

Commerce et ruralité. La « renaissance rurale » d'un siècle à l'autre ?, Michaël Pouzenc

9 septembre 2019

Cette recherche universitaire analyse les rapports entre commerce alimentaire et ruralité. Dire que le commerce a disparu de l'espace rural est aujourd'hui un lieu commun. À l'encontre de ce préjugé, l'auteur montre que si la réduction du nombre des petits magasins traditionnels est bien réelle, elle a été compensée par l'installation de supérettes ou supermarchés de la grande distribution. Ils appliquent certes des modèles identiques à tous les territoires qu'ils occupent, mais en veillant aussi à s'adapter aux demandes spécifiques des consommateurs locaux. D'autres formes nouvelles d'installations récentes (boutiques multiservices, vente de plats à emporter ou de produits bios, etc.) participent de cette même vitalité rurale.

En même temps que la ruralité accueille et conditionne certains types de commerce, le commerce façonne de nouveaux rapports à la ruralité. Petits magasins comme grandes enseignes mettent en avant les produits du terroir, les agriculteurs des environs, la consommation citoyenne, etc. De leur côté, les circuits alternatifs de vente directe (AMAP, etc.) amènent les vendeurs et acheteurs à construire ou reconstruire de nouvelles images de la ruralité, faites d'engagements (développement durable, achats équitables) et de nouvelles représentations de la nature.

Au total, les nombreuses études de cas mobilisées dans ce livre montrent que ni le commerce rural ni la ruralité ne déclinent. Ils ne s'excluent pas non plus, alors même que nous vivons dans une société de consommation très urbanisée et à forte mobilité.

Lien : [Presses universitaires du Midi](#)