

Place dans le programme de géographie

Les instructions officielles recommandent à l'enseignant d'aborder, au cours du thème 1, « *les espaces productifs et leurs évolutions (...) en lien avec l'urbanisation et la mondialisation qui en redessinent la géographie* »¹. La fiche Eduscol suggère quant à elle d'entrer dans le sujet par 2 études de cas puis de généraliser à la France à l'aide de cartes². Il s'agit ici d'étudier, pour la première étude de cas, une zone commerciale banale de banlieue. Il peut paraître étonnant de démarrer par une activité commerciale, mais ce type d'espace productif est loin d'être anecdotique : le commerce de détail c'est presque 10% des salariés en France, et 22% du PIB³. Les trois quarts de cette activité sont désormais réalisés par les zones commerciales. De plus, la zone commerciale offre une bonne transition après l'étude des aires urbaines (sous-thème précédent dans le programme)

Comment choisir la zone commerciale ?

Les élèves connaissent bien les zones commerciales, pour les fréquenter souvent. Leur étude présente au moins l'avantage de la familiarité ; c'est pourquoi il est intéressant de choisir la zone commerciale qu'ils fréquentent. Mais s'ils la connaissent, ils ont une faible conscience de leur aspect productif, et encore moins de leur dynamisme. Ici, pour une séquence mise en œuvre dans un collège de Thionville en 2018, notre choix se porte sur la zone commerciale dite du « Linkling » à Thionville. La ville est particulièrement dynamique grâce à sa tradition commerçante d'une part, mais surtout grâce aux très hauts salaires luxembourgeois qui sont dépensés ici par les 90 000 travailleurs français frontaliers. Malgré cette richesse, la crise du commerce de centre-ville n'épargne pas la ville de Thionville, il faut mettre en évidence ce contraste avec les élèves. Mais un autre phénomène, plus récent, est abordé ici, à savoir la concurrence entre plusieurs zones commerciales de banlieue, et plus largement encore, la menace que fait peser la vente en ligne sur le commerce en magasin.

Rappelons que pour le programme de géographie, l'étude de cet espace commercial ne suffit pas, il doit être complété par une étude de cas sur un espace de production matérielle. Un exemple sur la région des élèves est développé dans la revue Population et Avenir n 750 de novembre-décembre 2020⁴. L'aboutissement pédagogique des 2 études de cas, qui consiste en une généralisation à la France à l'aide de cartes, va être présentée ici.

Compétences travaillées

- + s'informer, se documenter
- + nommer, localiser et caractériser un lieu dans un espace géographique
- + connaître différents systèmes d'information, les utiliser
- + réaliser des productions graphiques et cartographiques

¹ BOEN 26 novembre 2015

² Fiche Eduscol « Thème 1 – Dynamiques territoriales de la France contemporaine »

³ INSEE Focus n 84, 7 avril 2017 / INSEE Première n 1754, 25 septembre 2019

⁴ SCHWEITZER, Vincent, *Etude d'un espace productif industriel*, Population et Avenir n 750, pp9-12

1^{ère} étape : comment évolue une zone commerciale ?

Carte de localisation

1-Faire une croix pour localiser le centre-ville. Où se situent les zones Linkling et SuperGreen par rapport au centre-ville de Thionville ?



En cas de travail en ligne, les élèves utilisent le lien suivant pour ouvrir une carte UMAP : http://umap.openstreetmap.fr/fr/map/luxembourg-linkling_718330#11/49.4108/6.1784

2-Précisément, Supergreen est située sur quelle commune ? Comment appeler ce type de ville qui est dans l'aire urbaine et qui est autour de la ville-centre ? (rappel du chapitre sur les aires urbaines)

3-Qu'est-ce qui sépare les 2 zones commerciales ? Pourquoi les 2 zones sont-elles si proches de cet aménagement ?

4-Entre centre ville et zone commerciale, lequel a le meilleur impact environnemental ?

Les évolutions du commerce

<p>Le GERIC, un centre commercial</p> <p>Le GERIC c'est 112 boutiques, 23 000 visiteurs par jour, 900 employés, 5 hectares de surface commerciale, plus de 100millions € de chiffre d'affaires rien que pour la plus grande enseigne, Carrefour</p> <p>www.achat-moselle.com/accc</p>	<p>Le Linkling, zone la plus fréquentée de Lorraine</p> <p>Selon une récente étude de la Chambre de commerce et d'industrie de Lorraine, cette zone commerciale est la plus fréquentée de la région (...)</p> <p>70 % des achats se font désormais dans les zones commerciales. (...) Plus inquiétant, internet capte déjà 5,8 % de la consommation des ménages lorrains.</p> <p><i>Philippe MARQUE, Le Quotidien.lu, 18/10/2016</i></p>
--	---

5-Quelle est la particularité de la zone commerciale du Linkling ? Sur la carte, quelle réalité contribue à expliquer cette situation ?

6-De nos jours, les gens font-ils plus souvent leurs achats dans les centres-villes ou dans les zones commerciales ?

7-Quel problème l'Internet pose-t-il à l'espace commercial de Thionville et Terville ?

Les problèmes politiques et sociaux posés par l'espace commercial

<p>Les raisons d'avoir peur de SuperGreen</p> <p>L'euphorie de l'ouverture de SuperGreen tranche avec la tristesse des cellules [=magasins] vides du centre-ville de Thionville (...) Ne parlez pas des zones de périphérie aux commerçants du centre-ville de Thionville, ça leur donne des boutons. (...) Il faut dire qu'ils n'en peuvent plus, les commerçants. Après</p>	<p>L'action de la mairie de Thionville</p> <p>Journaliste : - « <i>Le commerce de centre-ville continue de souffrir. Vous multipliez les animations, avez instauré la gratuité du stationnement le samedi après-midi, mais cela ne suffit pas à empêcher les fermetures. Que pouvez-vous faire de plus ?</i></p> <p>Jean-Charles LOUIS, adjoint au maire : « <i>C'est un vrai problème en effet (...) Nous avons mis en place une taxe sur les locaux commerciaux libres depuis plus d'un an avec première apparition sur la feuille d'impôts de cette année.</i></p>
--	--

Geric, les Linkling 1, 2 et 3, ils doivent maintenant affronter une nouvelle concurrence, celle de SuperGreen, le nouveau parc commercial de Terville.

Le Quotidien.lu , 5/9/2015

Certains propriétaires ont défilé dans mon bureau. D'autres ont pris conscience qu'il valait mieux toucher un loyer moindre que d'avoir à payer une taxe. Lorsque nous sommes arrivés aux responsabilités, il y avait 53 cellules vides en centre-ville, il y en a aujourd'hui 40 »

La Semaine, 6 mars 2017

8-Dans le texte de gauche, dire à qui le « SuperGreen » fait peur. Pourquoi ?

9-Dans le texte de droite, souligner ce que la mairie a fait pour éviter les fermetures de magasins au centre-ville. Est-ce que cela a servi à quelque chose ?



Une rue piétonne du centre ville de Thionville (photo V. Schweitzer)



La nouvelle zone commerciale « SuperGreen » (photo V. Schweitzer)

Comment procéder avec les élèves ?

Après un temps d'introduction en classe entière, où on cadre le sujet et où les élèves prennent conscience des enjeux, les questions sur le dossier documentaire sont traitées en 1 heure de travail personnel. Cependant, si les élèves manquent d'autonomie, d'autres configurations sont possibles : travail par groupes où l'on veille à mélanger les différents profils d'élèves ; alternance travail personnel / correction par étapes. Pour ce travail par étapes, il faut faire d'abord les questions 1-2-3 (localisation), puis 4 (problématique de la durabilité), puis 5-6-7 (évolution de la dynamique commerciale), puis 8-9 (gestion, gouvernance c'est-à-dire aménagement du territoire). En ce qui concerne le support de travail, il est possible de travailler sur les documents photocopiés ; cependant, le travail peut être numérique, dans ce cas la carte 1 est interactive en ligne sur UMAP (lien donné plus haut)

Les 9 questions sur documents sont assez précises, si les réponses sont complètes elles ne nécessitent pas de synthèse écrite supplémentaire. Elles ne nécessitent pas non plus d'être enrichies par des repères sur la proportion du commerce de détail dans le PIB, ou sur le nombre de zones commerciales en France... un élève de troisième n'a pas besoin de connaître tout cela, ce travail ne doit pas prendre trop de temps non plus. La question n°4 sur le développement durable est importante, mais assez difficile puisqu'un peu abstraite ; pour y répondre il faut réinvestir les compétences et connaissances acquises auparavant.

Bilan – observations – points de vigilance

Afin d'être certain que le vocabulaire apparaisse bien dans le cahier des élèves, on s'attachera, après l'exercice, à vérifier la prise de notes. Ici, les nouveaux mots-clés en jaune, les notions réinvesties des chapitres précédents sont en vert. Enfin, certains concepts indispensables sont mentionnés, voici lesquels :

Dans la question...

1-centre-ville

2-banlieue / aire urbaine

3-zones commerciales (ZAC Zone d'Aménagement Concerté)

4-Le centre-ville a un meilleur impact environnemental car les gens peuvent facilement y aller à pieds, ou en bus. Cela contribue au développement durable. Au contraire, les zones commerciales consomment beaucoup d'énergie (lumière, climatisation, voitures) et d'espace (artificialisation des sols, moins d'agriculture et de verdure) Elles sont difficilement accessibles aux gens qui n'ont pas de voiture (1 personne sur 5 en France).

5-Le Linkling est la zone commerciale la plus fréquentée de Lorraine, devant celles de Metz et de Nancy ! Cela ne s'explique pas par la population de l'aire urbaine (moins peuplée que Metz ou Nancy) mais par la richesse des frontaliers qui travaillent au Luxembourg.

6-Zones commerciales (70% des ventes) centres-villes (30% des ventes)

7-La concurrence entre espaces commerciaux et Internet, risque de multiplier les magasins vides

8-faillite, friches commerciales

9- Politique de promotion du centre-ville, taxe sur les magasins vides

2-Généralisation : carte des espaces productifs en France

Bien entendu, la carte réalisée ne montre pas la zone commerciale étudiée plus haut, pas plus qu'elle ne fait figurer spécifiquement les industries étudiées dans la 2^{ème} étude de cas. Mais ce type d'activités productives y figurent bien quand elles atteignent une échelle plus vaste : les cercles rouges « services concentrés dans les métropoles » apparaissent mais seulement pour les 8 villes les plus importantes. L'influence du phénomène transfrontalier, qui explique le développement commercial de Thionville, apparaît avec la flèche à double sens « porte d'entrée du territoire, axe multimodaux ». Cette dernière réalité a été mise en évidence sur le document 1.



I- Les services : l'essentiel du PIB sont concentrés dans les métropoles



II- L'industrie est en mutation : vieilles régions industrielles en reconversion



III- L'agriculture façonne les paysages : montagne : forêts, élevage



tourisme balnéaire



nouvelles industries : ex. de pôles de compétitivité



ailleurs : polyculture



en montagne : tourisme vert et d'hiver



portes d'entrées du territoire : ports, aéroports, axes multimodaux



grands vignobles, très rentables

