



HAL
open science

La synergie renouvelée entre commerce et mobilité pédestre dans les lieux de transit

Bruno Sabatier, Yoann Morvan

► **To cite this version:**

Bruno Sabatier, Yoann Morvan. La synergie renouvelée entre commerce et mobilité pédestre dans les lieux de transit. Commerce et mobilités, Sep 2007, Dijon, France. halshs-00348068

HAL Id: halshs-00348068

<https://shs.hal.science/halshs-00348068>

Submitted on 18 Dec 2008

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.

La synergie renouvelée entre commerce et mobilité pédestre dans les lieux de transit

Yoann MORVAN, Institut d'Urbanisme de Paris, LOUEST-Gerphau, Université de Paris 12
Université Paris Val de Marne, 61 Avenue du Général de Gaulle 94010 Créteil Cedex
yoannmorvan@yahoo.com

Et Bruno SABATIER, docteur en géographie, LISST-Cieu, Université de Toulouse 2-Le Mirail
Maison de la Recherche, 5 Allées Antonio Machado 31.058 Toulouse Cedex 1
sabatno@yahoo.fr

Résumé :

Les déplacements piétons font figure de mobilité résiduelle. Cependant, incontournables et à la signification renouvelée, ils jouent un rôle croissant pour la consommation en ville. La mobilité pédestre transforme les lieux de transit en espaces-temps du shopping. Les aéroports et les centres historiques représentent, chacun à leur manière, deux pôles de cette évolution. A l'ère de l'hyper-mobilité, s'affirme toujours davantage la synergie entre commerce et mobilité pédestre.

Mots-clés : mobilité pédestre, commerce, aéroports, centres historiques

Abstract:

Walking appears as a residual mobility. Nonetheless pedestrian mobility, unavoidable and with renewed signification, plays an increasing role for consumption in the city. It transforms transit places into shopping's spaces-times. Airports and historical centres represent, each its own way, two poles of this evolution. At the time of hyper-mobility, synergy between shopping and pedestrian mobility is growing up and up.

Keywords: pedestrian mobility, shopping, airports, historical centres

L'intensification des mobilités motorisées, entendue comme la multiplication et l'accélération des modes de transport, semble reléguer les déplacements piétons à un statut résiduel, voire annoncer la disparition de la mobilité pédestre. Pourtant elle est de plus en plus investie par la logique marchande pour la transformer en un fertile espace-temps de consommation. C'est cette synergie entre commerce et mobilité pédestre que nous souhaitons appréhender, dans ce texte qui s'apparente à un essai.

Un premier moment s'attache à revenir à la nature d'invariant anthropologique de la mobilité pédestre, pour mieux comprendre comment son rôle marchand, inauguré par les passages, est aujourd'hui renouvelé. Le cas de la « mise en commerce » des aéroports explique ensuite la valorisation des lieux de transit par la synergie entre commerce et mobilité pédestre. Mais cette convergence des fonctions s'exerce également dans les centres-villes selon une dynamique inverse, qui tend à transformer leurs axes commerciaux en lieux de transit intermodaux, par leur aménagement piéton.

1. Le renouveau de la mobilité pédestre

Ce renouveau est masqué par plusieurs représentations qui constituent autant d'obstacles à sa compréhension.

1. 1. Obstacles à la compréhension du renouveau de la mobilité pédestre

Premier obstacle, une vision moderniste des mobilités « où le progrès se mesure exclusivement par l'accélération de la vitesse », « ne laisse au piéton qu'une portion congrue et dangereuse » (Paquot, 2004 : 201). Surtout, la vision techniciste en vigueur dans le milieu professionnel des transports tend à évacuer la marche, « comme si celle-ci avait perdu toute dimension fonctionnelle et ne contribuait pas au système des transports au même titre que les autres » (Amphoux, 2004 : 137). Ces visions laissent poindre sa disparition, du moins sa marginalisation face aux mobilités motorisées, son utilité entre deux modes de transport étant résiduelle, son rythme lent déclassé par les vitesses croissantes, et son caractère « traditionnel » relégué au rang des antiquités par le déploiement de nouvelles technologies.

En contrepartie de ces représentations s'est développée parallèlement une vision de la marche comme l'archétype de la lenteur, de la décélération, du mode de déplacement extensif dans le sens où elle n'est pas soumise à l'impératif d'efficacité. Cette vision exprime une certaine forme de résistance du traditionnel face à l'injonction technologique, et fait sens pour saisir l'actualité de la flânerie, notamment dans des ouvrages comme *La poésie de la ville* de P. Sansot (1973) ou plus récemment *Eloge de la marche* de D. Le Breton (2000). Mais nostalgisante, elle constitue un autre obstacle pour comprendre les évolutions de la mobilité pédestre, car comme le signale T. Paquot : « il est vain de regretter le "bon temps" du flâneur. [...] A l'époque triomphante du flâneur, le voyageur, le touriste, le promeneur avaient aussi leur place » (2004 : 201). A fortiori, l'individu mobile contemporain, voyageur ou touriste, devient encore promeneur ou flâneur, mais sous de nouvelles formes : à certains moments et dans certains lieux investis par le commerce.

Plus fondamentalement, l'évidence même de la mobilité pédestre joue comme obstacle : selon A. Julien et J.-R. Carré, « *Mode naturel de locomotion de l'homme, la marche à pied est le premier des moyens de déplacement. [...] Mais ce constat est tellement évident que la marche est souvent oubliée* » (2003 : 87) Ces multiples obstacles expliquent en partie que « *la marche apparaît comme un champ de recherche émergent* » (Amphoux, 2004 : 137).

Parce qu'elle est un invariant anthropologique, sa disparition n'est pas à l'ordre du jour. Si les modes de transport se succèdent historiquement au gré des évolutions techniques, sa corporéité en fait un mode de locomotion humainement indépassable. Bien au contraire, l'hyper-mobilité lui confère une valeur renouvelée : pressé par le temps ainsi que par les autres pris dans le même mouvement, étroitement canalisé, le corps accumule un certain nombre de tensions qu'il s'agit de réduire. R. Solnit décrit comment à la poussée de l'accélération s'ajoute une perte de maîtrise de soi : « *la condition de l'être absolument mobile* » est de « *circuler en avion ou en voiture, de préférence à une vitesse folle. [...] Le corps n'est plus qu'un paquet en transit, un pion bougé de case en case ; il ne se meut pas, il est mû* » (2002 : 46).

La marche permet justement le rapprochement entre optimisation et déambulation-détente, en résolvant un certain nombre de contradictions propres aux mobilités contemporaines.

1. 2. Sophistication de la marche et « mise en commerce »

Le renouveau de la marche passe par sa sophistication, support de nouvelles tendances. S'interrogeant sur l'« hypermarcheur », F. Bellanger remarque que « *..la marche reste la métrique de base de la ville. Les urbanistes ont donc souvent rêvé de pouvoir améliorer les performances des piétons. Aujourd'hui [...] les marcheurs peuvent bénéficier de technologies de pointe comme la*

basket, le roller, la trottinette ou le sac à dos, en passant par le Caddie. » Il rappelle encore que « *La figure limite de ce piéton autonome et pourtant rapide emprunte à divers imaginaires actuels qui associent l'exercice physique et les sports de glisse, les matériaux high tech, le bio et les économies d'énergie dans un projet qui s'efforce de réconcilier la ville, la technique et la nature* » (Bellanger, 2007 : 137). La marche s'optimise ainsi au moyen d'innovations technologiques.

C'est une évolution similaire qui se produit avec sa « mise en commerce », dans le sens où l'activité de la marche est optimisée, rentabilisée par la logique marchande. Bien sûr le commerce est étroitement lié à la mobilité pédestre, depuis toujours pourrait-on dire. Elle met en relation l'individu et les marchandises dans un lieu donné, car c'est surtout *in situ*, engagé dans un rapport physique aux marchandises, que l'individu est chaland, et ce encore aujourd'hui malgré l'avènement du commerce électronique. Le passage à l'acte d'achat suppose une corporéité¹. Ainsi, quel que soit le type de lieu, que l'on pousse un chariot ou qu'on lèche les vitrines, l'approvisionnement passe par la marche, ce qui montre sa relation anthropologique avec la consommation. Cette relation s'est matérialisée dès l'époque romaine (Koolhaas, 2001 : 478) par la « *pedestrianization* » qui a pour la première fois réservé un espace au déplacement piéton pour y réaliser des achats. C'est avec les passages et les grands magasins que l'alliance du commerce et de la mobilité pédestre s'est bien sûr développée, en faisant de la promenade une activité marchande à part entière au moyen d'aménagements intérieurs déambulatoires. Cette alliance a été occultée par le déploiement de la « ville motorisée » et de ses « usines à vendre ». Pourtant la promenade a été ensuite réaffirmée dans les *malls*, et plus récemment dans les complexes commerciaux récréatifs.

Le *shopping* est ainsi devenu, comme le montre R. Koolhaas « *un moyen indispensable grâce auquel le mouvement dans la ville est rendu possible* », car « *fluidité et flexibilité, connexion et continuité sont cruciales dans ce réseau écologique du shopping* » (2000 : 140,146). Beaucoup de lieux de consommation piétonniers sont ainsi des sortes de « bulles » qui ménagent un moment de loisir pour l'achat. Le rythme de déplacement serait d'ailleurs particulièrement lent dans ces microcosmes si l'on se base sur les mesures effectuées en ville : 2,5 km/h pour des déplacements à motif commercial contre 4,8 et 4,7 km/h vers les lieux de travail ou d'étude, pour une échelle moyenne de marche est de 4,4 km/h. (Julien et Carré, 2003 : 90). Le cas des *malls* est exemplaire pour cela, mais les lieux de transit sont à présent voués à valoriser cette synergie entre commerce et mobilité pédestre.

Lieux cardinaux des mobilités contemporaines, ils permettent de voir comment cette synergie se nourrit de la *rupture de charge* (Marzloff, 2005) : les mobilités motorisées génèrent de fait de la marche lors de ces ruptures de charge, donc un espace-temps incompressible que la consommation met à profit.

Les aéroports et les centres-villes correspondent alors à deux types de convergence. Les premiers sont typiquement, comme les gares, des espaces où cette mobilité interstitielle crée du commerce. Bien que de nature radicalement différente, plus complexes, les centres historiques optimisent aujourd'hui la relation commerce-marche au travers du développement de l'intermodalité dans leurs artères commerciales.

2. La « transition pédestre » aéroportuaire par leur mise en commerce

Les *hubs* importants développent une offre commerciale depuis plusieurs décennies. 60% des revenus du British Airport Authority proviennent de ses activités commerciales et il est à ce titre classé en bourse comme détaillant plutôt que comme transporteur, ce qui légitime par ailleurs sa propriété de Mac Arthur Glenn (Koolhaas, 2000 : 150). Cette offre est particulièrement significative

¹ Ce qui appelle une phénoménologie de la marche pour mieux saisir son rôle marchand.

dans les aéroports londoniens par exemple (Heathrow, Gatwick et Stansted). Les lieux de transit imbriquent donc le commerce à la marche, ce qui explique l'intérêt des aménagements déambulatoires de type passage marchand comme pour les *malls*, mais sur une logique inverse. S'impose d'emblée la distinction entre les deux types d'espaces qui les composent et qui ont chacun leurs problématiques spécifiques. Derrière la barrière des contrôles de sécurité, les aires d'embarquement se prêtent à une consommation ludique en exploitant un temps d'attente contraint qui, bien que court, ne fait pas l'objet d'une activité structurante. Le voyageur se retrouve ainsi « coincé » sans autre alternative, et c'est sur cette base que s'est développé le Duty free. A l'inverse les galeries ouvertes cristallisent les contradictions entre achat et vitesse.

Nous avons choisi deux aéroports français de taille moyenne parce que ce sont les lieux où leur mise en commerce est la plus visible et analysable actuellement : Nice (second après Roissy) et Toulouse-Blagnac (sixième, en forte progression), les deux connaissant une augmentation du trafic international qui renforce le Duty free. L'aéroport de Schiphol d'Amsterdam fournit un point de comparaison intéressant sans être un mastodonte, parce qu'il est plus avancé dans ce processus.

2. 1. Les aires d'embarquement, du dépliage à l'achat

En permettant une certaine libération des tensions induites lors des déplacements aériens, ces aires constituent un espace-temps privilégié pour le déploiement du shopping. En effet, S. Chevrier et A. Sauvage décrivent comment le voyageur subit un mouvement de pliage/dépliage, qui fait alterner la position assise, statique, et la station debout, le plus souvent mobile. Ce mouvement n'obéit pas qu'au diktat du transit hyper-rapide de type correspondance, « *il convient [également] de penser non pas la vitesse mais la lenteur, le repos, la parenthèse, la pause, la rupture de charge* » car c'est là l'occasion de se décharger de tensions corporelles. Ces auteurs décrivent ainsi un moment, qui est en même temps un lieu, des « *sas de décompression dans lesquels il est possible de se détendre* », « *de se déplier physiquement* » (Chevrier et Sauvage, 2006 : 182).

La consommation accompagne et favorise cette détente par divers procédés, qui découpent la marche dans les galeries en séquences d'activités. Ce séquençage est d'autant plus marqué que l'offre en services est variée, avec au-delà des boutiques en Duty free, des bars, cybercafés, casinos, etc. Dans le genre déstressant, Schiphol propose même un Centre de Meditation (d'après son site Internet) « *pour apaiser les émotions que peut susciter le fait de voyager et de se sentir loin de chez soi* ». Toutes ces activités sont autant d'instruments d'une mobilité pedestre déliée, qui permettent d'accroître les sollicitations marchandes sur un mode interactif. C'est ce qui s'aménage à Toulouse-Blagnac avec la création d'un nouveau terminal de 1600 m² de boutiques en Duty free.

Cette synergie régit l'aménagement de l'espace jusqu'au mobilier, avec dans les espaces de repos ou d'attente les fauteuils de massage et de relaxation (nommés *Big Mama* à Schiphol). La compagnie Lufthansa réserve même des portions d'aires d'embarquement de l'aéroport de Francfort aux clients des « classes avant », pour l'usage d'équipements privatifs (salons à cigare ou lavabos en marbre).

Cela montre comment l'essentiel de cette consommation se fait en transit -entre une arrivée et un nouveau départ-, sur la logique du *See-Buy-Fly* développée par le centre commercial de l'aéroport de Schiphol. D'où l'intérêt d'une bagagerie sophistiquée, aux formats superposables -de la valise « cabine » au trolley-, qui peut s'adapter au volume des articles achetés. La marque Delsey s'est spécialisée dans cette offre qui prétend allier « ergonomie », « élégance » et bien sûr « fluidité » dans le voyage.

Cette synergie propre aux espaces de transit *stricto sensu* est amenée à se généraliser, comme le montre l'initiative récente des aéroports suisses de créer des aires de débarquement dédiées à l'achat détaxé à l'arrivée.



<Fig. 1 : L'aéroport Schiphol Plaza et sa galerie marchande (photographies Y. Morvan 2006)>

2. 2. Les galeries marchandes aéroportuaires, entre vitesse et shopping-plaisir

Généralement nommés halls ou terminaux, les espaces avant embarquement sont aussi souvent qualifiés d'« espaces ouverts » ou de « zones publiques » pour signifier leur large accessibilité liée à l'absence de contrôle. Couplé également à l'absence d'espaces d'attente, ce caractère « public » en fait surtout des lieux de passage tous azimuts, dont la configuration est plus simple et linéaire que les aires d'embarquement. Ils se rapprochent ainsi davantage de la galerie marchande.

Ces galeries s'apparentent d'ailleurs à leurs homologues des *malls*, car leur offre s'avère encore plus variée en types de commerces que les aires d'embarquement : on y trouve en effet diverses boutiques, notamment de souvenirs, de bagagerie, de presse, mais aussi de mode, des locaux de services -dont un spécifique à ce lieu, les agences de voyage-, et surtout des lieux de restauration. Ce dernier type de commerce montre particulièrement bien le problème d'accorder des temporalités disjointes (vitesse/achat plaisir) auquel est confronté l'ensemble de la galerie marchande.

<Fig. 2 : Méli-Mélo, concept récent de *food court* spécifique aux aéroports (www.nice.aeroport.fr)>



Ainsi Méli-mélo, le nouveau concept de *food court* aéroportuaire qui se développe avec succès à Nice et Roissy, porté par Elicor-Aliance, fait face à deux difficultés :

- ses ventes de boissons à emporter, *shopping express* par excellence, sont réduites depuis l'interdiction du transport des liquides, qui ne peuvent plus franchir la barrière de sécurité ;
- pour autant (selon un échange avec un responsable à Nice), Elicor-Aliance hésite à développer des ambiances conviviales et ludiques de ses espaces de restauration en raison de la difficulté à prolonger le temps passé par les voyageurs, qui se limitent souvent à s'alimenter de façon utilitaire. Le comptoir qui dégage les meilleures recettes étant le Quick, un investissement dans l'aménagement récréatif semble donc peu rentable au gestionnaire de Méli-Mélo.

La galerie marchande aéroportuaire est aussi un lieu privilégié pour acheter des cadeaux-souvenirs à la dernière minute (à Blagnac, ramener de l'aéroport des produits de terroir, ou un maillot du stade toulousain). A la différence du *food court* aéroportuaire, ce type de boutiques accorde le peu de temps avec l'achat-plaisir.

Troisième cas de figure, assez paradoxal, la présence de galeries d'art dans ces galeries marchandes, qui semblent faire fi de la durée limitée ou de la furtivité du transit, pour donner au voyageur l'occasion d'arpenter les linéaires de tableaux à l'instar des musées. Ce type d'offre trouve son aboutissement dans le dédoublement du prestigieux Rijkmuseum du centre historique à Schiphol². Le quatre centième anniversaire de la naissance de Rembrandt est d'ailleurs le vecteur d'une thématisation des boutiques (au premier chef celle du musée), des bars et restaurants, des hôtels, des salles d'attente, notamment avec des expositions, jusqu'au décor des galeries marchandes, ce qui transforme Schiphol Plaza en un parc à thème.

Malgré des difficultés pour certains types de commerces, les aires d'embarquement et les galeries marchandes constituent donc des espaces-temps de déambulation pédestre voués à être investis par la consommation.

3. Les centres historiques, nouveaux lieux de transit ?

Face à un enchevêtrement de dynamiques, nous avons souligné le rôle prépondérant, et renouvelé, de la mobilité pédestre dans la mise en commerce de plusieurs types d'espaces contemporains. Après avoir dégagé la synergie entre le commerce et la marche par le transit dans le cas des aéroports, une tendance analogue transforme les centres historiques à leur tour : ne deviennent-ils pas à leur manière des lieux de transit parmi d'autres ?

3. 1. Le renouveau de la mobilité pédestre au travers de l'empilement des évolutions

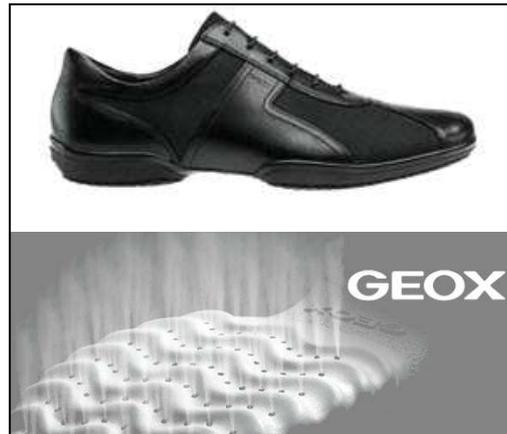
Le piéton dans les centres urbains se retrouve dans une situation analogue aux aéroports, face à un temps contraint entre un mode de transport et un autre. Comme le rappelle R. Kleinschmager (2006 : 217), en ville, « *la marche à pied qui permet de rejoindre un bus, un tram ou un métro ou d'aller prendre son véhicule au parking, est une contrainte* ». Autrement dit, l'intermodalité renforce de fait le rôle stratégique du commerce sur les parcours incompressibles, elle est même facteur de piétonnisation. Dans le contexte de la complexification des parcours qui découle de l'intensification des mobilités, les segments pédestres gagnent ainsi en valeur dans les centres historiques également.

Ce sont en particulier les rues hypercentrales articulant les nœuds de transport et les artères marchandes qui sont stratégiques en tant qu'axes pour des ruptures de charge entre plusieurs modes de transport. Dans ces « bulles » dont les périmètres sont ceux des plateaux piétonniers et du management de centre-ville, le commerce rejoint là aussi la marche pour intégrer le transit.

² Unique exemple au monde de la présence d'un musée national dans un aéroport.

Mais les phénomènes sont plus complexes en raison des évolutions qui se sont empilées d'une façon quasi géologique comme l'a souligné M. Roncayolo (2002) : les centres-villes sont des lieux de flux dans lesquels s'est historiquement développé le commerce, puis sa relation avec la marche a été rentabilisée en reprenant les principes des *malls* lors de leur piétonnisation.

A présent lieux de transit renouvelés par l'intermodalité, certaines qualités du déplacement à pied sont mieux révélées : technique légère et flexible, « boîte de vitesse » aisément modulable au gré des circonstances et des envies, mode de déplacement le plus rapide en hypercentre avec le vélo, l'encombrement en moins, la marche devient un instrument de la glisse urbaine (Chevrier et Juguet, *in* Marzloff, 2005). Ainsi, les chaussures italiennes Géox avec la technologie des semelles *Respira*, sont le symbole d'une sophistication surmontant certaines contradictions contemporaines en alliant contrainte et loisirs, élégance citadine et efficacité sportive. Elles représentent l'aboutissement de tendances successives par l'hybridation des Nike Air et de la chaussure de ville, comme bien d'autres marques affirmant cette tendance lourde.



<Fig. 3 : Le concept Géox (www.geox.com)>

Si les hypercentres comme « bulles » sont le point d'orgue d'un empilement d'évolutions, leur mode d'investissement par le transit dépend de la période à laquelle ils ont été piétonnés. Les rues Sainte-Catherine à Bordeaux et Alsace-Lorraine à Toulouse correspondent ainsi à deux moments distincts de piétonnisation.

3. 2. La relation piétonnisation-transit dans les rues Sainte-Catherine à Bordeaux et Alsace-Lorraine à Toulouse

Au cours des années 1970, des opérations de piétonnisation ont concerné d'anciennes artères romaines et médiévales pour revaloriser les centres historiques de certaines villes, les métropoles régionales en particulier. Ce recyclage a ouvert la voie à leur revitalisation commerciale. C'est ainsi que la rue Sainte-Catherine, *cardo* romain longue de 1,2 km (plus longue rue commerçante d'Europe selon les Bordelais), a été piétonnée en 1977. Ce type d'opération a induit une prédominance d'enseignes franchisées pour produire un paysage commercial semblable à celui des *malls*, selon le processus de transformation des centres historiques décrit par D. Mangin (2004).



<Fig. 4 : Un paysage de *mall* pour un cœur de ville « franchisé » (photographie CCI Bordeaux, www.bordeaux.cci.fr)>

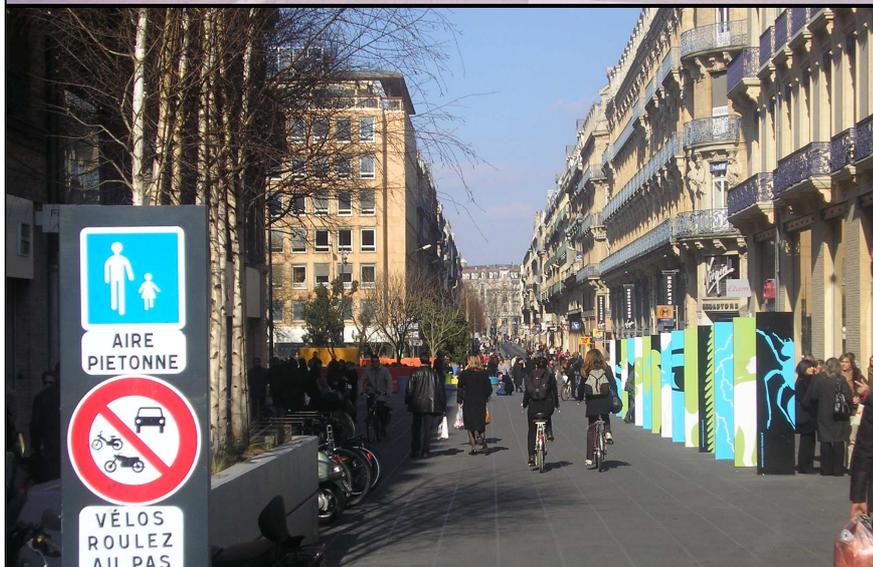
Mais il faut d'autant plus assurer l'accès élargi de ces centres commerciaux que la croissance urbaine éloigne progressivement une part grandissante d'urbains ou de périurbains. C'est pourquoi la mise en place du réseau de tramway depuis quelques années est venue compléter l'accessibilité métropolitaine de la rue Sainte-Catherine, déjà instaurée auparavant par les parkings. Cinq stations de tramway innervent cette artère commerciale et favorisent la synergie mise en exergue ici.

A Toulouse la rue Saint-Rome, au gabarit similaire, avait connu une évolution similaire à celle de Sainte-Catherine : *cardo* romain, grand-rue médiévale, puis piétonnisée dans les années 1970. Aujourd'hui, un nouveau stade dans ce processus est franchi avec la piétonnisation d'une ancienne percée haussmannienne, la rue Alsace-Lorraine.

Dévolue aux transports collectifs, empruntée par les automobiles, son réaménagement récent est la pièce manquante à la constitution d'un vaste plateau piétonnier à l'échelle de l'ensemble du centre historique. La rue Alsace-Lorraine est le centre de gravité de ce plateau bordé par la ligne B de métro, récemment ouverte. Une circulation de transit s'y effectue parfois avec une valise à roulette, à l'instar des aéroports.



<Fig. 5 : La rue Alsace-Lorraine, avant -juin 2007- et après -depuis septembre 2007- (photographies Y. Morvan, B. Sabatier)>



Les entrées des stations de métro rendant les emplacements attenants plus stratégiques, une des conséquences de ce réaménagement est la redistribution de certaines enseignes le long de cet axe. Il est encore trop tôt pour en tenter une cartographie, mais on observe déjà quelques changements : l'enseigne Bouchara notamment, située en plein cœur de la rue, a été remplacée par Zara. Ce second magasin de l'enseigne internationale renforce encore le caractère franchisé de la rue Alsace-Lorraine.

Cette affirmation de la synergie entre commerce et marche appelle bien évidemment un management de centre-ville pour proposer une offre globale. La mairie de Toulouse promeut alors

son centre au travers de la campagne *Movida Tolosa* : de nombreux panneaux largement dispersés dans l'aire urbaine vantent le *shopping-plaisir* avec le slogan « grâce à la nouvelle rue Alsace, la ville renoue avec son centre ». Ironiquement, comme pour montrer combien les commerçants se saisissent du réinvestissement de la marche en centre-ville, cette rue concentre des magasins de chaussures dont l'un, situé au milieu de la rue, fait figure d'emblème de la *walking society* qui est en même temps la société marchande.



<Fig. 6 : Toulouse piétonne, l'avènement de la « walking society » (photographies Y. Morvan, B. Sabatier)>

Conclusion

Plus les mobilités s'intensifient, plus elles engendrent des espace-temps spécifiques qui acquièrent une valeur irremplaçable. L'aménagement piéton construit alors des « bulles » que la consommation investit de façon protéiforme, marchande et non marchande.

Pour comprendre comment la synergie entre commerce et marche est étroitement liée au transit dans les aéroports, nous avons pointé l'importance des ruptures de charge à l'occasion desquelles la marche peut résoudre des tensions, par la mise en commerce des lieux. Si les lieux de transit sont les archétypes de cette convergence, dans une certaine mesure celle-ci s'applique également aux centres historiques, du fait de l'intermodalité et de la complexification des parcours.

Ce potentiel de renouvellement de la marche, invariant anthropologique et paradoxalement technique de pointe selon les nouvelles tendances, lui promet ainsi un avenir urbain durable, très lié à la consommation.

Bibliographie :

- Amphoux P., 2004, « Marcher en ville », *Annales de la recherche urbaine*, n°97, pp. 137-140
- Bellanger F., 2007, « Jusqu' où le piéton ? », in *La rue est à nous... tous !*, Paris, Au Diable Vauvert
- Chevrier S., Sauvage A., 2006, « Plein cadre. Les cadres internationaux à l'épreuve du déplacement ». In : Bonnet M. et Aubertel P. (dir.), *La ville aux limites de la mobilité*, Paris, PUF, pp. 175-182
- Julien A. et Carré J. R., 2003, « La marche dans les déplacements quotidiens des citoyens ». In : Pumain D. & Mattei M.-F, *Données urbaines 4*, Paris, Anthropos, pp. 87-95
- Koolhaas R. (dir.), 2000, *Mutations*, Barcelone, Actar
- Koolhaas R. (dir.), 2001, *Guide to Shopping. Harvard Design School Project on the City 2*, Cambridge, Köln, Taschen
- Mangin D., 2004, *La ville franchisée*, Paris, La Villette
- Marzloff B., 2005, *Mobilités. Trajectoires fluides*, La Tour d'Aigues, l'Aube
- Paquot T., 2004, « L'art de marcher dans la ville », *Esprit*, n°4 : 201-214
- Kleinschmager R., 2006, « Piéton ». In : Pumain D., Paquot T., Kleinschmager R., *Dictionnaire La ville et l'urbain*, Paris, Anthropos : 217-218
- Roncayolo M., 2002, *Lectures de villes*, Marseille, Parenthèses
- Solnit R., 2002, *L'art de marcher en ville*, Arles, Actes Sud
- Wiel M., 1999, *La transition urbaine ou le passage de la ville pédestre à la ville motorisée*, Bruxelles, Mardaga, Architecture/Recherches

Webographie :

www.nice.aeroport.fr
www.schiphol.nl
www.delsey.com
www.toulouse.aeroport.fr
www.toulouse.fr
www.transitcity.com