

INTRODUCTION

par Professeur A.METTON
Président du Groupe
International d'Etude de
Géographie des Activités
Commerciales

Thanks to this Barcelona Symposium organized with the help of Professor CASASSAS and the Institute of Catalan Studies. Our symposium is gathering representatives from various countries, industrialized countries as well as developing countries. Our Study Group founded by the International Geographical Union in 1984, now has more four hundred corresponding members in fifty countries. This worldwide network shows how important the theme of commercial activities is in the geographical research as well as for its spatial, economic and social aspects. We hope that this meeting gathering scholars from various countries specialized in rural, urban or regional geography will forster ideas and researches concerning commercial geography, indicating differences and similarities that are nowadays transform.ing the commercial landscape.

Au nom de tout le groupe d'Etude de Géographie des Activités Commerciales, je tiens à remercier le Professeur CASASSAS de l'Université de Barcelone pour avoir accepté la lourde tâche d'organiser de façon si efficace et sympathique notre congrès annuel, ici à Barcelone à l'Institut d'Etudes Catalanes. Nous sommes en effet heureux après le congrès de Paris tenu l'année dernière de nous retrouver ici à Barcelone, la métropole économique, culturelle, commerciale, dynamique et accueillante de la Catalogne qui recevra la semaine prochaine plus d'un millier de géographes venus de tous les pays à la Conférence inter-

régionale de l'Union Géographique Internationale. Nous sommes également très sensibles à cet accueil en cet Institut d'Etudes catalanes qui nous offre d'excellentes conditions de travail dans ce haut lieu de l'esprit et de la culture catalanes.

Notre congrès réunit ici des représentants de dix pays, aussi bien des pays développés que des pays en voie de développement, tous universitaires géographes spécialisés dans l'étude des faits commerciaux. Nous pourrions entendre et discuter plus de vingt communications et je tiens à remercier tous ceux qui sont venus, parfois de pays très lointains nous apporter le fruit de leurs recherches et contribuer ainsi au progrès de notre réflexion en matière de géographie commerciale.

Notre Groupe International d'Etude n'a été en effet fondé par l'U.G.I. qu'il y a deux années en 1984 et, de quelques dizaines de membres au départ, il compte maintenant plus de 400 correspondants dans cinquante pays. C'est dire combien les activités commerciales constituent un thème important de la réflexion géographique tant dans ses aspects spatiaux, qu'économiques et sociaux. C'est dire aussi combien ce thème est fédérateur rassemblant des chercheurs qui se trouvaient jusque là dispersés dans les différents champs de la géographie rurale, urbaine ou régionale et n'avaient guère auparavant ^{l'occasion} de comparer leurs résultats et leurs méthodes en matière d'analyse commerciale. L'étude du commerce attire en effet l'attention des géographes car l'activité commerciale est inséparable de toute vie sociale aussi bien dans les pays développés que dans ceux en voie de développement. La distribution enregistre aujourd'hui les conséquences d'une évolution profonde qui place nos analyses dans le contexte plus générale du changement économique et social de notre temps.

Le thème de notre congrès: "Le changement commercial" a été choisi l'année dernière à notre réunion de Paris en juin 1984. Le changement commercial est un révéla-

teur mais aussi parfois un levier du changement économique et social. Lorsque l'économie et la société évoluent, le commerce également parce qu'il est une partie du circuit économique et parce qu'il est l'oeuvre d'hommes qui sont eux-mêmes des éléments du corps social. Mais il arrive aussi parfois que le commerce, par son propre dynamisme, modèle de nouveaux comportements. Cette relation du commerce au changement de l'espace et des modes de vie est donc délicate. Nous allons nous efforcer de l'étudier en nous attachant à l'analyse des multiples facteurs et effets de l'évolution commerciale et à l'examen de cas concrets, locaux, régionaux ou nationaux. En effet, la géographie du commerce ne peut être faite dans l'abstrait: elle entretient des relations étroites avec les lieux faits de villages ou de grandes villes, avec la société d'hommes ou de femmes, riches ou pauvres, avec l'économie des grandes entreprises ou du négoce familial mais aussi avec les désirs fous ou les besoins de survie des consommateurs que nous sommes tous.

Nous diviserons donc nos travaux de façon approximative entre les études de portée générale traitant des effets et facteurs du changement commercial et l'examen de situations particulières où les grandes lignes de cette évolution générale sont nuancées par la prise en considération des facteurs plus particuliers, qui loin d'être anecdotiques jouent parfois un rôle essentiel et maintiennent la diversité et l'humanité du visage de la distribution. Nous accorderons enfin une place toute particulière à l'examen du commerce forain si original et dont les mécanismes d'évolution sont particuliers.

Je remercie les rapporteurs anglophones : Professeurs R. DAVIES (Université d'Oxford), J. DAWSON (Université de Stirling) et R. POTTER (Bedford College) et les rapporteurs francophones : Professeurs B. MERENNE-SCHOU-MAKER (Université de Liège) et C. NORDIN (Université de Göteborg) pour avoir accepté d'introduire les grands

thèmes de notre Congrès et pour animer ensuite notre séance finale de synthèse. Mes remerciements s'adressent aussi au Professeur L. CASASSAS de l'Université de Barcelone et P. SJOHOLT de l'Université de Bergen pour m'aider à animer et présider ces différentes sessions et au nom de tout le Groupe d'Etude, j'adresse au Professeur C. NORDIN de l'Université de Göteborg nos remerciements pour accepter d'effectuer une traduction simultanée qui rendra nos échanges scientifiques encore plus fructueux et sympathiques

Notre réflexion sera encore enrichie par les entretiens que nous aurons avec les responsables du développement catalan à la Chambre de Commerce de Barcelone et par l'observation des formes du commerce catalan, en particulier du cœur historique et commercial de Barcelone et du très remarquable marché de Vic que nous visiterons sous la conduite du professeur CASASSAS que je tiens encore à remercier pour son cordial accueil et son efficace collaboration.