

DESCRIPTIF DU PROJET DE THESE

Sujet proposé	La frugalité comme paradigme social et urbanistique : une voie nécessaire pour repenser la relation entre commerce, consommation et territoire à l'aune de la sobriété.
Laboratoire(s) d'accueil	Laboratoire IDEES Le Havre UMR 6266 CNRS - Identités et Différenciation de l'Environnement, des Espaces et des Sociétés
Directeur de thèse (HDR), co-encadrant(s)	Samuel DEPREZ Professeur des universités en aménagement et urbanisme
NOM Prénom du candidat	JOSEPH Camille
Spécialité du doctorat (discipline)	Aménagement et Urbanisme Section 24 du Conseil National des Universités (CNU)
Université d'inscription (préciser si organisme de tutelle différent)	Université Le Havre Normandie
École doctorale	ED 556 HSRT - Homme, Sociétés, Risques, Territoire
Cofinanceur(s)	Sans

Résumé	<p>Ingénieur Référent ADEME CANAL David</p> <p>PTR et l'axe concernés de l'appel à projets thèses PTR4 : Transition écologique et société Axe b. <i>Transition écologique des territoires et des filières</i></p> <p>Thématique principale du projet Urbanisme/Aménagement durable</p> <p>Thématique secondaire du projet (<i>Production & consommation durable</i>)</p> <p>Objectifs du projet et le lien avec les thématiques de l'ADEME Cette proposition part du constat de trajectoires actuelles en matière de consommation comme d'urbanisme commercial en ruptures fortes avec les impératifs de sobriété en dépit d'actions et de politiques portées en son nom mais qui de <i>facto</i> créent plus qu'elles ne portent le changement les conditions du maintien de la société de consommation. L'hypothèse de travail est la nécessité de penser un nouveau paradigme sociétal et urbanistique sur le principe de la frugalité, légitimé dans la thèse comme matrice analytique d'une part pour relire l'offre commerciale comme les pratiques des consommateurs ; nouvel horizon à retenir dans la fabrique de la ville d'autre part. Pratiques et offre seront appréhendées de façon originale comme les deux composantes de paysages consommatoires, notion qui permet de dépasser les entrées classiques de l'urbanisme commercial pour replacer la consommation au cœur de la réflexion.</p>
---------------	---

	<p>Des explorations de terrain dans des contextes urbains variés et fondées sur la rose de la frugalité comme appareil méthodologique seront menées pour penser, dans une articulation d'échelles de la rue à la périphérie, des trames consommatoires sur le principe de consommer « moins », « mieux » et dans la recherche d'un projet urbain repensé à partir de la consommation et des consommateurs comme objets cruciaux et agents essentiels de la fabrique de la ville. Ainsi ce projet se pose-t-il comme une contribution possible aux objectifs d'approche globale de la sobriété des lieux et de recherche de cadres possibles d'émergence, de diffusion et l'impact sur la transition écologique de nouveaux comportements, pratiques et usages</p>
Mots clés	Sobriété - Frugalité - Consommateur - Urbanisme commercial

1- Contexte et enjeux scientifiques

La lecture attentive des approches portées au nom de la sobriété, quels que soient les domaines considérés laisse apparaître leur inscription dans l'optique de la gestion de crise. Souvent par le truchement du solutionnisme technologique, des alternatives sont identifiées et déployées pour se substituer aux technologies qui ont porté nos modes de développement mais ne permettent pas de les maintenir dans un contexte de changement climatique et de crise écologique. Il s'agit sur le ressort de l'atténuation de la charge environnementale des activités et modes de vie actuels d'en penser les conditions du maintien - de leur résilience - là où l'importance des enjeux appelle une réinterrogation individuelle et collective des pratiques. À bien des égards le secteur du commerce de détail constitue un marqueur fort de la situation du moment, animé par des dynamiques de fuite en avant de la production de marchandises et de la demande logistique, de mise en commerce encore soutenue des territoires, de réaffirmation de la consommation comme matrice sociétale. Poser de nouveaux référentiels se dessine dès lors comme un enjeu essentiel auquel le monde de la recherche doit s'attacher pour légitimer de nouvelles trajectoires sociétales, identifier les verrous, rechercher les leviers. Telle est l'ambition de la thèse en proposant une approche à contre-courant à la fois des dynamiques économiques et sociales en matière de consommation, de la façon dont sont appréhendés sa place et son rôle, comme celle du commerce, par les acteurs publics mais aussi de la manière dont la communauté scientifique se saisit de ces objets. Elle puisse son originalité par rapport aux grilles de lecture traditionnelles à quatre niveaux : dans son positionnement théorique de prime abord et le choix de la frugalité pour se saisir de la question de la sobriété ; dans l'ambition de la légitimer en nouveau paradigme sociétal et urbanistique ; dans le principe de la consommation en point d'entrée pour relire l'urbanisme commercial ; par la définition d'un nouveau cadre analytique - les paysages consommatoires - pour penser autour d'une consommation redéfinie à l'aune de la frugalité les principes d'un nouveau projet urbain et en proposer des expressions territorialisées. A partir de ses objets d'étude, cette thèse apporterait des éléments de discussion et de connaissance certainement utiles dans les réflexions sur la notion de sobriété, ce qu'elle recouvre et peut recouvrir, et la transcription possible de ces principes dans les politiques publiques d'ensemble et thématiques.

2- Présentation du projet

2.1 - Positionnement par rapport à l'état de l'art

Cette proposition de recherche doctorale se fonde sur le constat d'une prise en compte encore limitée de la question cruciale du commerce dans les réflexions et les politiques - pourtant de plus en plus nombreuses - à l'échelle nationale sur les enjeux de sobriété et d'adaptation au changement. Ainsi, si le troisième Plan National pour l'Adaptation au Changement Climatique (PNACC) publié le 10 mars dernier par le ministère chargé de la transition écologique mentionne le sujet, sa prise en compte apparaît limitée à une dizaine d'activités spécifiques concernées par la seule élaboration des Plans de Sobriété Hydrique des filières touristiques. De façon plus spécifique dans les réflexions sur le devenir de l'urbanisme commercial à l'aune de la sobriété, une inflexion forte se dessine pour considérer des **objets** - les équipements et lieux du commerce - dont le devenir est questionné par cette nouvelle ligne d'horizon politique et sociétale selon deux orientations principales. Sur le chapitre de la **sobriété fonctionnelle**, les regards se portent sur l'**appareil commercial**, existant et projeté, pour penser, par la réduction des émissions (Gaz à Effet de Serre) et consommations diverses (énergie, déchets, eau, ...) sa capacité à répondre à des objectifs réglementaires renforcés, en oubliant toutefois que chaque nouveau mètre carré produit porte de nouvelles consommations et émissions. Sur le volet de la **sobriété foncière**, les **zones périphériques** se posent en possibles espaces d'opportunités susceptibles d'accueillir aux côtés d'une fonction marchande resserrée d'autres usages (services, bureaux, logement...). Dans le même temps et en dépit d'une inflexion récente dans les surfaces produites et de l'abandon de certains projets, le parc commercial national poursuit encore son développement par la création régulière de nouveaux équipements et extensions. À tous ces niveaux, rechercher les voies de la sobriété s'apparente à identifier, souvent à grand renfort de dispositifs techniques, celles du maintien de la fonction marchandes sous ses formes actuelles, à penser la résilience du commerce mais sans questionner le modèle.

Un regard posé sur la **consommation** porte le même constat de trajectoires éloignées de l'impératif de sobriété. Si les volumes globaux de biens achetés tendent à décroître, les changements dans les pratiques alimentent la croissance continue des émissions comme la production de déchets. Le plébiscite de la vente en ligne pour les biens neufs comme de seconde main, le succès de l'ultra fast-fashion, la livraison à domicile privilégiée par les français ou la prévalence en matière d'alimentation du régime carné et de la consommation de denrées importées sont autant d'expressions fortes des attentes des consommateurs comme de la vitalité de la société de consommation, à rebours d'une nécessaire ré-interrogation des pratiques individuelles et collectives.

Plus encore, commerce et consommation restent appréhendés dans un schéma où le premier dans toute la diversité de ses formes, physique ou en ligne, initie par une offre toujours diversifiée et renouvelée la seconde et porte une fuite en avant continue des volumes produits, emballés, transportés, utilisés et, pour l'essentiel, éliminés en fin de cycle de vie. Si des aspirations à consommer autrement émergent discrètement dans la société (Desjeux et Moati, 2016), les dynamiques du moment viennent réaffirmer au quotidien l'adhésion du plus grand nombre à la société de consommation et rappeler

que la responsabilité de chaque citoyen, par ses pratiques en matière d'équipement et d'approvisionnement, est engagée, tout autant que celle des professionnels du secteur et de l'acteur public à toutes les échelles de décisions.

Dans une visée urbanistique enfin, le devenir du commerce comme fonction urbaine est désormais frontalement posé. Déjà effacée en de nombreux lieux, elle apparaît de plus en plus questionnée en centres-villes et dans les quartiers urbains. Si ce repli porte des enjeux économiques cruciaux en termes d'emplois, d'attractivité, de fiscalité et l'effacement d'un vecteur essentiel de sociabilités et d'animation urbaine, il participe aussi à la difficile inscription du commerce dans les objectifs de sobriété. Il contraint le consommateur à se déplacer loin de son domicile, souvent en voiture, pour s'équiper ou s'approvisionner comme il le conduit aussi à recourir à la vente en ligne et recevoir chez lui ses commandes. Sur un schéma de réciprocité, le plébiscite du e-commerce porte une baisse de la fréquentation des boutiques et magasins et alimente au gré de fermetures successives et de cessations d'activités le recul de la fonction marchande. On mesure dès lors l'immense chemin à parcourir pour envisager une réinscription de du commerce et de la consommation en concordance avec les objectifs de la neutralité Carbone et les enjeux associés aux autres limites planétaires. On lit aussi l'impérieuse nécessité de ne pas rechercher dans des mesures portées au nom de la sobriété les voies du maintien de l'existant mais bien poser de façon plus ambitieuse des **schémas intellectuels de rupture, construits sur des systèmes de valeurs originaux et en capacité de porter de nouveaux modèles sociétaux**.

Cette proposition de thèse se positionne dans cette perspective en remobilisant des travaux menés sur la relation entre commerce, consommation et territoire autour de la **notion de frugalité** (Deprez, 2022) pour poursuivre deux intentions complémentaires : la légitimer davantage encore comme fondement d'un nouveau **paradigme sociétal et urbanistique** par des élargissements théoriques et thématiques d'une part ; en démontrer la pertinence et les apports comme **cadre réflexif dans une perspective appliquée pour penser la redéfinition des armatures commerciales**. À travers ces orientations, cette recherche s'inscrit sur le plan scientifique comme une contribution aux réflexions encore peu nombreuses sur la frugalité appliquées à la ville (Haëntjens, 2021) et plus largement à l'urbanisme (Madec, Gauzin-Müller et Bornarel, 2018). Elle puise son originalité par rapport aux développements déjà initiés sous ce prisme sur le commerce (Deprez, 2022, op.cit.) par un regard ciselé porté sur le consommateur, replacé au cœur de la réflexion.

L'hypothèse retenue pour porter ce projet de frugalité est une nécessaire rediscussion de la société de consommation, de ses principes et des valeurs qu'elle porte comme préalable à toute réflexion sur le devenir de la fonction marchande dans les territoires. Elle retient le principe de pratiques consommatoires dictées sur le temps de long par la seule offre, selon une logique exclusive de marché, à laquelle chaque temps de l'urbanisme commercial a apporté un assentiment politique en dépit de toute pensée urbanistique et dans le déni des enjeux environnementaux. Elle postule que l'objectif supérieur de sobriété, pensé par la frugalité, suppose une réinterrogation profonde de cette matrice aménagiste qui ne peut intervenir qu'en repartant de la consommation et

des consommateurs pour envisager ensuite la redéfinition de la fonction marchande dans ses formes, ses attributs et ses localisations. À rebours des approches inscrites dans la gestion court-termiste d'une crise pour rechercher les voies de l'atténuation de la charge environnementale du secteur marchand, cette proposition s'inscrit dans une perspective où l'offre commerciale doit être redéfinie et repensée autour d'un **nouveau référentiel collectif** - la sobriété - pour envisager ce qui dans la trame existante, des coeurs urbains aux espaces périphériques, a vocation à perdurer, peut et doit être créé ou dont l'effacement doit être envisagé.

En ce sens, sur le plan académique comme dans une perspective opérationnelle, cette recherche doctorale ouvre un nouveau front dans l'approche de la question marchande et les travaux universitaires dans le champ de l'urbanisme en général et de l'urbanisme commercial en particulier. Si des travaux se sont attachés à considérer le commerce de détail dans une perspective de développement durable (Dugot, 2010 et 2016) ou à penser les voies de sa résilience (Dugot, 2015 ; Gasnier, 2019), les approches ancrées dans une relecture critique de la société de consommation pour réinterroger la fonction marchande apparaissent encore peu développées (Deprez, 2022) tout comme restent rares les réflexions qui envisagent la possibilité d'un resserrement volontaire de l'offre commerciale comme une trajectoire possible, à plus forte raison sur le ressort sociétal et en réponse à des injonctions environnementales.

2.2 - Approche / Méthodologie

Si elle peut relever d'un choix volontaire voire d'une philosophie de vie la frugalité est le plus souvent associée dans l'imaginaire collectif aux idées de privation, d'austérité et décroissance comme l'hypothèse de moins consommer est assimilée à l'image d'un déclassement dans une société où ce qui est possédé ou peut être acheté dicte pour beaucoup la place de chacun. Les résistances face aux perspectives d'un changement apparaissent vives et mettent frontalement en jeu le rapport entre responsabilisation individuelle sur le registre vécu de la culpabilisation et nécessité collective dont ils et difficile toutefois de percevoir la prise de conscience et davantage encore la mise en place. Il s'agira donc en première intention pour la candidate de s'acculturer à la notion, d'en apprécier toute la diversité et la complexité pour la légitimer d'une part **comme projet de société désirable** et d'autre part **comme paradigme**, entendu comme un « ensemble cohérent d'hypothèses qui constitue un tout et qui offre au scientifique un point de vue sur les phénomènes qu'il étudie, une matrice qui conditionne son regard, une représentation du monde cohérente qui façonne sa manière de penser les phénomènes » (Martin, 2010). Une littérature abondante, ancienne et contemporaine, aborde la notion et d'autres connexes (sobriété, déconsommation, ascétisme, ...) et pose sur elles des regards tant pluridisciplinaires que thématiques. Ses explorations analytiques et critiques permettront de définir et justifier le corpus théorique en ouvrant le propos sur des pans de la relation entre commerce, consommation et territoire non encore explorés à l'aune de la frugalité. Elles permettront aussi de conforter les notions de **ville frugale** et d'**urbanisme frugal** qui au-delà de la seule réponse aux injonctions climatiques portent une vision de rupture sur la fabrique de la ville et pose un ensemble de principes forts : l'usage raisonné des ressources de toute nature, la valorisation de chacun, les liens entre individus, la satisfaction des plaisirs et besoins dans une

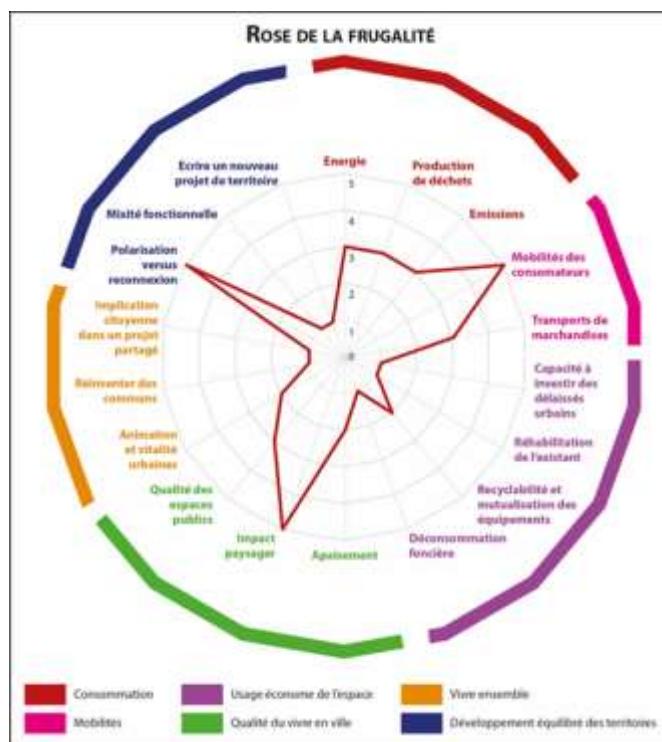
économie de moyens... pour « proposer un nouveau menu urbain, plus diététique, mais aussi plus savoureux et joyeux que le modèle aujourd’hui dominant » (Haëntjens, 2021). Il s’agira d’expliciter et justifier des traductions possibles de ces principes dans une réflexion sur le commerce et la consommation, préalable nécessaire pour mener les différents temps suivants de la recherche.

Le premier consistera en la **relecture des cadres opérationnels et réglementaires de l’urbanisme commercial** pour qualifier leur capacité à s’inscrire ou non dans le projet de ville frugale et caractériser la distance entre les pratiques actuelles et cette ligne d’horizons. Il s’agit dans une perspective a-territoriale et par la relecture des principes de l’urbanisme commercial de légitimer le bien-fondé d’une approche de rupture au regard des enjeux climatiques, écologiques et environnementaux et qui réinterroge à la fois les professionnels du commerce dans leurs pratiques, l’acteur public dans ses décisions en matière d’urbanisme commercial comme la sphère politique dans ses attentes et exigences exprimées par la législation.

Le deuxième volet du projet consistera à structurer et légitimer de façon originale la **notion de paysages consommatoires** pour poser une lecture territorialisée globale de la consommation en considérant la trame commerciale, les lieux dans lesquels se réalisent effectivement les achats et les formes de consommations qui s’inscrivent en dehors de ce cadre marchand. A rebours des approches encore à l’œuvre où la consommation est la seule résultante de l’offre, la notion de paysages consommatoires ancre la réflexion autour de son acteur principal qu’elle pose en élément central dans le nécessaire changement de pratiques qui pourront porter la trajectoire de frugalité. Il s’agit donc de mettre en perspective les deux pans du sujet de cette recherche - l’offre commerciale et ses attributs d’une part ; la consommation et ses acteurs d’autre part - pour positionner les pratiques actuelles de ces d’acteurs par rapport aux objectifs de frugalité puis penser les voies d’un projet de consommation frugale territorial, singulier selon chaque contexte. Cette lecture croisée sera menée par la remobilisation de **Rose de la frugalité** (Deprez, 2022, op. cit.) développée pour porter un premier regard sur les différents canaux et horizons d’approvisionnement à l’aune de la frugalité mais sans en envisager d’application concrète à l’échelle territoriale. Cet outil, structuré autour de 6 entrées, interroge les diverses formes de commerces et de consommation au regard de leur charge (énergie, émissions, ...) environnementale (1), de la mobilité des clients et des marchandises (2), de leur capacité à soutenir un usage économe de l’espace (3), de leurs dispositions à porter ou non des objectifs de qualité de vie en ville (4) et de vivre ensemble (5) comme à s’inscrire dans un projet de développement équilibré des territoires (6).

Cet instrument appelle des approfondissements méthodologiques et son ouverture sur des thématiques complémentaires pour considérer les deux pans du sujet. Un **premier travail**, essentiel, consistera à **identifier des indicateurs pertinents pour se saisir de chacune des dimensions proposées**. Si certains se dessinent de façon assez évidente car les données existent (les consommations d’énergie via l’Observatoire de la Performance Énergétique, de la Rénovation et des Actions du Tertiaire (OPERAT) par exemple) ou peuvent être facilement collectées par un travail de terrain, d’autres

en revanche appellent un travail ciselé, notamment lorsque le thème revêt un caractère plus qualitatif ou sensible voire s'inscrit dans le champ des représentations comme de la perception. Ainsi l'apaisement pour la qualité de vie en ville ou l'animation urbaine et les communs sur le registre du vivre ensemble. Pour chaque indicateur devra aussi être pensée une échelle de notation par rapport à un horizon de frugalité lui-même à définir pour chaque item interrogé. Ce travail d'approfondissement apportera ainsi à l'outil une granulométrie qui lui conférera son caractère opérationnel, permettant des analyses multi-niveaux : une étude de chaque forme de commerce et consommation à l'aune des 6 entrées de la rose et une possible mise en perspective avec d'autres ; une lecture ciselée sur l'une des six entrées pour l'un des thèmes (énergie, émissions, déchets par exemple pour la consommation) qui la compose pour disposer d'éléments de comparaison entre différentes alternatives consommatoires, la relecture critique des politiques et documents d'urbanisme commerciaux (Scot) dans leurs principes et l'analyse spécifique de documents élaborés ou en cours d'élaboration...



Une **seconde tâche** s'attachera à penser la déclinaison de la rose et de ses principes spécifiquement au consommateur pour interroger les pratiques actuelles au regard de parcours d'achats tels qu'ils se dessinent aujourd'hui, les qualifier par une remise en perspective avec la ligne d'horizons de la frugalité, mesurer la distance avec ce projet mais aussi évaluer les postures, entre résistance stricte aux changements et possibles reconfigurations des parcours de consommations. De façon similaire au travail qui sera mené dans la tâche précédente avec les indicateurs, des éléments d'appréhension de chacune des dimensions devront être identifiés et transcrits dans une grille d'entretien pour mener une enquête auprès de panels de consommateurs constitués sur les deux agglomérations du Havre et Caen, retenues pour terrains d'études.

Leur choix répond à la volonté de mettre à l'épreuve la méthodologie développée dans des territoires aux armatures et dynamiques commerciales différentes et contrastées. A la vitalité du petit commerce caennais en centre-ville et un taux de vacance faible répondent au Havre de fortes difficultés dans de nombreuses rues et une polarisation marquée de l'activité sur quelques axes du centre-ville où le centre commercial Coty présente également les stigmates d'une perte d'attractivité croissante. Son origine est certainement pour partie à rechercher dans la concurrence des Docks Vauban qui peut tout autant expliquer les difficultés du centre commercial du Grand Cap en ville haute. Une boutique sur deux de la galerie marchande est désormais fermée et l'activité se polarise désormais dans l'agglomération au niveau de celui de la Lézarde et ses 80 boutiques qui rayonnent sur le territoire de la Pointe de Caux. La densité du commerce périphérique apparaît bien plus forte et diversifiée sur le territoire caennais et peut être de nature à déterminer de façon différenciée les comportements des consommateurs. Sur un autre registre, l'offre inscrite dans le champ de l'économie sociale et solidaire dont on entrevoit la plus forte adéquation avec les horizons de frugalité apparaît bien plus présente sur les rives de l'Orne que dans l'estuaire de la Seine. Elle constitue un élément de contexte fort en capacité à la fois d'expliquer une variabilité de parcours et de comportements et un différentiel territorial dans la capacité à repenser de chacun à repenser sa consommation.

Au sein de ces deux agglomérations, des **terrains spécifiques** seront retenus comme support d'expérimentations de la méthodologie pour valider son caractère opérationnel dans des contextes territoriaux variés au regard de la nature, de la richesse de l'offre et de son rayonnement, de la clientèle présente et des profils sociaux-économiques des habitants. Les centres-villes, des coeurs de quartiers, des linéaires commerciaux et des quartiers inscrits dans les dispositifs et la Politique de la Ville seront privilégiés en raison de la diversité des situations qu'ils représentent. Dans ces espaces seront menés des investigations auprès des acteurs du secteur marchand et les enquêtes auprès des consommateurs. De la mise en dialogue des **deux niveaux de lecture** à partir de la rose de la frugalité découlent **2 images** : les paysages consommatoires sous leurs attributs actuels d'une part ; leur positionnement par rapport aux objectifs de frugalité d'autre part.

Le **dernier temps du travail** aura pour objet la recomposition de l'existant pour inscrire les pratiques consommatoires dans la perspective d'un urbanisme frugal tel qu'il aura été défini dans le premier volet de la recherche. Cette recomposition, singulière selon les contextes territoriaux, viendra réinterroger les deux pans de la méthodologie. Elle proposera une relecture de l'offre commerciale pour définir une **trame originale** où se côtoieront activités existantes maintenues et nouvelles propositions ancrées dans une perspective de frugalité. Elle identifiera les leviers en capacité d'initier d'autres formes de consommations à l'initiative du consommateur ou auxquelles il pourra être associé. Ainsi seront pensés pour chaque terrain d'étude des **paysages consommatoires aux contenus singuliers** articulés autour de dispositifs collectifs, d'activités marchandes réançrées autour des productions locales, de structures citoyennes et associatives en capacité de porter des formes de consommation moins dispendieuses en ressources de toute nature, redéfinies en volume et dans leurs natures, plus soucieuses de leurs

impacts environnementaux, davantage collaboratives et en capacité ainsi de soutenir un projet urbain dans lequel la consommation se pose en élément fédérateur, vecteur de sociabilités et de solidarités, à rebours des codes de la société de consommation. Dans la perspective d'un **urbanisme frugal**, il s'agira aussi de penser la capacité de ces formes de consommation à porter une véritable **qualité urbaine et une urbanité renouvelée**, à la fois dans la **matérialité de la ville** où au nécessaire repli de certaines activités marchandes pour donner corps au projet de frugalité répondront des artefacts singuliers (tiers-lieux citoyens, coopératives de consommation, espaces mutualisés...) et dans une **recherche d'une citadinité active, où la consommation se fait vectrice de liens entre individus**. Ces dimensions présentes dans la rose de la frugalité seront interrogées dans le cadre des entretiens avec les consommateurs et de focus-groups qui seront organisés pour appréhender les aspirations et propositions de ces derniers dans la perspective de la recomposition des paysages consommatoires, avec et autour d'eux.

2.3 - Programme / échéancier prévisionnel

Année 1 - Sept.2025 - Août 2026

Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Févr.	Mars	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août
					Constitution du corpus bibliographique						
					Définition du cadre théorique et des notions associées						
					Validation des terrains						
					Choix des indicateurs thématiques autour de la Rose de la frugalité						
					Analyse des écosystèmes commerciaux locaux (Offre, acteurs, dynamiques, politiques publiques)						
						Qualification des écosystèmes commerciaux au regard des horizons de frugalité					
											Rapport Année 1

Année 2 - Sept.2026 - Août 2027

Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Févr.	Mars	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août
					Déclinais° aux consommateurs de la Rose - Création de la grille						
					Test de la grille (Passation et analyse)						
						Passation des entretiens auprès des consommateurs					
							Organisation des focus groups				
							Analyse et retranscription des résultats (Enquêtes + focus groups)				
								Entretiens avec les commerçants			
											Rapport Année 2

Année 3 - Sept.2027 - Août 2028

Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Févr.	Mars	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août
					Définition des paysages consommatoires frugaux pour chaque terrains d"étude retenu						
							Finalisation de la rédaction				

2.4 - Moyens mis à disposition par le laboratoire d'accueil

La candidate disposera d'un bureau et d'un poste informatique personnel dans la salle des doctorantes et aura accès à l'ensemble des ressources documentaires proposées par la bibliothèque universitaire avec la possibilité de demandes de prêts financés par le laboratoire. Elle sera invitée à rejoindre deux réseaux de recherche (la commission Commerce, consommation et territoires du Comité National Français de Géographie (CNFG) et l'Association pour la Promotion de l'Enseignement et de la Recherche en Aménagement et Urbanisme (APERAU) pour y rencontrer les chercheurs, s'associer aux travaux collectifs menés et présentés ses travaux et leur avancement dans le cadre de doctoriales.

2.5 - Collaborations envisagées

Les collaborations projetées avec les acteurs locaux s'articulent autour d'une démarche pluridisciplinaire visant à appréhender les réalités multi-scalaires des territoires étudiés. Sur le territoire caennais, il est prévu d'établir un contact avec Agence d'urbanisme de Caen Normandie Métropole (AUCAME) par l'intermédiaire de Patrice DUNY, directeur de cette structure et du Pôle Métropolitain. Cette collaboration permettrait non seulement d'acquérir des informations précieuses sur les projets d'aménagement et les dynamiques territoriales en matière d'urbanisme mais aussi de bénéficier de l'expertise de l'agence concernant leurs travaux sur la sobriété foncière et leur implication dans le projet alimentaire territorial.

Au Havre, une collaboration avec l'Agence d'urbanisme Le Havre-Estuaire de Seine (AURH) apportera une valeur ajoutée significative à notre réflexion en remobilisant les inventaires commerciaux thématiqués récemment actualisés à l'échelle de la rue pour point d'entrée. Elle viendra conforter les liens étroits établis avec l'université Le Havre Normandie autour de l'Institut d'Urbanisme de Normandie et de ses formations et qui ont permis d'établir des contacts préférentiels avec la structure et ses agents. L'AURH réalise en outre le Plan Local d'Urbanisme de la Communauté Urbaine Le Havre-Seine Métropole dans laquelle elle interroge la place du commerce et accompagne aussi la structure dans l'élaboration de son Schéma de Cohérence Territoriale. Le directeur de la thèse participe pour sa part aux travaux relatifs au Document d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique. Des liens aussi ont été tissés avec le service *Commerce à la Ville* du Havre et sa responsable, Marjorie SARRAIL, intéressée par le développement de réflexions croisées sur le devenir de la fonction marchande. Un dialogue avec l'Établissement Public Foncier Normandie offrirait des opportunités pour saisir les ambitions foncières actuelles et les travaux de redynamisation des centres-ville.

Par ailleurs, une collaboration avec la Plateforme POPSU *Transitions* et le Centre de Recherche Risques et Vulnérabilités (CERREV), qui mènent des recherches approfondies sur la sobriété dans divers quartiers de Caen, offrirait une opportunité de co-construire la recherche scientifique en matière de sobriété territoriale en Normandie. Conjuguée à des échanges avec les différents services municipaux compétents, tels que ceux dédiés au commerce, via Camille BROU-VERNET, et à la

ville durable, grâce à Nicolas ESCACH, constituera un terreau fertile pour enrichir cette recherche académique en créant des synergies entre les divers acteurs.

Un rapprochement sera également opéré avec les organismes consulaires (Chambres de Commerce et d'Industrie, Chambre des Métiers et de l'Artisanat) et les associations de commerçants. Sur le territoire havrais, des relations solides dans le champ de la recherche (colloque, prestations) ont été établies avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'estuaire de la Seine. Dans une perspective nationale, l'Institut pour la Ville et le Commerce sera sollicité en qualité de structure d'observation et d'analyse des dynamiques commerciales

2.6 - Bibliographie sélective

Chabault, 2024, *Sociologie du commerce*, Armand Colin, 304 p.

Deprez, 2022, *Commerce, consommation & territoire. Essai sur l'émergence d'une nouvelle convention consommatoire. Jeux géographiques, questions d'aménagement et enjeux d'urbanisme*. HDR en aménagement de l'espace et urbanisme, 305 p.

Desjeux, Moati, 2016, *Consommations émergentes. La fin d'une société de consommation ?* Le bord de l'eau, 205 p.

Dugot, Pouzenc, 2010, *Territoires du commerce et développement durable*, Collection Itinéraires géographiques, L'Harmattan, pp. 37-80,

Dugot, 2015, « Aménagement et résilience du commerce urbain en France », *Norois*, n°237, pp.118-119.

Dugot, P., 2019, *Commerce et urbanisme commercial dans la ville durable*, Collection Villes et territoires, Presses universitaire du Midi, 408 p.

Gasnier, 2019, *Le commerce dans la ville, entre crise et résilience. Comment réparer, adapter, aménager les territoires marchands ?* PUR, 297 p.

Haëntjens, 2021, *La ville frugale : Un modèle pour préparer l'après-pétrole*, Rue de l'échiquier, Collection L'écopoche, 128 p.

Madec, 2024, *Frugalité, Terres urbaines*, 48 p.

Madec, 2021, *Faire mieux avec moins*, Terres urbaines, 200 p.

Madec, Gauzin-Müller, Bornarel, 2018, *Manifeste pour une frugalité heureuse*

Razemon, 2016, *Comment la France a tué ses villes*, Collection Diagonales, Edition de l'échiquier, 187 p.

3- Objectifs et résultats attendus

Sur le plan théorique et scientifique la thèse souhaite poser un regard disruptif dans la lecture de la question marchande et l'urbanisme commercial en repartant de la notion de consommation comme fondement indispensable de toute réflexion sur ces sujets. Elle s'inscrit en rupture frontale avec l'idée d'un urbanisme commercial résumé à un seul urbanisme fonctionnaliste pour poser avec force le commerce et la consommation comme des composantes du projet urbain pensé dans la perspective première de « faire territoire ». Il s'agit à travers la notion d'urbanisme frugal d'imaginer la place de

la consommation, à travers des cadres pluriels formels et informels, à s'inscrire dans un projet pour « faire système », dans une approche qui dépasse donc l'assemblage de fonctions et plus encore le fonctionnement autonome de certaines à l'image du commerce pour interroger la capacité des éléments projetés à produire l'urbanité au sens d'une relation à autrui, à la ville. Il s'agit *in fine* de penser à partir et autour de la consommation des modalités renouvelées de « vivre en ville » en réponse aux enjeux locaux et globaux du changement climatique, en recherchant les voies de la frugalité. Cette proposition se fonde sur une conviction profonde de ses deux porteurs, directeur de thèse et candidate : d'une part la consommation constitue un point d'entrée tout à fait pertinent pour prolonger et égrainer les travaux initiés dans d'autres champs autour de la frugalité (Madec, 2024), de « faire mieux avec moins » (Madec, 2021) par leur ouverture sur un nouveau champ thématique ; d'autre part la proximité de chacun avec ce sujet en fait certainement un véhicule particulièrement adapté pour faire cheminer l'idée et les principes qu'elles portent dans la pensée collective et auprès des acteurs, publics et politiques.

Ce projet de thèse entre sur ce double registre en résonance très forte avec le scénario *Génération frugale* défini par l'ADEME dans le cadre de son exercice prospectif *Transition 2050 - Choisir maintenant. Agir pour le climat* et s'envisage en contribution possible pour rechercher les voies qui puissent permettre de lui donner corps. Aussi, un travail en collaboration avec des référents thématiques au sein de la structure serait-il de nature à développer des réflexions partagées spécifiquement sur la question de la consommation et sur les modalités de diffusion dans la société civile et la sphère politique des ressorts de la frugalité et de sa légitimité à se poser en ligne d'horizon. En proposant de repartir de la consommation et du consommateur, cette proposition s'inscrit pleinement dans les objectifs de recherche d'un **consensus social au travers d'une gouvernance ouverte** présent par nature dans l'idée **d'un paradigme social et urbanistique de rupture** dont la définition constitue l'un de ces objectifs. Il s'agira à travers la définition des trames et paysages consommatoires frugaux d'apporter des éléments originaux sur les voies d'une réinterrogation profonde des modes de vies où la consommation est vue comme levier essentiel vers la sobriété d'une part et s'affirme possible matrice aménagiste et urbanistique en substitut du seul commerce dans une démarche écosystémique où elle réinterroge la ville dans ses composantes, redonne aux espaces publics leurs attributs d'interface de sociabilités par l'effacement de la monofonctionnalité marchande au profit d'autres cadres de consommation comme leur fonction d'espaces de partage autour d'une fonction comestible et nourricière à penser avec les consommateurs et d'une animation redéfinie à partir de leurs démarches et initiatives collaboratives.

Dans une perspective appliquée cette thèse viendra outiller l'ADEME, les collectivités et acteurs territoriaux comme les professionnels du secteur en proposant un ensemble d'indicateurs thématiques d'analyse de leurs pratiques et politiques sous ce prisme de la frugalité vers laquelle devront tendre les modèles décisionnels politiques, économiques et stratégiques. La notion de paysages consommatoires porte pour sa part une vision nouvelle sur le fait marchand nécessaire pour redéfinir les grilles de lecture à l'échelle des territoires et penser l'évolution des cadres et documents réglementaires.