner l'opérabilité aujourd'hui.

Il ne s'agit pas de remettre en cause l'intérêt théorique de ces réflexions mais voir en quoi différents paramètres contribuent à une complexification de l'analyse.



# 1. LES BASES DE L'APPROCHE DE LA CENTRALITÉ MARCHANDE JUSQU'AUX ANNÉES 2000

## Accessibilité

- Une question d'analyse spatiale

## Attractivité

- Une question de mesure d'un potentiel fonctionnel

# 1. LES BASES DE L'APPROCHE DE LA CENTRALITÉ MARCHANDE JUSQU'AUX ANNÉES 2000

## Accessibilité

- Une question d'analyse spatiale

Le centre existe par son arrimage territorial :

Géographie : Brian Berry (1967)  
Sociologie : Samuel Bordreuil (1986)  
Urbanisme : Laurent Devisme (2001)

## Attractivité

- Une question de mesure d'un contenu ou d'un potentiel fonctionnel

Le centre existe par son contenu :

José Sporck (1964)  
Bernadette Mérenne-Schoumaker (1968)  
Cécile Tannier (2000)  
Nicolas Lebrun (2002)

## 2. LES FACTEURS QUI ONT BOUGÉ SUR LES 15 DERNIÈRES ANNÉES

Nous sommes de plus en plus mobiles donc plus volatiles en termes de comportements de consommation

La largeur de l'offre ne suffit plus

La notion de proximité devient floue

La consommation existe hors des lieux dédiés

# 3. UNE REMISE EN QUESTION RÉCENTE

## A. DÉTERRITORIALISER/RETERRITORIALISER LE COMMERCE

Prise de conscience du décrochage entre l'offre marchande et son usage.

La surenchère aux zones et centres commerciaux semble être une fuite en avant

D'aucuns prônent la sortie du zonage marchand :

Cf. le double processus de défonctionnalisation/refonctionnalisation prôné par  
Arnaud Gasnier (2017)

C'est ce qu'il appelle la « reterritorialisation soutenable »

D'autres insistent sur la dimension réticulaire des pratiques de consommation et de  
service (Penard et Rallet 2014)



# 3. UNE REMISE EN QUESTION RÉCENTE

## B. UNE RENONCIATION À LA CENTRALITÉ?

Si déterritorialisation, quid de la centralité ?

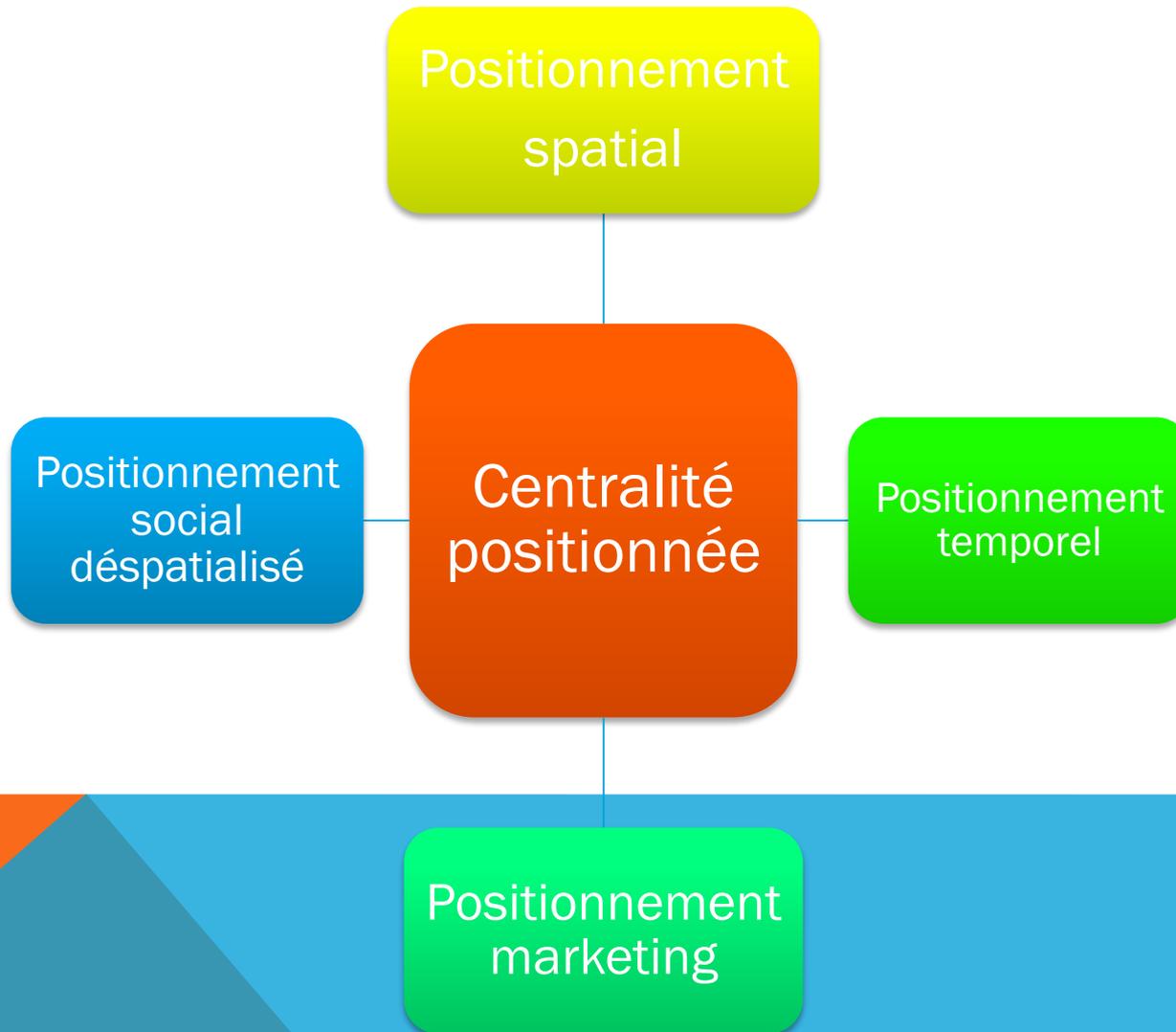
La centralité demeure nécessaire puisqu'elle exprime ce potentiel du lieu qui nous amène à nous y rendre.

Mais elle est elle-même plus qualitative puisque « positionnée » sur des comportements de consommateurs potentiels plus affinés.



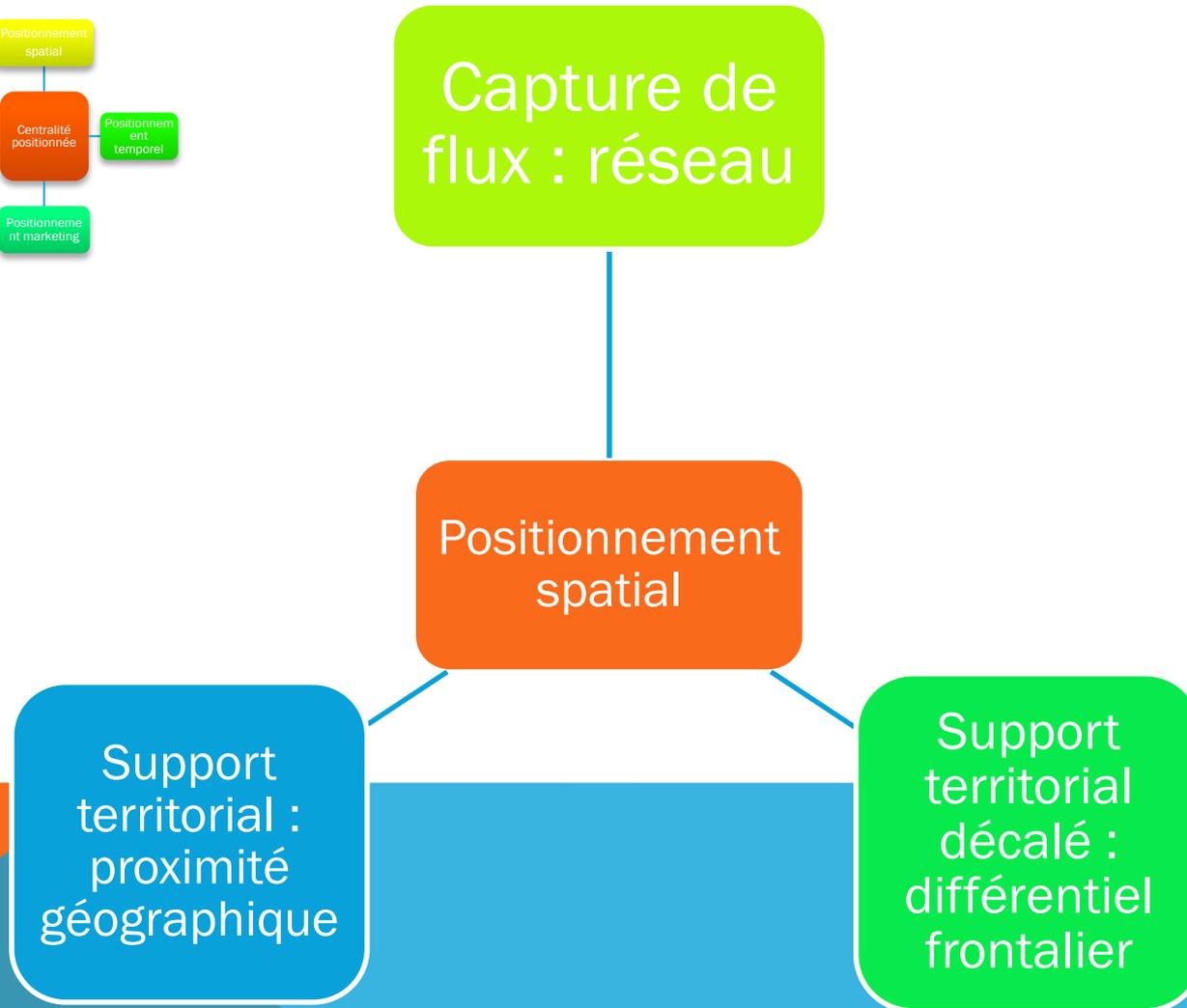
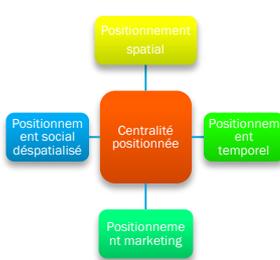
### 3. UNE REMISE EN QUESTION RÉCENTE

#### C. VERS DES « CENTRALITÉS POSITIONNÉES »



# 3. UNE REMISE EN QUESTION RÉCENTE

## C. VERS DES « CENTRALITÉS POSITIONNÉES »



# 3. UNE REMISE EN QUESTION RÉCENTE

## C. VERS DES « CENTRALITÉS POSITIONNÉES »



Horaires ciblés sur une pratique de consommation

Positionnement temporel

Souplesse de gestion des discontinuités (switch on/ switch off) temporelles

Cohabitation avec d'autres temporalités

# 3. UNE REMISE EN QUESTION RÉCENTE

## C. VERS DES « CENTRALITÉS POSITIONNÉES »



Ciblage sur une ou plusieurs catégories sociales (ou un profil de consommateurs) pratiquant le même espace

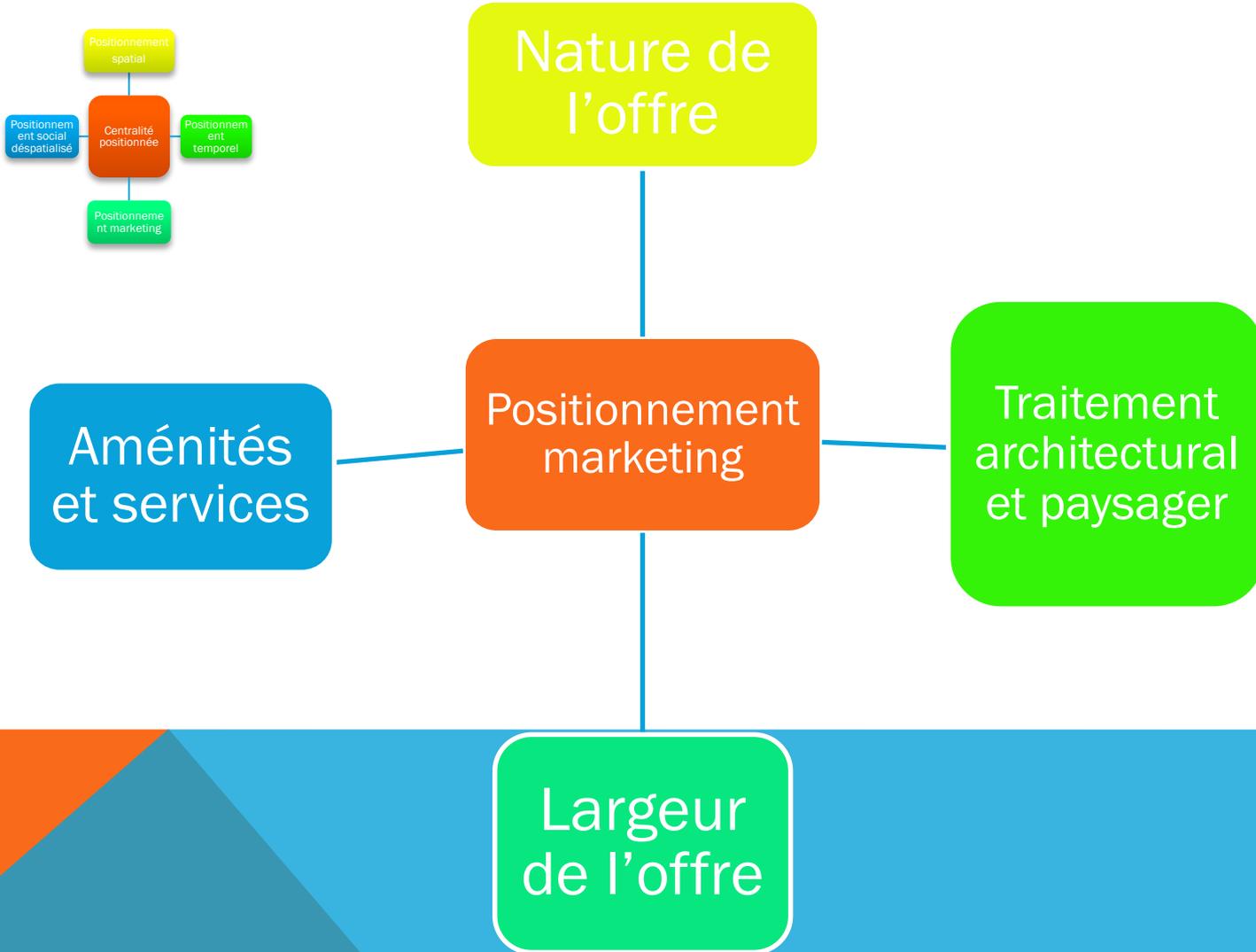
Positionnement social déspatialisé

Ciblage sur une catégorie sociale (ou un profil de consommateurs) mobile (territorialité diffuse élargie)

Partage d'un même territoire possible entre plusieurs centralités (non-exclusivité) y compris virtuelles (cross canal, etc.)

# 3. UNE REMISE EN QUESTION RÉCENTE

## C. VERS DES « CENTRALITÉS POSITIONNÉES »



# 4. UNE MISE À JOUR DES PRATIQUES D'ACTEURS ?

La réflexion à partir des aires de chalandise n'a plus sa place dans les CDAC au nom de la libre-concurrence, et au profit de réflexion sur des critères d'impact environnemental

Mais :

- La territorialisation dans le positionnement des élus demeure. Mais si la concurrence n'est plus évoquée aussi frontalement, la territorialisation des votes demeure de façon quasi automatique
- Les acteurs marchands, eux, ont conscience de la fragilité de cette logique d'autorisation qui officiellement ne prend plus en compte le binôme accessibilité/attractivité. De fait les recours sont quasi systématiques alors qu'ils n'étaient que fréquents il y a 10 ans.

# 4. UNE MISE À JOUR DES PRATIQUES D'ACTEURS ?

CDAC

**Avis positif :**

**Maire de la commune d'implantation**

Même si ce projet est en concurrence avec une offre existante géographiquement proche qu'elle soit de périphérie ou de centre-ville

**Représentant du SCOT**

Suis avis du maire au motif que le projet n'est pas opposable au SCOT (sinon le maire n'y serait pas favorable)

**Représentant de l'interco**

Suis l'avis du maire

sauf s'il est lui-même membre d'une commune-centre de + de 30 000 habitants et moins de 100 000 (au motif de la fragilisation du centre-ville)

**Représentants des consommateurs**

Un élargissement de l'offre n'est jamais perçu comme gênant

**Avis plus variable :**

Représentant éventuel du département limitrophe

Personnalités qualifiées DD et ADT



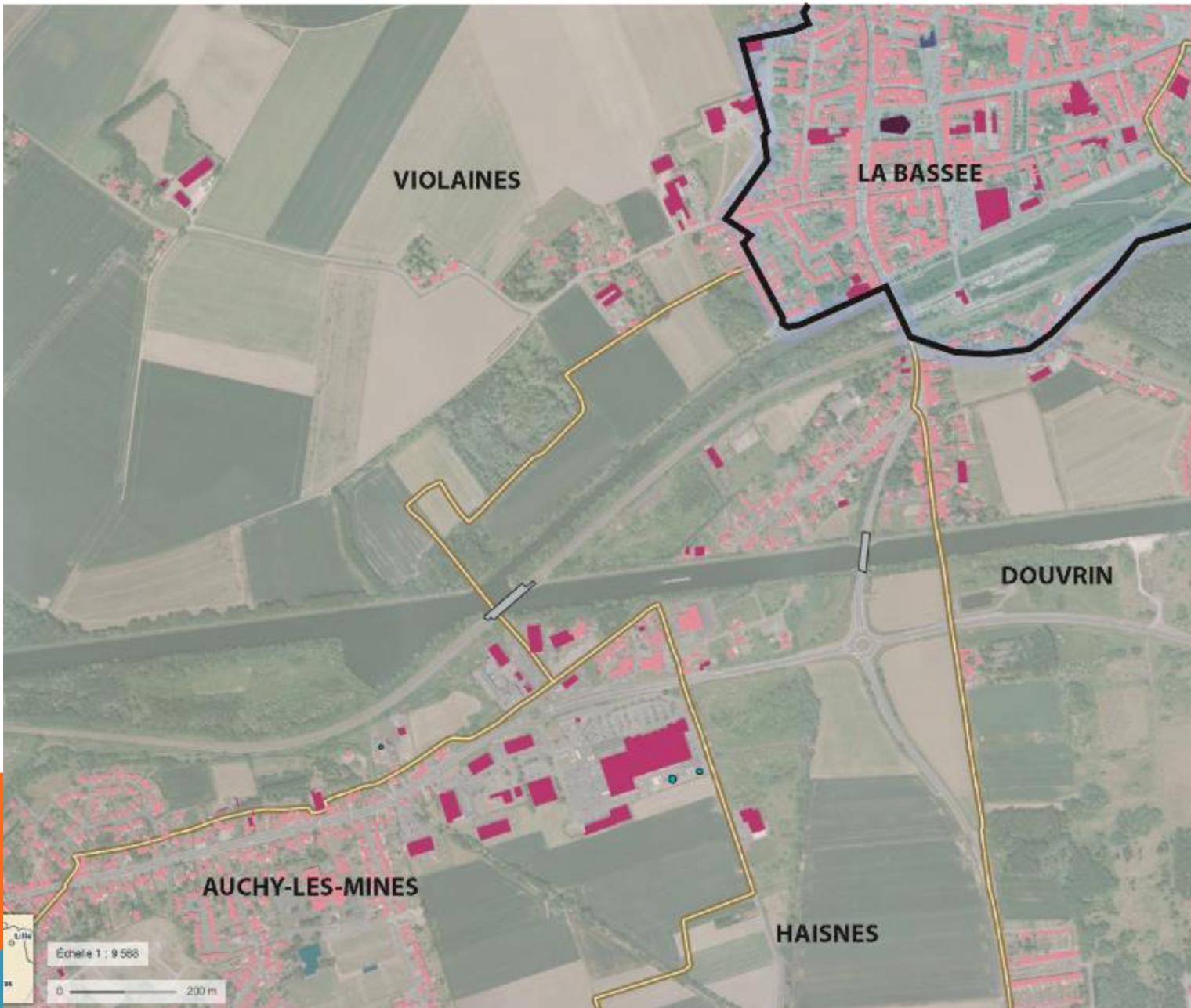
CALAIS

Cité Europe

COQUELLES



Échelle 1 : 17 056



# 4. UNE MISE À JOUR DES PRATIQUES D'ACTEURS ?

Deux discontinuités pertinentes :

- La limite départementale
- La limite communale entre une ville-centre et une commune de banlieue

➔ La centralité en tant que tel n'a plus sa place

