

Peut-on se passer de la grande distribution ?

8 novembre 2019

L'une des séances de [La fabrique des aliments](#), cycle de journées d'études organisé à l'initiative des chercheurs Inra de l'IRISSO, était consacrée, le 17 octobre 2019, aux [évolutions de la grande distribution](#). L'historien J.-C. Daumas a d'abord mis en perspective les discours apparus dès les années 1990 annonçant « la fin des hypermarchés » ou, plus récemment, « l'amazonisation complète du commerce », avec ses travaux sur la consommation de masse (voir à ce sujet un [précédent billet](#) sur ce blog). Selon lui, l'avenir du commerce alimentaire dépendra notamment de la capacité des distributeurs, qui disposent de réserves financières considérables, à nouer des alliances avec les *pure players* d'Internet, mais aussi de l'attitude des consommateurs qui, en France, s'enthousiasment pour la livraison... à condition qu'elle soit gratuite. Quatre autres travaux ont ensuite été discutés : ceux du géographe S. Deprez sur les [effets territoriaux du commerce connecté](#) (*drives* d'enseignes et fermiers) ; la [recherche en marketing](#) de M. Herbert, I. Robert et F. Saucède, qui ont utilisé des méthodes de prospective pour imaginer comment nous ferons nos courses en 2025 ; la [sociologie des négociations](#) entre la grande distribution et ses fournisseurs (S. Billows) ; et, enfin, l'analyse du [luxe alimentaire](#) (V. Marcilhac), pour qui l'alliance avec la grande distribution est porteuse d'un risque de banalisation.

Lien : [Transhumances](#)