
Philippe Dugot et Mickaël Pouzenc, Territoires du commerce et développement durable

Nicolas Boivin



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/gc/969>

DOI : [10.4000/gc.969](https://doi.org/10.4000/gc.969)

ISSN : 2267-6759

Éditeur

L'Harmattan

Édition imprimée

Date de publication : 1 avril 2011

ISBN : 978-2-296-54677-6

ISSN : 1165-0354

Référence électronique

Nicolas Boivin, « Philippe Dugot et Mickaël Pouzenc, Territoires du commerce et développement durable », *Géographie et cultures* [En ligne], 77 | 2011, mis en ligne le 20 mai 2013, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/gc/969> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/gc.969>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Philippe Dugot et Mickaël Pouzenc, Territoires du commerce et développement durable

Nicolas Boivin

RÉFÉRENCE

Philippe Dugot, Michaël Pouzenc (dir.), **Territoires du commerce et développement durable**, Paris, L'Harmattan, coll. Itinéraires géographiques, 2010, 241 p.

- 1 Le « tout voiture », les centres commerciaux « à la mall » et la localisation des centres commerciaux en périphérie ont fait du commerce de distribution l'anti-modèle du développement durable. Les acteurs économiques, soucieux de satisfaire les préoccupations environnementales des clients, ont été obligés de prendre en considération les demandes de durabilité de plus en plus à la mode. Cet ouvrage, richement illustré d'exemples, propose un zoom sur la relation entre les territoires du commerce et le développement durable.
- 2 Une longue introduction questionne les enjeux épistémologiques du développement durable et surtout en quoi il devient un élément majeur de l'organisation spatiale du commerce. Le développement durable n'est pas simplement une gageure écologique, il est aussi un système de régulation économique et sociale. Les auteurs le rappellent clairement dans les premières pages. Et c'est en cela que la relation durabilité et commerce trouve un intérêt décliné tout au long de cet ouvrage. Pour Dugot et Pouzenc, l'acteur est au centre de cette entreprise. L'homme spatial, ou plutôt l'homme territorial pour parodier cette expression, s'intègre *de facto* à son décor urbanisé. L'environnement devient le cœur de la machine « économie-société-écologie ». Les consommateurs vont et viennent, roulent, déambulent de magasins en magasins, de lieux commerciaux à lieux commerciaux. Ces déplacements consomment beaucoup d'énergie, la voiture étant pointée comme principal responsable. Les transports en

commun sont peu sollicités par les acheteurs, malgré une hausse récente de leur utilisation depuis les années 2000. Ce renouveau (timide) du transport en commun en site propre est de plus en plus pris en compte par les acteurs commerciaux créant ainsi une centralité linéaire. Toutefois les auteurs nous invitent à être prudents puisque « l'espace-rocade » est toujours le grand gagnant des mobilités à destination commerciale. Bien évidemment, le mariage développement durable et commerce se lit aussi dans les paysages. Les multiplexes commerciaux participent encore à la disneylandisation de l'environnement. L'imperméabilisation des surfaces contribue à la dégradation des écosystèmes mais aussi à celle de la vie économique. En effet, en acceptant ces bétonisations et ces « asphaltisations », les sociétés acceptent de surcroît la déconnection du commerce aux autres activités (sous-entendu des autres paysages urbains). Comme on le constate dans cet ouvrage, depuis dix ans environ, les centres commerciaux de centre-ville ou de périphérie s'inscrivent dans une vocation environnementale plus ou moins véridique. Ces centres commerciaux sont nés des nombreuses lois « environnementales » des vingt dernières années. Les projets actuels intègrent un peu plus les biomatériaux, sans pour autant révolutionner le concept des structures commerciales. L'urbanisme commercial est né de la ville néolibérale régulée par des politiques de planification. Il a donc tendance à être pernicieux pour les équilibres socio-environnementaux. Seuls les consommateurs sont les régulateurs entre les biens publics et les distributeurs. Ils deviennent les acteurs du développement durable en imposant leur volonté et leur choix lors des débats publics qui se développent à l'heure actuelle. Le consommateur lambda devient, s'il le souhaite, l'éco-consommateur. Dans les pays les moins libéraux, les États essaient d'encadrer les impacts durables des constructions commerciales. Une gouvernance mixte apparaît comme une des solutions plausibles de régulation socio-éco-environnementale, même si elle est loin d'être parfaite. Malgré tous ces nouveaux modelages, la logique de filière est un noyau dur du commerce et de sa construction. L'approvisionnement de la grande distribution demeure l'épine douloureuse du commerce en termes de bilan carbone et de développement durable. Les circuits courts commencent à structurer en marge le commerce mais ils ne sont pas assez consolidés pour offrir une véritable alternative.

- 3 Ce livre pose les bonnes questions et apporte en partie des réponses non négligeables. Le géographe mais également le sociologue, l'économiste ou l'aménageur trouveront une mine d'informations au fur et à mesure des chapitres. Les étudiants travaillant sur les questions commerciales ou urbaines découvriront des exemples concis et nombreux. Il manque certainement un chapitre sur les questions des éco-constructions, des biomatériaux (même si quelques pages en relatent) qui permettrait de comprendre l'enjeu du développement durable dans son intégralité, depuis la conception des centres commerciaux jusqu'à leur concrétisation. Cependant, cet ouvrage a le mérite de soulever enfin un problème de taille, celui de la durabilité dans les territoires tentaculaires du commerce.

AUTEURS

NICOLAS BOIVIN

UMR SADAPT (INRA - AgroParisTech) - UMR CNRS ADES