

LA GÉOGRAPHIE FRANÇAISE ET BELGE DU COMMERCE ET LA RECHERCHE INTERNATIONALE

Alain METTON

Abstract

This brief summary of the research in retailing geography in which B. Mérenne-Schoumaker was so much involved in Belgium but also in France and in the International Geographic Union, recalls a few important times of this research for half a century: the infancy in France and in Belgium in the 1970s and 1980s, the internationalisation of the research in the years 1980 and 2000, the contribution to the new themes of globalization and sustainable development.

Keywords

retailing geography, B. Mérenne-Schoumaker, globalisation

Mots-clés

géographie du commerce, B. Mérenne-Schoumaker, mondialisation

Quelques pages seraient bien insuffisantes pour tracer l'historique de la recherche sur la géographie du commerce à laquelle Bernadette Mérenne-Schoumaker a largement participé à Paris et à Liège depuis quarante ans. En conséquence, je me limiterai à quelques évocations des moments de cette géographie du commerce à la fois française, francophone et aussi internationale où Bernadette a tant participé au point que nous autres géographes français du commerce, la considérons comme des nôtres malgré ses « nonante et septante » et son accent liégeois dont elle est si fière.

Chacun sait que la géographie du commerce est née outre-atlantique avec Brian Berry et l'école de Chicago, et plus tard avec notre ami David Huff de l'Université d'Austin, qui théorisait déjà l'interférence des aires d'attraction de ce que nous appelons aujourd'hui les grandes surfaces, alors que nous n'avions pas encore en France, à l'époque, d'hypermarchés et de centres commerciaux (le premier petit Carrefour à Sainte-Geneviève des Bois a été inauguré en 1963).

Compte tenu de ce décalage qui fut alors de presque une génération dans la société de consommation de part et d'autre de l'Atlantique, une réelle géographie du commerce avec d'emblée, de façon plus ou moins explicite, toutes les implications spatiales, sociales et environnementales (comme on dit aujourd'hui) est bien née dans les couloirs de la Sorbonne et de l'Institut de Géographie de la rue Saint-Jacques à l'aube de ces années 1970. Face à cette expansion galopante des grandes surfaces sur tous les territoires périurbains, que j'ai appelée « révolution commerciale », et à toutes les modifications liées des comportements de consommateurs, nombre de

géographes jusqu'alors davantage attirés par d'autres recherches économiques (agricoles ou industrielles, rurales ou urbaines...) ont été saisis par ces transformations qui s'opéraient sous leurs yeux. Dès ces années 1970 de fondation de la recherche géographique sur le commerce et jusqu'à maintenant, Bernadette Mérenne-Schoumaker a toujours joué, à Liège en Belgique mais aussi à Paris, un rôle considérable en nous apportant sa spécificité belge au sein de notre groupe de recherche français qui deviendra rapidement le pilier d'une géographie internationale du commerce.

Précisions : la Commission Nationale française de Géographie du Commerce du Comité National français de Géographie existe depuis 1980, dirigée pas sa fondatrice Madame J. Beaujeu-Garnier, ensuite par moi-même Alain Metton de 1984 à 1996, puis par Jean Soumagne de 1996 à 2004, René-Paul Desse de 2004 à 2008 et désormais par Nathalie Lemarchand. B. Mérenne-Schoumaker a participé activement et est intervenue à presque toutes ses séances depuis quarante années. Quant à la Commission Internationale de Géographie du commerce dont j'ai obtenu la création en 1984 auprès de l'Union Géographique Internationale, elle a duré en fait seize années jusqu'en 2000 et Bernadette Mérenne-Schoumaker en a toujours été vice-présidente et a toujours joué un rôle exceptionnel par sa dynamique participative autant que par ses suggestions scientifiques.

Je n'évoquerai que quelques étapes de cette vie de géographe du commerce belge, mais aussi franco-belge et internationale qu'a eu la chance et le courage de vivre Bernadette. Il s'agit d'aperçus trop rapides, trop superficiels, mais qui balayent ces quarante années de

dévouement à la recherche scientifique en géographie du commerce.

I. LES PREMIÈRES ANNÉES DANS LE CÉNACLE DE MADAME BEAUJEU-GARNIER (1978-1984)

J. Beaujeu-Garnier, cette « grande dame » de la géographie française, savait réunir autour d'elle les talents originaux et savait aussi discerner les compétences du futur. C'est à partir de réunions informelles de ses aspirants scientifiques qu'elle a demandé au Comité National Français de Géographie et obtenu de créer une Commission de recherche sur la géographie du commerce. C'était un extraordinaire cénacle où se retrouvaient deux fois l'an ses disciples, ses amis, ses admirateurs de France et de Belgique avec Monsieur Sporck et Madame Mérenne. Dans cette fin des années 70, Madame Beaujeu-Garnier avait compris avec P. George et M. Rochefort qu'après la géographie de l'agriculture et celle de l'industrie, il y aurait celle du commerce, et que le géographe devait ne pas en être absent et s'y préparer avec ses instruments scientifiques et sa volonté d'agir. Madame Beaujeu-Garnier pensait toujours que le géographe avait pour objectif l'aménagement urbain, comme elle essayait alors de le promouvoir à l'APUR (Atelier Parisien d'Urbanisme) et à l'IAURP (Institut d'Aménagement de la Région Parisienne) en mettant en chantier mille et une actions et en particulier le monumental Atlas de la région parisienne dont les feuilles Commerce avec A. Delobez et G. Chemla restent des monuments inégalés.

Dans cette nouvelle passion pour le commerce, elle avait attiré le Professeur Sporck de l'Université de Liège et son assistante B. Mérenne-Schoumaker. Peu d'entre nous peuvent se souvenir encore de cet extraordinaire travail sur le terrain en 1984 au Quartier Latin avec Monsieur Sporck et Bernadette. Nous y avons appris que la notation qualitative des commerces en quatre catégories et sept paliers n'était pas finalement si subjective que cela. Sans doute, pendant les 100 premiers mètres de rues, nos notations étaient presque toutes mauvaises ou approximatives pour le Professeur Sporck (sauf bien sûr celles de Madame J. Beaujeu-Garnier) mais les 100 mètres suivants nous rassuraient et les 100 mètres supplémentaires conduisaient presque au consensus. Aujourd'hui encore, j'exige des étudiants avancés une notation qualitative même superficielle à partir de la méthode Sporck simplifiée afin de prouver leur implication sur le terrain. C'est sur cette base de quantification du qualitatif avec Monsieur Sporck et Bernadette Mérenne que s'est construite une géographie francophone sérieuse du commerce qui a mis au point maints indices de densité, de diversité, de concentration qui ont permis d'en faire une géographie qui soit définitivement rangée dans le domaine du scientifique et pas seulement du « feeling » et, plus tard, de la communication.

Bernadette Mérenne-Schoumaker a joué un rôle essentiel

dans cette période de délimitation d'un champ scientifique. Sans doute, la géographie française était-elle à cette époque naturellement entraînée vers le quantitativisme, le structuralisme où nulle vérité n'est ailleurs mais devient un peu abstraite, virtuelle comme on dit aujourd'hui. Bernadette et le Professeur Sporck nous ont enracinés dans l'expérience de terrain où les moyennes ne travestissent pas les impressions vécues, où la cartographie du commerce qu'essayait alors Jean-François Troin à Tours, était œuvre presque d'art comme les premières cartes géographiques du monde dessinées à Saint-Dié à l'époque des grandes découvertes, tout cela pour mieux servir dans ce nouveau champ scientifique l'intervention humaine par l'aménagement urbain qu'affectionnait tant Madame J. Beaujeu-Garnier et qui va bientôt, avec la loi Royer de 1973, prendre le nom « d'urbanisme commercial » que les géographes français ont tant aimé. C'est une des assises restées fondamentales de la géographie française et francophone du commerce qui a remarquablement su naviguer hors des eaux très fréquentées du marketing tout en restant incontestablement science humaine des comportements, de l'aménagement et aujourd'hui de l'environnement urbain durable.

II. LES ANNÉES FASTES AVEC LA COMMISSION INTERNATIONALE DE GÉOGRAPHIE DU COMMERCE DE L'UNION GÉOGRAPHIQUE INTERNATIONALE (1984-1996)

En 1984, j'obtenais la création au niveau de l'Union Géographique Internationale d'un groupe de travail à l'essai, plus tard transformé en Commission de plein droit sur la géographie du Commerce. Il y avait 84 pays adhérents et dix vice-présidents de tous pays dont la Belgique, représentée par Bernadette Mérenne-Schoumaker. Après le premier congrès fondateur de Paris en 1984, Bernadette a tout de suite souhaité que le second colloque ait lieu à Liège en Belgique, l'année suivante. Comme toujours, devant sa détermination, sa tranquille compétence, l'assurance du succès, je l'ai encouragée, et pourtant le problème était que Liège n'était pas assez loin de Paris pour une seconde réunion internationale qui faisait trop franco-belge. Le problème que nous avons tous découvert à cette époque fut celui de la diversité entre nos collègues américains qui pratiquaient déjà l'ordinateur et cartographiaient déjà les implantations de Mac Donald, nos collègues africains qui ne parlaient que des marchés et de l'approvisionnement difficile des populations locales, ou nos collègues asiatiques avec une Chine qui ne s'était pas encore vraiment « éveillée », suivant l'expression d'Alain Peyrefitte, qui n'avait pas encore d'hypermarchés et ne parlaient que théorie de Christaller appliquée même aux communes populaires.

La mondialisation, du moins, pour éviter les termes galvaudés, l'internationalisation était en route et la géographie du commerce devait en être un bon outil. Avec

Bernadette Mérenne-Schoumaker de Liège et d'autres : Terasaka de l'Université de Tokyo, Boisvert de l'Université de Montréal, Adamo de l'Université de Milan et aussi de façon quasi plus exotique Belhareth de l'Université de Tunis et Hadjejd de l'Université Boumédienne d'Alger, Fodouop de l'Université de Yaoundé et même Shrivastava de l'Université indienne de Gorakhpur, tous ces derniers grands spécialistes du commerce informel qui a chez nous le statut fantôme de commerce illégal, nous sommes finalement tombés d'accord pour étudier les effets spatiaux, sociaux et environnementaux de la libre concurrence ou de l'intervention de l'État. Pour mieux illustrer le charivari mais aussi cette prodigieuse diversité scientifique dont nous reconnaissons tous aujourd'hui les avantages, une simple anecdote suffira. C'était lors d'un colloque organisé à Liège par Bernadette. Alors que les discussions traînaient un peu sur les détails de la loi Royer réglementant étroitement l'exercice commercial, un collègue de Hong-Kong prit la parole pour nous dire « Si je comprends bien, quand il y a des commerçants qui veulent travailler et des clients qui veulent acheter, vous savez faire des lois pour que cela soit interdit, mais pourquoi ? ». Quiconque a connu Hong-Kong de nuit imagine cette incompréhension.

Quoi qu'il en soit, avec notre loi française Royer de 1973 et la loi cadenas belge, nous étions, avec Bernadette, les meilleurs spécialistes de l'intervention de l'État dans l'exercice commercial en négligeant certes un peu les très courtoises moues des Anglo-Saxons qui n'avaient pas de législation commerciale et même pas un « ministre du commerce » ! Presque tous les représentants des pays membres de la Commission ont suivi : d'abord les Européens (Portugais, Espagnols, Allemands...) puis la plupart des pays émergents concernés dans leurs capitales et grandes villes par cette mondialisation-invasion des grandes surfaces périphériques dans des pays au commerce traditionnel dominant. Progressivement, l'Amérique latine, puis l'Asie, l'Afrique par curiosité, entamaient dans l'urgence des réflexions sur la libre concurrence et la prise de contrôle étranger ou la protection du commerce local. Toute une série annuelle de colloques ont eu lieu sous l'égide de la Commission Internationale de Géographie du Commerce dans un grand nombre de pays et ont été pour la plupart publiés dans la collection Espace et Sociétés

Cette période triomphante où Bernadette Mérenne-Schoumaker, vice-présidente de la Commission, m'a toujours aidé, souvent aux premières loges, c'était celle de l'urbanisme commercial, qu'elle pratiquait et pratique toujours en Belgique. Ce principe, on rêve qu'au-delà de l'implacable loi offre-demande, les États, les régions, les municipalités aient un mot à dire sur les enjeux commerciaux locaux ou plus vastes. Le géographe du commerce est un acteur de la ville en devenir. C'était l'époque de la multitude des contrats d'association avec le Comité National de la Recherche Scientifique où le

Ministère, le Conseil Économique et Social : tous les partenaires du commerce cherchaient à avoir l'opinion des géographes du commerce qui siégeaient en nombre dans les Observatoires d'Urbanisme Commercial de leur département. Autant, sinon plus encore que nous en France, paralysés par la multitude des contraintes administratives et universitaires, Bernadette Mérenne-Schoumaker a su exploiter à Liège et en Belgique cette dimension du géographe du commerce au service de la ville et de ses citoyens pour leur bien-être quotidien grâce à un commerce inséparable de l'urbanité (Le commerce de détail face aux mutations actuelles, B. Mérenne-Schoumaker (éd.), SEGEFA, Université de Liège, 1988, 408 pages).

III. LES ANNÉES DIFFICILES DEPUIS 1996, LA MONDIALISATION ET LE TIMIDE RENOUEVEAU AVEC LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

En 1996, l'Union Géographique Internationale est par principe organisme diffuseur des nouvelles orientations vers la mondialisation. Notre nouvelle Commission Internationale de Géographie doit donc s'appeler Commerce et Mondialisation, ce qui n'est pas au goût de tous. Lors d'une réunion à Paris, la plupart des collègues français de notre Commission, qui depuis vingt ans étaient de tous les colloques et de tous les combats, rappelle que leurs préoccupations sont inscrites depuis longtemps dans le champ de l'urbanisme commercial, c'est-à-dire des relations du commerce et de la ville, et pas dans celui de la mondialisation, avec à la clé une étude de l'expansion des grandes entreprises qui leur paraît superfétatoire, sauf si elle influe sur la structure urbaine qui, à l'époque, était d'ailleurs plutôt interprétée comme déstructuration plutôt que restructuration urbaine.

Bernadette Mérenne-Schoumaker était elle aussi bien évidemment à cette époque assez loin de cet objectif, même si, universitaire belge, elle était beaucoup plus ouverte que nous aux stratégies d'entreprises. Elle m'a tout de suite dit « C'est d'accord, on fait la prochaine réunion de travail et de lancement à Liège ». Et la Commission est repartie pour 4 ans sur un thème qui est maintenant devenu d'actualité. Peut-être grâce aux géographes du commerce, à cette dominante d'urbanisme commercial franco-belge, le thème de la géographie de la mondialisation du commerce ne s'est-il pas satisfait de l'étude des stratégies d'entreprises pour envisager davantage l'impact de ces stratégies sur les structures urbaines et sociales existantes. Toute une série de thèses ont été lancées pour observer, dans les nouveaux pays ou les grandes villes émergentes concernés par la nouvelle distribution, la mesure des transformations que nous n'avions pas véritablement pu mesurer chez nous puisque nous avons lancé nos études un peu tard quand les dualités commerce-distribution, centre-périphérie étaient déjà bien installées.

Depuis 2004 et l'adoption, au sein de la géographie internationale et avec plus de réserve dans la géographie nationale, du thème « Développement durable », une nouvelle conception se dessine. Le champ de recherche géographique du commerce dont les vertus tout autant économiques que sociales et environnementales sont étroitement associées à la notion de développement urbain durable y retrouve une nouvelle jeunesse. Pour sa part, Bernadette Mérenne-Schoumaker poursuit sans faille son implication dans un urbanisme commercial appliqué désireux d'être utile à sa discipline scientifique autant qu'à sa ville qu'elle chérit profondément à travers ses conseils et ses appréciations toujours infiniment compétents et disponibles que nous avons tant utilisés depuis si longtemps. Qu'elle en soit très amicalement remerciée.

BIBLIOGRAPHIE

- MÉRENNE-SCHOUMAKER B. 1987. Perception des commerces et comportement spatial des consommateurs. *Recherches géographiques et activités commerciales* (dir. A. Metton), Actes du colloque de Paris, 1985. Paris : CNRS-UGI, Collection Commerce et Sociétés.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER B. (éd.). 1988. *Le commerce de détail face aux mutations actuelles*. SEGEFA, Université de Liège, 408 pages.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER B. 1992. La localisation des grandes enseignes commerciales : quelques observations à partir du cas de la Belgique. *Commerce, aménagement et urbanisme commercial* (dir. T. Barata Salgueiro), Actes du Colloque de Lisbonne 1992. Lisbonne, CNRS-UGI, GECIC, Collection Commerce et Sociétés.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER B. 1997. Au cœur de la modernisation de la distribution : les stratégies spatiales des acteurs. *Les nouveaux acteurs du commerce et leurs stratégies spatiales* (dir. R.P. Desse), Actes du colloque de Paris 1995. Brest : CNRS-UGI, Collection Commerce et Sociétés.

Coordonnées de l'auteur :

Alain METTON
 Professeur à l'Université de Paris 12
 Membre honoraire de l'Institut Universitaire de France
 Ancien Président de la Commission de Géographie du
 Commerce de l'Union Géographique Internationale
 Directeur du Groupe Commerce du Comité national
 de la Recherche Scientifique (1984-2002)
 metton@univ-paris12.fr