

COMMERCE ET CULTURE ANALYSE GÉOGRAPHIQUE

n°77

Ce numéro spécial souligne à quel point la géographie du commerce s'est profondément renouvelée depuis le tournant culturel. Cette transformation n'a pu se produire qu'en dépassant l'opposition existant entre culture et consommation. Cette opposition est autant idéologique qu'épistémologique : la consommation étant *a priori* tout ce que n'est pas la culture ou même la nature (l'écologie, l'environnement). En refusant de dépasser cette tension, l'analyse spatiale s'appauvrit : la culture est inséparable des stratégies commerciales qui participent des développements urbains et territoriaux. Les articles de ce numéro éclairent le renouvellement qui se produit désormais dans la géographie française, soit en géographie du commerce ou, plus largement, dans une géographie combinant commerce, consommation et culture.

Géographie et cultures

n°77, 2011

- N. Lemarchand*.....Nouvelles approches, nouveaux sujets en géographie du commerce : une géographie renouvelée par l'analyse culturelle
A geography of commerce under the influence of cultural analysis: new approaches and new subjects
- A.-C. Mermet*Redéfinir la consommation pour repenser les espaces de consommation
Redefining consumption to rethink spaces of consumption
- L. Dupont et al.*Discours commerciaux et produits alimentaires : analyse exploratoire des emballages discursifs
Food products' commercial discourses: an exploratory analysis of discursive packages
- B. Sabatier*La fonction piétonne des espaces marchands intérieurs : essai sur la culture de consommation
Pedestrian function of indoor commercial spaces: essay on the culture of consumption
- A. Madoeuf*.....Souk d'aujourd'hui et bazar oriental : le Khan al-Khalilî au Caire
Today's souk and oriental bazaar: the Khân al-Khalilî in Cairo
- A. Merle*.....Culture suédoise, culture d'entreprise, culture populaire : du lieu IKEA à la place de l'Ici et de l'Ailleurs dans l'intensification des échanges commerciaux
Swedish culture, corporate culture, popular culture: the IKEA place instead of Here and Elsewhere in the intensification of commercial exchanges
- A. Huerta*.....Sur les traces de la géographie culturelle. Pierre Deffontaines : un géographe au Brésil, un géographe du Brésil
On the path of cultural geography. Pierre Desfontaines: a french geographer of Brazil

Photo de couverture : Galerie marchande à Dubai (cliché : N. Lemarchand)



9 782296 546776

18 €

ISSN : 1165-0354

ISBN : 978-2-296-54677-6

Géographie et Cultures

COMMERCE ET CULTURE ANALYSE GÉOGRAPHIQUE



COMMERCE ET CULTURE ANALYSE GÉOGRAPHIQUE

Sous la direction de
Nathalie Lemarchand



Revue soutenue par l'Institut des Sciences Humaines et Sociales du CNRS

Revue
Géographie et
Cultures

L'Harmattan