



HAL
open science

DE LA CONSTITUTION D'UNE BASE DE DONNÉES DE RÉFÉRENCE SUR LA GÉOGRAPHIE DU COMMERCE

Samuel Deprez, Sophie Lestrade

► **To cite this version:**

Samuel Deprez, Sophie Lestrade. DE LA CONSTITUTION D'UNE BASE DE DONNÉES DE RÉFÉRENCE SUR LA GÉOGRAPHIE DU COMMERCE. Bulletin de la Société Géographique de Liège, 2016. hal-02470521

HAL Id: hal-02470521

<https://hal.science/hal-02470521>

Submitted on 7 Feb 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

DE LA CONSTITUTION D'UNE BASE DE DONNÉES DE RÉFÉRENCE SUR LA GÉOGRAPHIE DU COMMERCE

Samuel DEPREZ et Sophie LESTRADE

UNE BASE DE CONNAISSANCE INÉDITE SUR LA GÉOGRAPHIE DU COMMERCE

Cette relecture de 50 ans de géographie du commerce au prisme des 16 entrées thématiques qui structurent cet ouvrage se nourrit d'un important travail collectif de recherche bibliographique mené sur le temps long par les 19 auteurs de ce numéro. Fondée sur une méthode de collecte collaborative dont les principaux traits ont été exposés dans l'Éditorial de ce numéro, elle rassemble 1300 références (à la date de cette publication) de productions scientifiques diverses en Géographie du commerce (ouvrages, articles, actes de colloques, thèses, habilitations à diriger des recherches, rapports d'étude publiés ou consultables en ligne etc.).

Cette base de données s'inscrit dans une perspective de diffusion de savoirs et de connaissances en matière de Géographie du commerce à destination de la communauté scientifique (chercheurs, étudiants...) et de tous les publics (collectivités, associations, presse, acteurs privés...) intéressés par le sujet et les problématiques qui y sont associées. Le choix du logiciel Zotero® développé par *le Roy Rosenzweig Center for History and New Media* répond à cette logique d'ouverture¹ et de mise à disposition de la bibliographie thématique dans le cadre de ce projet éditorial. Cette vaste bibliographie, disponible sur le site du Comité National Français de Géographie (CNFG)², pourra ainsi également y être téléchargée en vue de son utilisation à des fins personnelles par chaque utilisateur dans ce logiciel.

DES PORTES D'ENTRÉE ORIGINALES SUR LA GÉOGRAPHIE DU COMMERCE

Au-delà de l'identification et l'enregistrement des ressources documentaires, la contribution originale des auteurs repose sur la lecture thématique des références, à partir d'une grille arborée et organisée autour de 5 domaines d'investigation de la Géographie du commerce, se décomposant à leur tour, en 17 thèmes d'étude – qui ont été l'objet des 16

contributions de ce numéro (l'histoire et l'épistémologie n'ayant pas fait l'objet d'une contribution car se retrouvant partout dans le volume) – et se ramifiant encore, chacun, en 2 à 5 sous-thèmes (soit une quarantaine de sous-thèmes au total)³. Ainsi, chaque publication référencée dans la bibliographie thématique Zotero® en Géographie du commerce, est affectée d'un « marqueur » qui est libellé de façon à permettre un repérage rapide et complet dans l'arborescence thématique. Par exemple, un marqueur intitulé « III.2.C - Centres commerciaux » indique que la référence est classée dans le domaine III regroupant les travaux sur « les acteurs et formes de commerce » ainsi que l'item III.2 consacré à la grande distribution, et le sous-thème III.2.C dédié aux centres commerciaux. Il existe donc au total une quarantaine de marqueurs différents dans cette bibliographie correspondant au degré le plus fin de la classification, celui de la sous-thématique.

Cette approche thématique autorise une organisation des références bibliographiques en fonction de leur rattachement à un ou plusieurs sous-thèmes. Elle constitue un point d'entrée précieux dans cette vaste base documentaire en fonction de l'objet de recherche retenu (les centres commerciaux de périphérie par exemple), d'un type d'activité singulier (le commerce de second main, les marchés...), d'un aspect fonctionnel du fait commercial (la logistique urbaine, l'e-commerce...), de territoires particuliers (les espaces ruraux, la ville...), d'un angle d'approche spécifique (l'urbanisme, le développement durable, les pratiques de consommation...) ou d'une lecture transversale, à la croisée d'autres problématiques (les mobilités, le paysage, le temps...). Elle souligne aussi, par l'affectation de plusieurs marqueurs à une référence donnée, la transversalité des questionnements en matière de commerce, de développement des activités, d'inscription dans l'espace des équipements et de pratiques – d'achats, de fréquentation, de déplacements – associées. Cette exploration de la production scientifique dans le champ de la Géographie du commerce à partir des « marqueurs » constitue une opportunité

intéressante pour le chercheur d'élargissement de ses questionnements au-delà de son centre d'intérêt premier. Elle ouvre potentiellement la voie à des lectures renouvelées du fait commercial en géographie, construites sur le principe de « fertilisations croisées » (Savall et Zardet, 1995)⁴ où les « marqueurs » constituent les balises des nouveaux itinéraires de recherche, transversaux dans leurs approches et les thématiques qu'elles embrassent.

La seconde originalité de ce travail collectif réside dans la dimension géographique conférée à cette base de données bibliographique par le renseignement, pour chaque référence, de deux informations à caractère spatial : le *terrain* tout d'abord, qui selon les cas peut correspondre à un continent, un pays ou un groupe de pays, une région ou un sous-ensemble régional, une agglomération, une commune... ; l'*échelle d'analyse* ensuite, qui renseigne sur le niveau territorial retenu pour l'étude, depuis l'échelle mondiale jusqu'au quartier et à la rue. La présence de ces informations représente une opportunité pour le chercheur d'identifier rapidement l'ensemble des travaux recensés sur une aire géographique qui constitue son terrain d'investigation et les chercheurs à l'origine de ces travaux. Elle offre aussi la possibilité d'embrasser les recherches réalisées sur un type d'espace donné (la rue comme lieu du commerce par exemple) et de prendre connaissance des approches retenues par ceux qui en ont fait leurs terrains d'étude. Cette bibliographie thématique autorise ainsi un accès rapide à un corpus bibliographique rigoureusement constitué et adapté aux besoins du chercheur sur les questions de Géographie du commerce.

UN OBJET ÉVOLUTIF, POUR DES DÉVELOPPEMENTS ET DES VALORISATIONS À VENIR

La constitution de cette base de données numérique constitue une première forme de valorisation de cet ambitieux projet éditorial que constitue la réalisation de cette bibliographie thématique sur 50 ans de Géographie du commerce. Elle pose les principes

d'une démarche ambitieuse de constitution sur le temps long d'un outil documentaire thématique sur ces questions, accessible en ligne, régulièrement enrichi des travaux anciens et actualisé par l'intégration au fil de l'eau des recherches réalisées sur le sujet.

Cette base de données représente en outre un matériau précieux pour analyser les grands temps de la Géographie du commerce telle qu'elle se développe et s'organise depuis 5 décennies. Si l'objet en lui-même demeure, le fait commercial comme objet de recherche évolue au gré des changements à l'œuvre dans les formes, le fonctionnement et l'organisation du commerce et dans les pratiques qu'il révèle et impulse en même temps. Des nouveaux questionnements émergent, d'autres perdurent, des terrains un temps privilégiés apparaissent désormais abandonnés et cèdent place à d'autres. Ces évolutions, parfois discrètes, quelques fois plus marquées, peuvent être saisies dans toutes leurs nuances à partir des éléments présents dans la base de données constituée et retranscrites sous une forme de cartes thématiques. La réalisation à moyen terme d'un atlas de la géographie du commerce apparaît dès lors comme une opportunité nouvelle de valorisation de ce travail collectif. Elle s'appuie sur la définition d'un protocole méthodologique original permettant une exploitation cartographique du contenu de la base pour restituer les grands temps de la Géographie francophone du commerce.

Notes

¹ Le logiciel est accessible en téléchargement gratuit à l'adresse suivante : <https://www.zotero.org/>

² La bibliographie est consultable en format Word (liste, classée par thème, de 1300 références répondant aux normes de présentation APA) et en format Zotero, avec le lien suivant http://www.cnfg.fr/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=145&Itemid=184

³ La grille complète de l'arborescence thématique figure dans la bibliographie thématique affichée sur le site de la Commission *Commerce* CNFG à l'adresse mentionnée ci-dessus.

⁴ Savall H., Zardet V., 1995, *Ingénierie stratégique du roseau, souple et enracinée*, Economica, 517 p.