

## Résumé de communication

### 1 Auteur-e-s de la communication (si plus de 4 auteurs, les ajouter dans le résumé)

Nom	Prénom	No de commande*	<input type="checkbox"/>
DEPREZ	Samuel		<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>

Présentateur.e.s (cochez ici)

\* Le numéro de commande correspond au numéro à 10 chiffres sur votre billet électronique

### 2 Titre de la communication (max. 200 espaces)

LE PETIT COMMERCE DE DÉTAIL FACE À SES CONSOMMATIONS  
Constats, enjeux et perspectives : regard sur un enjeu majeur dans la fabrique de la ville frugale

### 3 Résumé de la communication (max. 2200 espaces)

A la notion de consommation en matière de commerce sont traditionnellement associées les pratiques d'achats des clients et lorsque la focale se resserre sur les considérations environnementales, les regards se portent sur la nature des produits (biologiques, éthiques, équitables...), les modes de production et les circuits de distribution privilégiés pour comprendre les ressorts de comportements consommatoires plus durables. Si des travaux nombreux y ont été consacrés dans le champ de la géographie, d'autres réalités de cette relation entre consommation, commerce et environnement restent encore peu considérées et étudiés. Il en est ainsi du fonctionnement même des équipements marchands et plus particulièrement des plus petites entités dont le nombre sur le territoire métropolitain français, malgré une vacance qui croît à un rythme soutenu, laisse entrevoir une charge environnementale certaine encore trop peu étudiée et qualifiée.

Les enjeux qui s'y rattachent apparaissent pourtant cruciaux et s'expriment sur des registres pluriels, depuis les consommations d'énergie aux émissions associées et la production de déchets pour ne citer ici que les principaux postes. Ils interpellent à bien des égards le devenir du petit commerce de détail : ils conditionnent la capacité des commerçants à se maintenir au regard des coûts associés ; ils posent la question de la mise aux normes des locaux et leur modernisation comme conditions de la cession d'un local et du maintien de l'activité marchande ; ils mettent en jeu, principalement pour les déchets, la place du commerce comme élément du cadre urbain ; ils replacent enfin plus fondamentalement aussi le commerce au cœur de la réflexion sur la ville frugale à la fois comme activité dont il convient d'envisager un fonctionnement moins impactant pour l'environnement et comme matérialité urbaine avec la nécessité de reconsidérer sa présence au contact d'autres fonctions et son inscription dans le projet urbain.

Cette communication se nourrit d'éléments théoriques et constats factuels pour proposer une première exploration de ces enjeux et exposer les principes d'une grille d'analyse multidimensionnelle qui puisse contribuer à inscrire ces questionnements dans la réflexion sur la résilience urbaine et en son sein celle du petit commerce de détail.

Réservé à l'administration

Attestation de présence

**SOUMETTRE →**