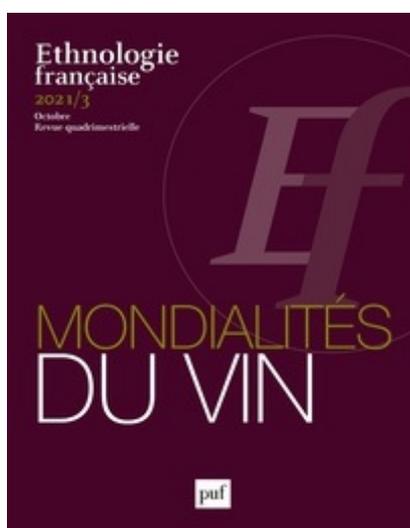


Commerces de proximité alimentaires : Les cas des crémiers-fromagers et des marchés de plein vent

13 février 2017

La revue *Ethnologie française* publie, dans son premier numéro de 2017, un ensemble d'articles consacrés au commerce de détail, abordé dans ses dimensions historiques, sociales et spatiales. Si le commerce de détail fait l'objet, depuis quelques années, de travaux croissants, notamment en lien avec la ville, les « gens de commerce » sont peu abordés par la recherche. Ce numéro a donc pour objectif de « mettre la focale sur les membres d'un groupe professionnel méconnu », d'« aborder leur travail sous l'angle de leur professionnalisme » et d'« appréhender la manière dont ils subissent et utilisent la ville ». Les commerces alimentaires y sont abordés à deux reprises.



Le [premier article](#) s'intéresse aux crémiers-fromagers. S'appuyant sur une centaine d'enquêtes menées entre 2011 et 2014, l'auteure met en lumière le renouveau de ce commerce spécialisé, qui participe « de l'évolution des pratiques alimentaires urbaines et des nouvelles représentations du lien des aliments à l'espace ». Ce renouvellement a été marqué par le retour de la boutique (années 2000) et par une « gastronomisation de la profession ». Répondant aux attentes nouvelles des consommateurs urbains, ces évolutions s'appuient sur la valorisation du savoir-faire des commerçants, sur une plus grande proximité et une « réassurance » (informations sur le produit, sa provenance, ses conditions de production agricole et de fabrication, etc.), sur une réponse personnalisée, adaptée aux modes de vie (ex : *snacking*), etc. Les crémiers-fromagers s'insèrent également dans les politiques urbaines (aménagement, promotion touristique). Toutefois, ils sont confrontés à une uniformisation de l'offre, liée aux évolutions des secteurs de production et du commerce de gros, et cherchent à se différencier avec des produits étrangers rares ou l'exclusivité de la vente de produits locaux. Enfin, notons que cette forme d'artisanat est rare voire absente des communes rurales, banlieues, communes périurbaines non gentrifiées, petites villes et villes moyennes en difficulté.

Le [second article](#) présente les résultats d'enquêtes, conduites dans le cadre d'une

thèse en géographie, auprès de commerçants alimentaires de marchés de plein vent de Rhône-Alpes. Il apporte des éclairages intéressants sur « leurs mobilités, sociales et géographiques, ainsi que les critères personnels qui dessinent leurs choix d'ancrage », et plus largement sur « les dynamiques en cours dans la fabrique de la ville ».

Julia Gassie, Centre d'études et de prospective

Source : [Ethnologie française](#)