

Urbanisme n°377, mars-avril 2011

Dossier : Le centre commercial contre la ville ?

Ammara BEKKOUCHE

Sous le signe de l'interrogation, ce numéro de la revue Urbanisme sur le centre commercial, balise son questionnement autour du paradoxe de l'éloignement face à l'attractivité massive des consommateurs justifiant en partie, le gigantisme de nombre réalisations à travers le monde. Le constat reproduit l'idée d'une certaine duperie établie qui, à coups d'arguments toujours renouvelés, attise le rêve et entretient tant le désir que le plaisir d'acheter. Quoi de neuf dans les milieux du commerce quand les tendances semblent souscrire au même schéma d'organisation et logique de localisation en rapport aux pratiques sociales et à l'environnement ?

Philippe Moati, économiste et spécialiste du commerce, introduit le dossier sur la base de ses travaux qui couvrent la période 2001-2011. Son analyse associe les préoccupations environnementales à des zones de grands flux et des groupes de distribution. L'exploration du *e. commerce* permet de relever qu'une « ... véritable expertise est en train de se créer pour cerner les comportements des consommateurs. Avec aujourd'hui le même problème : tout en étant sur des échelles de masse, on veut avoir une approche individualisée ».

Avec les réflexions de Nathalie Lemarchand, de Sonia Lavadino & Bernard Lensel, puis de Monica Coralli, il nous est fait part de quelques exemples de centres commerciaux tels que conçus et pratiqués dans les contextes nord-américains, européen et même africain à travers Erevan à Cotonou. En se questionnant sur l'opportunité de leur diffusion et délocalisation en territoire périurbain, une démarche commune aborde les effets induits sur les nouveaux comportements de l'acte d'achat. A l'appui, l'idée de *dimension expérientielle* développée par Patrick Hetzel montre comment ce type de marketing « vise... à exploiter l'ensemble des facteurs psychologiques et sensoriels susceptibles de favoriser l'achat d'impulsion » (*Planète Conso. Marketing expérientiel et nouveaux univers de consommation, éditions d'Organisation, 2002*). L'impact sur le transport par ailleurs, donne à constater les avantages du retour à l'espace public pour favoriser la marche et accompagner le piéton dans ses multiples aspirations. Le centre-ville, les friches, les nœuds que sont les gares ferroviaires... offrent autant de lieux à exploiter pour capter les flux de consommateurs potentiels. Tout est fait pour aménager le paysage et l'architecture au service d'une *mixité croissante des usages*.

Avec son invité Gérard Monnier, Thierry Paquot nous transporte auprès d'une référence qu'il présente comme « ...un historien qui sait raconter des histoires, non pas pour vous embobiner, mais par passion de l'exactitude et respect de sa fonction ». Au regard de sa bibliographie indicative, le thème de « l'architecture moderne » est quasi permanent où la modernité figure comme une valeur de « l'exploration de voies nouvelles ».

Enfin, au registre de la rubrique recherche, *l'urbanisme algérien* comme reflet de la société, est ciblé par trois contributions dont les propos concernent certaines formes de perversions.

On s'interroge, cependant, sur le fait que tous les auteurs ne citent pas les sources de leurs travaux sur le sujet présenté.