



*4^e rencontres francophones transport mobilité (RFTM)
Esch-sur-Alzette, Luxembourg
8-9-10 juin 2022*

Proposition de session thématique

Titre de la session : Evolutions des pratiques de consommation et enjeux de mobilité, mobiquité et logistique marchande

Identification du ou des organisateurs-trices : nom, position professionnelle, affiliation, email, pages web :

Nicolas Lebrun, Maître de conférences en géographie, Université d'Artois
nicolas.lebrun@univ-artois.fr

Martine Deparis, Professeure de marketing digital, European Business School – Paris
mdeparis@ebs-paris.com

Numéro spécial de revue projeté (O/N) ; si oui, nom de la revue. NON

Texte d'appel à communications (environ 300 mots)

L'évolution simultanée des pratiques de mobilités et des pratiques de consommation, amène à repenser les liens entre mobilités et consommation.

- La virtualisation d'une partie de la consommation, déporte des enjeux initiaux de mobilité des consommateurs vers le champ de la logistique marchande, créant de nouveaux rapports au territoire, et générant des enjeux spécifiques (enjeux environnementaux et logistiques du dernier kilomètre, etc.). De nouveaux lieux spécifiques à la logistique marchande émergent (darkstores, etc.), renforcés par la pandémie (Dablanc, 2021)
- L'accentuation de la mobilité et de la motilité des consommateurs a d'ores et déjà généré des pratiques de consommation dans des chaînages de déplacement complexifiés, accompagnés de formats marchands désormais bien rôdés (drives



(Pernot, 2021), points-relais (Genre-Granpierre et Richaud, 2021)) mais qui dépassent très largement leur rôle de dépannage initial.

- La consommation en mobilité (le commerce mobiquitaire), prenant la forme du commerce 4.0 (Badot, 2016), redonne un nouveau sens au rôle du point de vente (commerce physique) et au nœud de mobilité (le commerce de gare) comme expression d'une mise en interaction permanente des enjeux de mobilités et des enjeux de consommation.

Les communications attendues sont donc à la croisée des enjeux marchands et des enjeux de mobilité et de logistique. Elles pourront prendre, par exemple, la forme d'études de lieux de mobilités à forts enjeux marchands, d'études des pratiques de mobilités générés par les actes d'achat, d'études des formats marchands et pratiques nées de l'évolution des comportements de mobilités, ou encore d'analyse des outils et data nécessaires à la bonne connaissance des pratiques de mobilités dans un contexte marchand. Les approches tant empiriques que théoriques sont les bienvenues, indépendamment de leur champ disciplinaire initial (géographie et aménagement, marketing et gestion, sciences régionales, etc.)

5 mots clés

Pratiques de consommation, mobiquité, commerce, logistique marchande, mobilités marchandes

Document à retourner à : rftm2022@liser.lu