

Table des matières

LES AUTEURS	7
AVANT-PROPOS	11
Nathalie LEMARCHAND, Bernadette MÉRENNE-SCHOUMAKER et Jean SOUMAGNE	
Introduction générale	
<i>La difficile émergence de la géographie du commerce</i>	13

Première partie

COMMERCE ET ESPACES

1 Antoine FLEURY et Martha RADICE	
Commerce et espaces publics	
<i>Les métropoles nord-américaines et européennes entre marchandisation et sociabilité</i>	23
2 Jean-Pierre BONDUE et Sandra MALLET	
Commerce et temps	
<i>Approche chronotopique du commerce</i>	33
3 Jean SOUMAGNE	
Commerce et architecture	
<i>Les modèles occidentaux</i>	43
4 Arnaud GASNIER et Armelle GRELLIER	
Commerce et renouvellement urbain	
<i>Une interaction palliative des maux de la ville française ?</i>	71
5 Maria GRAVARI-BARBAS et Anne-Cécile MERMET	
Commerce et patrimoine : exclusion ou interaction ?	
<i>L'exemple du Quartier du Marais (Paris)</i>	81

6	Michel BOISVERT Commerce et ville intérieure <i>La spécificité des galeries marchandes et l'ajout de complexité dans le partage entre espace privé et espace public</i>	93
7	Nicolas LEBRUN et Colette RENARD-GRANDMONTAGNE Commerce et frontières <i>Discontinuité et échange transnational</i>	105
8	Alma Amalia GONZALES CABANAS et Michaël POUZENC Commerce et ruralité <i>Du commerce rural au commerce participant à la construction des ruralités</i>	117
9	René-Paul DESSE Commerce de transit <i>Entre hypermobilité et gestion du temps</i>	129
10	Arnaud GASNIER et Sophie LESTRADE Commerce et étalement urbain <i>En France, le modèle « centre/périphérie » fonctionne-t-il toujours ?</i>	139
11	Guénola CAPRON Commerce et centralités <i>Un symbole de l'urbanité en Amérique latine</i>	153
12	Philippe DUGOT et Emmanuel EVENO Commerce et TIC <i>Les ambivalences socio-spatiales d'une fertilisation croisée</i>	161
13	Jérôme BARAY et Sophie LESTRADE Commerce et modélisation d'implantation <i>Optimisation des localisations commerciales, théories et nouveaux développements pratiques</i>	173

*Deuxième partie***COMMERCE ET ACTEURS**

14	Milhan CHAZE et Christina NORDIN Commerce et commerçants <i>Les commerçants, nouveaux acteurs du développement et de l'urbanisme commercial</i>	187
----	--	-----

15	Bernadette MÉRENNE-SCHOUMAKER et Ingrid NAPPI-CHOLET Commerce et opérateurs immobiliers <i>Un marché en voie de financiarisation</i>	197
16	Teresa BARATA-SALGUEIRO et Bernadette MÉRENNE-SCHOUMAKER Commerce et mondialisation <i>Les logiques d'expansion des firmes</i>	205
17	Nicolas BOIVIN et Nathalie LEMARCHAND Commerce et alterconsommateurs <i>Consommer autrement</i>	217
18	Arnaud GASNIER et Nathalie LEMARCHAND Commerce et sociétés de consommation <i>Pratiques et espaces</i> <i>de chalandise renouvelés en France</i>	225
19	Matthieu DELAGE et Mohamed HANI Commerce et mobilité <i>Le cas du Havre</i>	235
20	Ali BENNASR et Aziliz PIERRE Commerce moderne et commerce traditionnel <i>Quelle évolution en Tunisie</i> <i>et en Turquie (Istanbul) ?</i>	247

Troisième partie

COMMERCE ET SOCIÉTÉ

21	Philippe DUGOT et Nathalie LEMARCHAND Commerce et Culture <i>La culture est-elle soluble dans le commerce,</i> <i>et vice versa ?</i>	259
22	Philippe MOATI Commerce et économie <i>Transformation du commerce et dynamique du capitalisme</i>	267
23	Marie CHABROL, Antoine FLEURY et Mathieu VAN CRIEKINGEN Commerce et gentrification <i>Le commerce comme marqueur, vecteur</i> <i>ou frein de la gentrification.</i> <i>Regards croisés à Berlin, Bruxelles et Paris</i>	277

24	Marie CHABROL et Hadrien DUBUCS Commerce et migrations <i>Du commerce « à la valise » aux centralités marchandes immigrées (Europe, Afrique, Moyen-Orient)</i>	293
25	Bernadette MÉRENNE-SCHOUMAKER et Léon WEGNEZ Commerce et âges <i>Les jeunes et les seniors, des acteurs et des cibles privilégiés</i>	303
26	Philippe DUGOT Commerce et religion <i>Entre intimité et déni, les ambiguïtés d'une relation</i>	311
27	Claudy VOUHÉ Commerce et genre <i>Regards croisés entre la France et l'Afrique</i>	323
28	Djemila ZENEIDI Commerce et sans domicile fixe <i>L'art et la manière d'intégrer les SDF au « paysage marchand »</i>	333
	Arnaud GASNIER Synthèse conclusive <i>Que nous enseigne la dimension multidisciplinaire du commerce ?</i>	341
	LISTE DES COLLOQUES RÉCENTS DE LA COMMISSION DES ACTIVITÉS COMMERCIALES DU COMITÉ NATIONAL FRANÇAIS DE GÉOGRAPHIE (CNFG).....	347
	TABLE DES FIGURES.....	349