



HAL
open science

Quelle place pour les commerçants indépendants dans la transition socio-écologique? : les primeurs et la transformation du système alimentaire parisien

Natacha Rollinde

► To cite this version:

Natacha Rollinde. Quelle place pour les commerçants indépendants dans la transition socio-écologique? : les primeurs et la transformation du système alimentaire parisien. Géographie. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2023. Français. NNT : 2023PA01H002 . tel-04167857

HAL Id: tel-04167857

<https://theses.hal.science/tel-04167857>

Submitted on 21 Jul 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
École doctorale de géographie de Paris (ED 434)
UMR8504 Géographie-cités

Thèse pour obtenir le grade de docteur
de l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Quelle place pour les commerçants indépendants dans la transition socio-écologique ?

Les primeurs et la transformation du système alimentaire parisien

Sous la direction de Sabine Barles et Antoine Fleury

Présentée et soutenue publiquement par
Natacha Rollinde

Le 20 mars 2023

Devant le jury composé de :

Virginie Baritoux	Maîtresse de conférences	VetAgro Sup	Examinatrice
Sabine Barles	Professeure	Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne	Directrice de la thèse
Nicolas Buclet	Professeur	Université Grenoble Alpes	Rapporteur
Claire Delfosse	Professeure	Université Lumière Lyon 2	Rapporteuse
Domitille Dezobry	Responsable du programme alimentation durable (2020-2022)	Paris&Co	Membre invitée
Antoine Fleury	Chargé de recherche	CNRS	Directeur de la thèse
Ronan Le Velly	Professeur	Montpellier SupAgro	Examineur

Avant-propos

Cette thèse a bénéficié du soutien et du financement de l'agence de développement économique et d'innovation Paris&Co. Elle a été réalisée au sein de Paris&Co dans le cadre d'une convention industrielle de formation par la recherche (Cifre) avec l'unité mixte de recherche Géographie-Cités (équipes CRIA et PARIS).

La thèse défendue dans ce manuscrit n'engage que son auteure et en aucune manière Paris&Co.

PARIS&CO



Géographie-cités
UMR 8504

Résumé

Depuis le milieu du XXe siècle le système alimentaire a un fonctionnement concentré, globalisé, intensif, spécialisé et financiarisé. Les commerçants indépendants en sont des acteurs emblématiques, en tant qu'intermédiaires de la distribution. Pourtant, une partie d'entre eux revendique de participer à une transition socio-écologique. Elle se matérialise dans des stratégies d'approvisionnement visant à modifier la circulation des flux entre territoires de production et de consommation, et les interactions entre les acteurs qui y prennent part. La thèse vise ainsi à comprendre de quelles manières les commerçants indépendants participent à cette reterritorialisation. La recherche s'inscrit dans un cadre interdisciplinaire croisant écologie territoriale, géographie urbaine, sociologie économique et *alternative food studies*. Une enquête de terrain a été réalisée auprès des primeurs à Paris. Le modèle conventionnel reposant sur une recherche de continuité dans l'approvisionnement et une forte fidélité aux grossistes du MIN de Rungis continue de dominer. Néanmoins des stratégies alternatives se détachent autour de deux types de primeurs, les locaux et les terroirs. Leur diversité s'explique par des rapports différenciés à la transition, liés aux trajectoires des commerçants, aux réseaux dans lesquels ils s'insèrent et à la représentation de leur rôle dans le système alimentaire. En définitive, les primeurs participent à la construction d'un marché des alternatives, fruit d'adaptations successives, qui entretient une proximité plus ou moins importante avec la gouvernance alimentaire territoriale et d'autres initiatives alternatives au système alimentaire contemporain.

Transition socio-écologique – commerçant – système alimentaire – approvisionnement – alternative – marché

Summary

Since the second half of the 20th century, the food system has become concentrated, globalised, intensive, specialised and financialised. Independent shopkeepers play a central role in this system, as distribution intermediaries. However, some of them claim to participate in a socio-ecological transition. Their supply strategies aim to modify the way in which flows circulate from production to consumption territories, as well as the interactions between the actors involved in this circulation. This thesis aims to understand how and to what extent independent shopkeepers participate in this reterritorialisation. It relies on an interdisciplinary theoretical framework, at the intersection of territorial ecology, urban geography, economical sociology and alternative food studies. A field survey was carried out among greengrocers in Paris. The prevailing conventional model is based on a search for continuity in supply and a strong loyalty to the MIN of Rungis' wholesalers. Nevertheless, alternative strategies are emerging around two types of greengrocers, named local and terroir. Their diversity can be explained by different relationships to the transition, linked to the shopkeepers' path, the networks in which they are involved and the representation they have of their role in the food system. The greengrocers participate in the construction of a market of alternatives, that results from successive adaptations, and interacts more or less closely with public territorial food governance.

Socioecological transition – shopkeepers – food system – supply – alternative - market

Remerciements

Avant tout, je tiens à remercier Sabine Barles et Antoine Fleury pour leur encadrement et leur présence tout au long de la thèse, mais aussi avant. Dès le Master, j'ai progressé grâce à vos conseils, vos encouragements et votre confiance. Je garde des souvenirs heureux de nos rendez-vous de travail, qui m'ont chaque fois éclairés sur ce que je voulais dire et comment le dire. Vous m'avez guidée sur un chemin de recherche que j'ai hâte de poursuivre.



Jean-Christophe Norman, Biographies, Musée national Picasso

Je remercie les membres du jury d'avoir accepté de lire et discuter mon travail. Ma reconnaissance va également aux commerçant-es et aux représentant-es d'institutions qui ont accepté de me rencontrer. Leur parole est au fondement de ce travail. Je les remercie du temps et de la confiance qu'ils m'ont accordés en partageant leur parcours et leur regard sur la transition. L'observatoire des commerces à Paris conçu par l'APUR ainsi que l'étude consacrée à l'alimentation durable ont été des ressources très importantes pour entamer et mener l'enquête de terrain. Merci en particulier à Tristan Laithier, Yann-Fanch Vauléon et François Morht de les avoir complétées par leurs connaissances sur le commerce parisien à différentes étapes de la thèse.

J'ai eu la chance de suivre des formations qui ont changé ma manière de voir le monde et m'ont donné des outils pour en analyser certaines facettes. Je souhaite exprimer ma gratitude aux enseignant-es du CPES de PSL puis du Master d'Urbanisme et d'Aménagement de Paris 1. Je tiens à remercier particulièrement Sylvie Fol, qui m'a beaucoup appris en tant qu'enseignante et co-encadrante de mémoire puis d'atelier professionnel. Ces expériences m'ont donné la confiance et l'exigence nécessaires pour me projeter dans une thèse. Merci également de m'avoir donné l'opportunité d'enseigner à mon tour.

Durant la thèse, j'ai fait partie des équipes de Paris&Co. Merci à Loïc Dosseur et Anne Gousset de m'avoir fait confiance et donné les moyens d'entamer cette recherche. Clément, Domitille, Éléonore, Floriane, Constance, outre le fait que c'était extra de travailler avec vous, je vous suis extrêmement reconnaissante d'avoir donné de l'importance à la thèse en train de se faire. Je suis heureuse et fière d'avoir pris part à l'aventure Smart Food Paris à vos côtés et j'espère que nous en vivrons de nombreuses autres !

J'ai eu la chance de faire cette thèse au sein de l'UMR Géographie-Cités. J'y ai bénéficié d'excellentes conditions de travail et je remercie l'équipe administrative ainsi que la direction du laboratoire et des équipes pour cela. J'ai une pensée spéciale pour les membres de l'équipe CRIA : merci pour votre accueil, vos conseils tout au long de la thèse et pour avoir été un cadre propice à des réflexions stimulantes sur les conditions de réalisation d'une thèse en CIFRE.

A propos du CRIA et de perspectives stimulantes, j'ai reçu en septembre 2018 un mail de Laetitia, Marie, Emma et Elisabeth, qui proposaient aux nouveaux et nouvelles doctorant-es de l'équipe de se retrouver autour d'un verre pour faire connaissance. Rétrospectivement, ça a été un moment important, qui m'a fait me sentir à ma place dans ce collectif. Merci à vous quatre pour cette initiative, mais aussi votre présence et vos conseils jusqu'aux derniers moments de la rédaction. Merci aussi, Emma, de m'avoir dit en passant que ça pourrait être une bonne idée d'être représentante des doctorant-es. Joséphine, Luc, Anton, je suis fière d'avoir été membre de la team-RPZ, heureuse de ce que l'on y a fait et de l'empathie dont on a fait preuve les un-es envers les autres.

Il y a eu beaucoup d'équip(é)es, au deuxième, au CROUS, à ODG, en CIFRE... Ce que je retiens, c'est la force que donne le fait de pouvoir partager nos expériences, nos doutes, nos succès et nos idées pour que ça aille bien – ou au moins mieux. J'ai beaucoup de souvenirs, mais il y a des moments et lieux qui me reviennent au moment de mettre un point final à la thèse. Merci Julie – *un plaid, un pop-up store et une virée pour des fraises et des cerises* – Sonia – *le 220, la terrasse du GED, Cherbourg ?* – Etienne – *10 ans d'alter ego* – Maxime – *Linux Libertine, un spectacle et un lobbying qui a marché pour moi* – Camille – *un shawarma dans le bus et le standard téléphonique* – Léa – *la relève et une délicieuse brioche* – Mégane – *un voyage en train* – Mathilde – *des tours de parc et deux lignes de métro* – Marion – *des chapeaux aux Galeries Lafayette* – Milan – *une glace et la plage à Fréjus* – Joséphine – *Chico-choco, des mails à écrire et d'autres à relire* – Romain – *une raclette* – Luc – *les supporters gentils au basket, les salons de jardin de la villa Clythia* – Fanny – *des rez-de-chaussée et du soutien mutuel* – Héloïse – *l'exigence comme moyen de reconnaissance* – Corten et Anne-Cécile – *La humanithèque* – Cinzia – *une crêpe et de beaux diatopes à venir* – Clément – *les génériques de télé-réalité* – Marine et Anton – *que publier sur instagram ?* – Antoine – *vive 13^{ème} arrondissement* – Anaïs – *randonner et déménager* – Benoît – *un PDF de qualité !*

La rédaction a été un peu nomade et j'ai eu la chance d'être accueillie dans de beaux endroits : merci à Thérèse, Filipe et Janine pour la sauvagine ; Annik et Guy pour ces quelques jours chaleureux et gourmands sous les pins de la Faute-sur-Mer ; à Justine et ses parents, grâce à qui j'ai découvert la Charente et ses merveilles. Vous faites partie de la famille et des ami-es qui m'ont entourée et soutenue pendant la thèse. Merci Brice, Bryce, Léna, Flo (depuis toujours !), Judith, Justine, Isaac, Sarah, Vincent, Laure, Eloïse, Cosma, aux camarades de l'atelier professionnel (amis de fromage, de mariages et d'escalade), à Nicolas, Noé, Mouna. Je ne me lasse pas des moments passés avec vous.

Sommaire

Avant-propos.....	1
Résumé.....	2
Summary	3
Remerciements.....	4
Introduction générale	11
Première partie. La transition socio-écologique par ses acteurs : un cadre interdisciplinaire.....	21
Chapitre 1. La transition socio-écologique : une approche systémique et territorialisée	25
1.1 – De l'alimentation au système alimentaire.....	26
1.2 – L'analyse territorialisée de transitions socio-écologiques incertaines.....	34
Chapitre 2. Les commerçants indépendants entre trajectoires individuelles et trajectoires de transition	49
2.1 – Commerces, commerçants et rapport au territoire.....	50
2.2 – Approvisionnement et systèmes alimentaires alternatifs	64
2.3 – Réinterroger la notion d'alternative pour appréhender le rôle des intermédiaires de la distribution.....	75
Conclusion du chapitre 2	83
Chapitre 3. Les primeurs parisiens et leurs stratégies d'approvisionnement	85
3.1 – Problématique et hypothèses de recherche	86
3.2 – Les primeurs parisiens : acteurs emblématiques mais peu visibles	88
3.3 – Une enquête de terrain en trois étapes	99
Conclusion de la première partie	112
Deuxième partie. Qualifier les alternatives au système alimentaire contemporain : analyse comparée des primeurs parisiens	115
Chapitre 4. Les primeurs à Paris : profil, localisation et intégration à la gouvernance alimentaire territoriale	119
4.1 – Portrait des primeurs et de leurs entreprises à Paris.....	120
4.2 – Des choix de localisation révélateurs des stratégies commerciales	134
4.3 – Les commerçants indépendants hors cible de la gouvernance alimentaire.....	153
Chapitre 5. Rapports conventionnels et alternatifs au système alimentaire : une analyse par les parcours et les critères d'achat.....	171
5.1 – L'entrée dans le métier, étape révélatrice des modalités d'inscription dans le système alimentaire	173

5.2 – Préserver la norme ou faire la différence : rapports des primeurs conventionnels et alternatifs aux critères d’achats	188
Chapitre 6. L’approvisionnement en pratiques : circuits et parties prenantes.....	209
6.1 – Les primeurs conventionnels, acteurs centraux de la filière fruits et légumes	210
6.2 – Pour les primeurs alternatifs, construire un circuit de toutes pièces	228
Conclusion de la deuxième partie	244
Troisième partie. Construire l’alternative : primeurs, métier et marché en transitions.....	247
Chapitre 7. Mettre son métier au service de la transition socio-écologique.....	251
7.1 – « On a beaucoup d’informations à transmettre » : une relation au client orientée par la recherche d’accessibilité	252
7.2 – « Les maraîchers ne sont pas là pour faire de la livraison » : offrir des débouchés aux producteurs	264
7.3 – Trois modes d’engagement dans la transition	273
Chapitre 8. Un marché des alternatives : les perspectives de transition au prisme de l’encastrement	289
8.1 – Une diversification de l’activité orientée par la recherche de rentabilité.....	290
8.2 – Les trajectoires commerciales, matérialisation des formes de l’engagement.....	301
8.3 – Un marché structuré autour d’acteurs engagés dans la transition	313
Conclusion de la troisième partie.....	334
Conclusion générale.....	337
Bibliographie	353
Annexes	373
Liste des figures	390
Liste des tableaux	392
Liste des encadrés.....	393
Table des matières.....	394

Introduction générale

« Je ne voulais pas faire une boutique à proprement parler parce que je ne me voyais pas avec cette casquette-là. Des fois tu ne sais pas pourquoi tu veux faire ou pas quelque chose, ça peut être lié à d'autres choses ! Et après je voulais faire un projet qui ait plus d'impact, qui soit plus sur les circuits, recréer le lien entre le producteur et consommateur, éventuellement un lien au niveau politique, avoir une influence, plus que juste vendre des produits en bout de chaîne. Voilà ce que je voulais faire. »

Entretien avec Franck, responsable d'un point de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Avant de devenir primeur, Franck était conseiller bancaire. Il a été salarié pendant dix ans dans ce secteur, dont il a démissionné pour promouvoir, à travers son métier, de nouveaux modes de production et de distribution alimentaires. Après un an de voyage pour réfléchir au type de projet dans lequel il voulait s'impliquer, il a rejoint l'entreprise dans laquelle nous l'avons rencontré. Son poste de responsable de boutique ne correspond pas à l'activité qu'il avait envisagée en entamant sa reconversion, mais les valeurs défendues par la structure sont en phase avec celles pour lesquelles il a quitté son précédent emploi. Franck insiste également sur ses ambitions systémiques, comme pour nous (ou se) convaincre qu'il est possible de transformer structurellement les modes d'approvisionnement d'un territoire depuis son commerce. Rejetant l'idée qu'il travaillerait « juste [pour] vendre des produits en bout de chaîne », il revendique de jouer un rôle politique en donnant à voir à ses clients les bienfaits d'un rapprochement spatial et relationnel avec les producteurs. En d'autres termes, il envisage son activité comme le fruit d'une interdépendance entre les étapes de production, de transformation, de distribution, de consommation et de gestion des déchets liés à l'alimentation.

Comme Franck, plusieurs centaines de personnes en France créent ou adaptent leur commerce pour avoir « plus d'impact » sur le système alimentaire (Dain, 2022). Ils s'approvisionnent en direct de producteurs plutôt qu'auprès de grossistes, proposent des produits cultivés ou transformés à proximité de leur lieu de vente, valorisent certains aliments en fonction de leur saisonnalité ou de leur mode de production... Ces initiatives peuvent être considérées comme des alternatives au modèle agroalimentaire tel qu'il s'est développé depuis la seconde moitié du XXe siècle en Europe. Dès les années 1970, ce système a été remis en cause par des scientifiques et des membres de la société civile, qui ont pris la mesure, entre autres, de la raréfaction de ressources issues de la biosphère utilisées pour l'alimentation, de la dégradation des sols par les pratiques culturales et les intrants utilisés, des limites de l'usage d'énergies fossiles pour le transport des marchandises ou encore de l'ampleur des déchets et du gaspillage alimentaires. Dans les années 1990, plusieurs scandales sanitaires éclatent et participent à la généralisation des critiques adressées au système agro-alimentaire. Ses limites, structurelles, sont liées à sa déterritorialisation, qui est justifiée par la recherche de performance de

la part des entreprises et donne lieu à des rapports de force inégaux entre les participants aux différentes étapes nécessaires à l'alimentation des sociétés. Les acteurs qui interviennent entre la production et la consommation, que l'on appelle des intermédiaires, sont au cœur de la remise en cause du modèle agro-alimentaire. Leur multiplication renforce la distance spatiale et relationnelle entre la production et la consommation et participe au développement de secteurs d'activité aux normes de fonctionnement distinctes, qui segmentent le système alimentaire (Wiskerke, 2009). La grande distribution concentre tout particulièrement les critiques adressées au modèle dominant. Structuré autour de logiques d'optimisation et caractérisée par un poids économique croissant tout au long du XXe siècle, cet intermédiaire est emblématique de ce qui est rejeté par celles et ceux qui défendent une transformation radicale des manières de produire et de distribuer des aliments.

Dans ce contexte, la reterritorialisation est l'une des réponses apportées aux dégradations causées par le système alimentaire contemporain. Elle prend notamment la forme de circuits courts – comprenant un voire pas d'intermédiaire entre le producteur et le consommateur – ou de circuits de proximité – entendu ici comme un rapprochement spatial entre les lieux de production et de consommation (Deverre, Lamine, 2010). Cette reterritorialisation s'appuie sur une reconfiguration du jeu d'acteurs investis dans le système alimentaire et son fonctionnement. Des mouvements issus de la société civile portent ainsi des initiatives articulées autour du rejet du modèle dominant. Les Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) ou les jardins partagés sont des moyens d'explorer d'autres modes d'échanges des produits alimentaires et de territorialisation de l'approvisionnement (Aubry, Chiffolleau, 2009; Hochedez, Le Gall, 2016). Les institutions publiques, en retrait depuis la seconde moitié du XXe siècle, reviennent également sur le devant de la scène de la régulation des circuits alimentaires. À partir des années 2000 et de manière accrue depuis 2010, certaines collectivités territoriales ont proposé des dispositifs visant à influencer l'approvisionnement de leurs administrés (Brand, 2018). Plus récemment, des acteurs du système alimentaire conventionnels se sont également saisis des critiques qui leur sont adressées et ont infléchi leurs stratégies pour favoriser l'achat en direct des producteurs, l'approvisionnement auprès de territoires proches des lieux de consommation, ou certains modes de production plus respectueux des sols et de la biodiversité (Bognon, 2017).

C'est dans cette dernière catégorie que se situent une partie des petits commerçants indépendants qui revendiquent de transformer radicalement le système alimentaire à travers leur manière d'exercer le métier. Cette catégorie professionnelle renvoie aux détaillants « propriétaires de leur fonds de commerce et qui assurent l'achat et le stockage des marchandises et la réception des clients » (Baritoux, Billion, 2018, p. 20). Ils se distinguent de la grande distribution à plusieurs titres. En premier lieu, leurs entreprises génèrent moins de chiffre d'affaires et emploient moins de personnes. Ce faisant, si l'on compte plus de commerçants indépendants en France que d'entreprises de la grande distribution, leur poids individuel sur le marché alimentaire est moindre. L'organisation

du travail est également différente dans les commerces indépendants. La grande distribution s'est structurée autour d'une recherche d'efficacité fondée sur une forte segmentation des métiers d'achat, de logistique et de commercialisation des produits (Dioux, Dupuis, 2009). Le commerce indépendant s'appuie quant à lui historiquement sur une forte personnalisation de l'exploitation, qui se traduit par une faible division du travail entre les étapes d'approvisionnement et de commercialisation. Autrement dit, le propriétaire du fonds de commerce intervient dans chacun des domaines nécessaires au fonctionnement de l'entreprise. Il dispose donc d'une marge de manœuvre importante pour définir la stratégie de l'activité et ses éventuelles transformations. Il n'en reste pas moins que les commerçants indépendants restent des acteurs historiques du système agroalimentaire, notamment parce qu'ils participent à son intermédiation. Ils sont eux-mêmes des intermédiaires et ont majoritairement recours, pour s'approvisionner, à des grossistes (Darrot *et al.*, 2021). Ils sont par ailleurs peu reconnus par les collectivités territoriales et les mouvements militants comme des acteurs pertinents de la transition. Lorsqu'il est fait mention des commerçants indépendants dans les documents de politiques alimentaires, ce qui n'est pas systématique, ils n'apparaissent ainsi pas comme des leviers privilégiés de transition, du fait notamment de leur dispersion, qui empêche les économies d'échelle (Baritoux, Billion, 2018; Billion, 2018). Ils sont à ce titre parfois moins sollicités que la grande distribution, qui peut représenter un débouché majeur de l'achat en circuit court de proximité grâce au nombre important de points de vente concernés. Les commerçants indépendants sont également moins visibles que des structures qui rejettent le modèle de marché et ont été conçues spécifiquement pour remettre en question le fonctionnement du système alimentaire. Leur inscription dans une perspective de transition paraît donc ambiguë, si ce n'est paradoxale, au regard d'autres activités nées pour répondre spécifiquement à cet engagement et d'autres secteurs de la distribution perçus comme disposant de leviers plus efficaces.

Une recherche interdisciplinaire et multi-échelle

La notion de transition fait l'objet d'une littérature abondante, mais retenons à ce stade qu'il s'agit d'un processus visant à « rendre compatible le fonctionnement des sociétés avec celui de la biosphère tout en assurant les solidarités intra et intergénérationnelles ; que cette transition soit constatée, subie ou encouragée, elle passe par une profonde transformation du métabolisme urbain et en particulier par sa dématérialisation : une consommation moindre de matières, associée à une substitution, autant que faire se peut, du non renouvelable par le renouvelable. » (Barles, 2018, p. 52)¹. Cette définition, qui se rattache au champ de l'écologie territoriale (Buclet, 2015), invite à considérer la transition dans sa dimension territorialisée, à travers l'analyse des métabolismes. Ces derniers désignent des flux de matières et d'énergie nécessaires ici à l'alimentation, ainsi que les jeux d'acteurs

¹ La première partie de la thèse est consacrée à la définition des différentes notions, cadres théoriques et méthodologiques qui orientent la démarche de recherche adoptée. Cette section a donc pour objectif de présenter succinctement les grands axes qui ont guidé la définition de la problématique et des hypothèses.

qui les régissent et plus largement des structures sociales dans lesquelles elles s'insèrent. Par ailleurs, souligner l'intérêt porté à la transition qu'elle soit « constatée, subie ou encouragée » permet d'appréhender une diversité de trajectoires, dont les issues peuvent être incertaines. En d'autres termes, si l'écologie territoriale s'intéresse (entre autres) à des processus qui ont en commun de reposer sur – ou de chercher à faire advenir – une dématérialisation du métabolisme urbain, elle offre un cadre propice pour étudier et comparer les stratégies et les jeux d'acteurs qui revendiquent d'y participer. Dans le cas du commerce indépendant, adopter cette perspective suppose de s'intéresser aux circulations matérielles qui rendent possibles l'exercice de l'activité, c'est-à-dire à l'approvisionnement des commerçants. Cela permet de mieux comprendre comment se déploient les relations entre territoires de production et de distribution, mais plus largement comment ces flux contribuent à structurer le métier de ces intermédiaires.

Outre l'écologie territoriale, qui offre des outils analytiques pour saisir la matérialisation des stratégies adoptées par les commerçants, comprendre leur rôle dans la transition implique de s'inscrire dans une démarche interdisciplinaire. En premier lieu, cette thèse s'inscrit dans la continuité de recherches portant sur la manière dont ces acteurs s'investissent dans le développement de modèles alternatifs, y compris en exerçant des professions considérées comme emblématiques du système dominant (Billion, 2018; Bognon, 2014; Chiffolleau, 2019; Hinrichs, 2000; Le Velly, 2017a). Ces travaux ont en commun de s'appuyer sur l'analyse des jeux d'acteurs qui influencent la mutation des modèles de distribution. Tout en cherchant à compléter les connaissances sur ce point, nous y associons une échelle d'analyse plus individuelle, qui prend comme point de départ le sens que les commerçants donnent à leur action sur le système alimentaire. Cette démarche se rapproche de celle adoptée par certains courants de la géographie et de la sociologie urbaine, qui ont abordé la question du rapport des commerçants au territoire et à ses transformations en lien avec leurs trajectoires individuelles (Delfosse, 2017; Fleury, Mayadoux, 2019; Leblanc, 2017). C'est également dans cette optique que la sociologie économique et professionnelle inspirée des théories compréhensives wébériennes (Chauvin, Grossetti, Zalio, 2014; Dubar, Nicourd, 2017) est convoquée, notamment dans la méthodologie de recherche.

L'objectif est donc de croiser différentes échelles et, partant, différents cadres théoriques et méthodologiques issus de la géographie, de la sociologie et de l'aménagement, pour proposer une grille de lecture interdisciplinaire des modalités d'engagement d'un type d'intermédiaire de la distribution. Ainsi, comment, à quelles conditions et dans quelle mesure les commerçants indépendants participent-ils à une transition socio-écologique du système alimentaire ?

À travers cette question, il s'agit de prendre au sérieux les revendications portées par certains commerçants. La première hypothèse qui découle de cette affirmation est que ces derniers peuvent effectivement contribuer à une transition du système alimentaire, mais que leur participation doit être appréhendée en lien avec les autres éléments qui régissent leur activité. En particulier, ils exercent un

métier qui les relie à l'économie de marché et qui est associé à des pratiques et des normes de fonctionnement historiquement associées au modèle dominant. Cette hypothèse invite donc à s'intéresser à la manière dont certains commerçants redéfinissent leur rôle d'intermédiaire, y compris dans leurs représentations et leurs discours, pour participer effectivement à une transformation structurelle du secteur d'activité dans lequel ils exercent leur métier. Il apparaît indispensable, pour ce faire, de comprendre aussi les stratégies des professionnels qui ne revendiquent pas de participer à une transition. Cette démarche permet de mener une analyse comparative, mais également d'identifier potentiellement des modalités d'intervention sur le système alimentaire qui, sans être valorisées comme telles, contribuent à sa transformation.

La deuxième hypothèse est que l'inscription dans une perspective de transition transforme la territorialisation du métier de commerçant. Elle se manifeste en premier lieu à travers l'évolution des pratiques d'approvisionnement, qui influencent les formes d'interactions entre les territoires impliqués dans la production, la distribution et la consommation des aliments commercialisés. Toutefois, ces transformations dans leur mode de circulation peuvent également exercer une influence sur le rôle joué par les commerces dans leurs quartiers d'implantation. L'inscription dans une perspective de transition se manifeste par exemple dans la mise en scène commerciale et les rapports aux clients, pour incarner sur le plan relationnel la proximité géographique recherchée dans certains modèles. Cet axe de réflexion permet ainsi de faire se rencontrer l'approche par les métabolismes et celle centrée sur le rôle du commerce dans les processus de changement urbain.

La troisième hypothèse, qui est sous-jacente dans la formulation de la problématique, est qu'il faut s'intéresser aux commerçants plutôt qu'aux commerces pour comprendre comment ce secteur d'activité contribue à la transition. Il en découle une attention particulière aux ressources et réseaux mobilisés par ces professionnels pour développer leur activité et en faire une contribution à la transition socio-écologique du système alimentaire. La forte personnalisation associée à l'exercice du métier rend également possible le croisement de plusieurs échelles : celle de la trajectoire individuelle qui oriente l'action des commerçants, celle collective qui donne à voir les réseaux dans lesquels ils s'insèrent et les normes auxquelles ils se rattachent, et enfin celle systémique, à travers la façon dont ils appréhendent et mettent en œuvre la transformation du système alimentaire. Cette dernière hypothèse est aussi une invitation à s'interroger sur les modalités de leur inscription dans le processus de transition de manière générale. En quoi les commerçants indépendants proposent-ils des trajectoires similaires, complémentaires ou au contraire en rupture avec celles d'autres initiatives de transformation du système alimentaire, dont certaines cherchent à sortir de l'économie de marché ?

Trois étapes d'enquête auprès des primeurs parisiens

Dans la mesure où nous analysons l'articulation entre des trajectoires individuelles, l'inscription dans des réseaux professionnels et la participation à des transformations systémiques,

nous avons également fait le choix de nous concentrer sur une catégorie de commerçants et un territoire, les primeurs à Paris. Les premiers sont représentatifs du fonctionnement en filière du système alimentaire contemporain et en particulier du rôle central joué par les grossistes rassemblés dans les marchés d'intérêt national (MIN), en l'occurrence celui de Rungis. Ce dernier est une infrastructure incontournable de l'approvisionnement des commerces spécialisés dans le modèle dominant, *a fortiori* pour les fruits et légumes qui correspondent à une part majeure du chiffre d'affaires réalisé par les grossistes dans le MIN. En outre, le faible degré de transformation des aliments commercialisés contribue à faire des commerçants des intermédiaires très importants dans la structuration des flux d'approvisionnement. Cela explique en partie pourquoi les primeurs sont également l'une des spécialisations dans laquelle on observe le développement le plus rapide de modèles se présentant comme alternatifs. Le choix du cas parisien renvoie quant à lui à la structure commerciale de la capitale et à la spécificité de son système alimentaire. Sur le plan du commerce, Paris est marquée par une densité exceptionnelle de commerces indépendants spécialisés, qui offrent un cadre inédit de comparaison des stratégies d'approvisionnement et du rapport des commerçants à la transition. Depuis les années 2010 en effet, le nombre de boutiques revendiquant de commercialiser des produits durables connaît une forte croissance (Laithier, Vauléon, 2018, 2022). Dans le même temps, la mairie de Paris a rejoint des réseaux de villes engagées pour la transition du système alimentaire et revendique, à travers des services dédiés et des textes programmatiques, d'animer une communauté d'acteurs parisiens issus des secteurs privés et publics qui souhaitent participer à ce processus. Il s'agit donc d'un contexte privilégié pour analyser comment et dans quelle mesure les commerçants indépendants participent de cette mise en réseau. Ce faisant, l'objectif était aussi de compléter à travers l'étude du cas de Paris les connaissances sur le processus de transition du système alimentaire acquises dans d'autres contextes métropolitains en France (FRUGAL, 2016) et dans le monde (Simon Rojo, 2019).

L'enquête de terrain, qui s'est déroulée entre 2019 et 2021, a été divisée en trois étapes. La première a consisté en des entretiens semi-directifs avec seize représentants d'institutions publiques ou parapubliques engagées dans la gouvernance alimentaire territoriale ou dans des politiques commerciales aux échelles parisienne, métropolitaine et francilienne. Les deux autres phases ont été consacrées aux stratégies et aux représentations des commerçants spécialisés dans les fruits et légumes à Paris. Dans un premier temps, ils ont été systématiquement sollicités pour répondre à un questionnaire, lors d'une enquête en porte à porte, pour dresser un état des lieux de leurs pratiques d'approvisionnement et de leurs opinions vis-à-vis du système alimentaire et de son évolution au cours des dernières années. Nous avons donc adopté une démarche non normative, dans le sens où il s'agissait de saisir ce que la transition signifiait pour les primeurs interrogés, à partir de leurs discours et de leurs représentations. 100 primeurs sur les 344 rencontrés ont accepté de répondre au questionnaire, dont les résultats ont été complétés par une dernière phase d'enquête qui ciblait plus précisément ceux qui s'inscrivaient dans une perspective de transition. Dix-sept primeurs ont ainsi

accepté de participer à un ou plusieurs entretiens approfondis, destinés cette fois-ci à revenir de manière détaillée sur leur parcours, le développement de leur activité et ses évolutions au cours du temps. L'objectif de ces entretiens était aussi de saisir le sens qu'ils accordaient à leur métier à leur rôle en tant qu'acteurs d'une potentielle transition. Le croisement de ces matériaux permet de comparer des profils de commerçants et des rapports à la transition, mais aussi leur matérialisation dans les pratiques d'approvisionnement et les stratégies commerciales. Ils offrent également des éléments d'analyse des jeux d'acteurs qui facilitent la participation des commerçants à la transition socio-écologique du système alimentaire.

Soulignons également que cette thèse a été réalisée dans le cadre d'une Convention industrielle de formation par la recherche (CIFRE) conclue avec Paris&Co, une association de droit privé dédiée à l'accompagnement de jeunes entreprises innovantes. Cette structure dispose de liens forts avec les acteurs publics et parapublics du développement économique à Paris et dans le Grand Paris, y compris pour ce qui concerne la gouvernance alimentaire, dans la mesure où elle dispose d'une plateforme dédiée à ce secteur, Smart Food Paris. Ce contexte de réalisation de la thèse a orienté la délimitation du terrain et a facilité la prise de contact avec certains interlocuteurs. Il a facilité notre accès à des réunions ou événements dont les thématiques se rapprochaient de la thématique traitée dans la thèse. Pour autant, il ne s'agit pas à proprement parler d'une observation participante, dans la mesure où notre principal objet de recherche, les commerçants indépendants, n'est pas la cible des dispositifs mis en œuvre et animé par Paris&Co. En outre, si les échanges avec les salariés de la structure ont exercé une influence sur notre posture de recherche et ouvert des pistes de réflexion sur la portée opérationnelle de la thèse, la structure d'accueil nous a accordé une autonomie complète dans la définition de la problématique, ainsi que du cadre théorique et méthodologique employés pour y répondre.

Plan de la thèse

Cette thèse comprend trois parties et huit chapitres.

La première partie présente et justifie le cadre théorique et méthodologique retenu pour étudier la participation des commerçants indépendants à la transition du système alimentaire. Le chapitre 1 est consacré à la présentation et à la comparaison des différentes définitions qui ont été proposées pour ces concepts de système alimentaire et de transition. Il revient sur les apports de l'écologie territoriale pour une étude non normative et territorialisée des transitions socio-écologiques. Le chapitre 2 complète cette première étape d'état de la littérature, puisque nous y évoquons plus précisément les modalités de prise en compte des commerçants indépendants dans la transformation du système alimentaire. En croisant la géographie urbaine et la sociologie économique, il est possible de construire une approche multi-échelle qui articule les trajectoires individuelles de commerçants, leur inscription dans des réseaux et leur participation à la structuration ou la transformation du

système alimentaire. Le cadre théorique et méthodologique retenu est présenté dans le chapitre 3, qui détaille la problématique, les hypothèses de recherches et la méthodologie adoptée pour l'enquête de terrain. L'étude du cas des primeurs à Paris y est plus amplement justifiée. Cette spécialisation et ce territoire présentent en effet des spécificités qui les rendent particulièrement pertinents pour répondre aux questions de recherche.

La deuxième partie de la thèse est consacrée à l'analyse comparative des primeurs conventionnels et alternatifs. Dans le chapitre 4, nous présentons les primeurs à Paris à partir d'une analyse de leurs profils socio-économiques, de leurs stratégies d'implantation, mais également de la façon dont ils sont pris en compte dans la gouvernance alimentaire territoriale aux échelles francilienne et parisienne. Cette vue d'ensemble permet de poser les jalons de la comparaison entre primeurs conventionnels et alternatifs qui est menée dans les deux chapitres suivants. Le chapitre 5 se concentre sur les différences dans leur parcours et leur rapport aux fruits et légumes des primeurs. L'enquête par questionnaire révèle en effet comment ces deux paramètres structurent les stratégies d'approvisionnement et l'inscription dans une perspective de transition. On peut notamment identifier deux grands types de primeurs alternatifs, en fonction des propriétés des fruits et légumes et du mode de structuration des circuits alimentaires qu'ils cherchent à défendre à travers leur activité. Le chapitre 6 vise à étudier comment sont construites les stratégies d'approvisionnement des primeurs conventionnels et alternatifs, entre forte continuité pour les premiers et diversité des définitions de la transition pour les seconds. Cela permet de compléter la typologie proposée dans le chapitre 5, en montrant notamment des formes d'hybridation entre les modèles.

La troisième partie porte sur le rapport des primeurs alternatifs à la transition, dans une optique dynamique et relationnelle. Il s'agit notamment d'analyser comment ces derniers construisent et font évoluer un marché des alternatives au système alimentaire contemporain. Le chapitre 7 privilégie une approche individuelle, dont l'objectif est de comprendre ce que participer à la transition veut dire pour les primeurs alternatifs. Le sens qu'ils accordent à cette démarche est saisi à partir de la redéfinition de leur rôle en tant qu'intermédiaire de la distribution. Elle passe par la valorisation de nouvelles fonctions auprès des fournisseurs et des clients, mais aussi par un rapport spécifique au métier et à sa place dans la trajectoire professionnelle des commerçants. En d'autres termes, tous les primeurs alternatifs n'ont pas le même objectif, d'où la diversité des modèles présents sur le marché. Le chapitre 8 replace ces trajectoires individuelles dans le marché au sein duquel les primeurs exercent leur activité. La dimension relationnelle de l'analyse est incarnée par une réflexion sur leurs modalités d'encastrement dans l'économie de marché. De ce point de vue, les commerçants ne sont pas isolés dans la définition de leur métier, de son évolution et de leur mode de participation à la transition. Ils ont des échanges avec d'autres acteurs et réagissent à des mutations qui ne concernent pas directement le système alimentaire, mais plutôt le secteur du commerce dans son ensemble. Il en

résulte la mobilisation de réseaux spécifiques, qui contribuent à l'émergence de modèles économiques adaptés à une remise en cause du système alimentaire dominant.

Première partie. La transition socio-
écologique par ses acteurs : un cadre
interdisciplinaire

Les commerçants indépendants ont une fonction de distribution bien délimitée dans le circuit alimentaire. Ils commercialisent des aliments et prennent plus ou moins part à leur transport et leur stockage avant cette étape. Pour autant, considérer qu'ils font partie du système alimentaire signifie qu'il faut appréhender ce rôle dans ses interdépendances. Interdépendance aux autres acteurs et institutions du système en premier lieu : les commerçants sont des individus qui ont des trajectoires et des stratégies qui leur sont propres, mais appartiennent à un groupe professionnels disposant de normes plus ou moins institutionnalisées. En outre, leur participation à la structuration ou à la transformation du système alimentaire passe notamment par des interactions avec des producteurs, des consommateurs, ou encore des grossistes. Cela invite à considérer l'action des commerçants indépendants à la fois à l'échelle individuelle, de leur groupe professionnel et en lien avec l'ensemble des acteurs impliqués dans la production et la circulation des aliments qu'ils commercialisent.

Le système alimentaire repose également sur une logique d'interdépendance entre la société et la biosphère, la première tirant chez la seconde les ressources nécessaires à sa subsistance. Chez les commerçants, cela se matérialise tout particulièrement dans les pratiques d'approvisionnement qu'ils adoptent. Elles orientent la circulation des aliments des territoires de production vers ceux de consommation. S'intéresser à ces flux permet d'une part de comprendre comment se matérialisent les stratégies construites par les intermédiaires de la distribution, d'autre part d'appréhender les transformations du système alimentaire dans leur dimension territoriale. Cette approche est d'autant plus importante que la remise en cause du modèle dominant s'est largement articulée autour d'une promotion de sa reterritorialisation.

L'objectif est de saisir ces interdépendances de manière dynamique, puisque l'on s'interroge sur le rôle joué par les commerçants dans la transition. Ce processus fait l'objet d'une abondante littérature, où il a été abordé dans une optique plus ou moins programmatique et selon des temporalités diverses. Certains travaux proposent des méthodes d'analyse des freins et leviers à la transition, à partir d'outils d'évaluation des pratiques des acteurs du système alimentaire. D'autres privilégient une approche rétrospective, qui s'attache à comprendre quels contextes ont rendu possible des transitions avérées par le passé, ou au contraire les ont faites échouer. La question posée dans cette thèse incite plutôt, quant à elle, à prendre comme point de départ les revendications de transformation portées par certains acteurs, en vue d'identifier en quoi leurs pratiques tracent effectivement des voies alternatives à la trajectoire du système dominant.

Comprendre comment les commerçants participent à la transition socio-écologique du système alimentaire implique donc de croiser plusieurs échelles, mais aussi de recourir à des notions définies selon des perspectives diverses, dans plusieurs champs de la littérature. La première partie de la thèse vise donc à expliciter le cadre théorique retenu et la méthodologie adoptée en lien avec ce dernier. Les manières d'appréhender la transition du système alimentaire, ainsi que le rôle joué par les intermédiaires dans ce processus, ont évolué au cours du temps, selon ses modalités de mise à l'agenda

public et scientifique. Cette partie a donc également pour objectif de retracer la chronologie des champs de recherche qui se sont intéressés spécifiquement aux modalités de participation d'acteurs conventionnels tels que les commerçants indépendants aux transformations du système alimentaire.

Les chapitres 1 et 2 reviennent sur les différents courants scientifiques à partir desquels la problématique et les hypothèses de recherche ont été construites. Le chapitre 1 est consacré à la définition des notions de système alimentaire et de transition. Il se concentre sur les outils théoriques et méthodologiques qui permettent de les analyser de manière territorialisée. Le chapitre 2 s'intéresse plus spécifiquement aux modalités d'étude du rapport des intermédiaires de la distribution au territoire d'une part, à la transition d'autre part. Il s'agit notamment de mettre en avant les apports de l'interdisciplinarité pour comprendre comment les commerçants indépendants construisent des stratégies en articulant leur trajectoire individuelle et leur appartenance à un groupe professionnel emblématique de l'économie de marché. Enfin, le chapitre 3 permet de préciser la problématique et les hypothèses qui découlent du cadre théorique retenu, ainsi que la méthodologie adoptée pour étudier le cas des primeurs parisiens.

Chapitre 1. La transition socio-écologique : une approche systémique et territorialisée

La notion de système alimentaire prend sa source dans les travaux d'agronomie de Louis Malassis, qui voyait dans la recherche de moyens de subsistance le moteur de la structuration sociale, économique, politique ou encore territoriale des groupes humains (Malassis, 1994). Cette considération fait de l'alimentation un fait social total, qui « [met] en branle dans certains cas la totalité de la société et de ses institutions [...] et dans d'autres cas seulement un très grand nombre d'institutions, en particulier lorsque ces échanges et ces contrats concernent plutôt des individus » (Mauss, 1923, p. 102). Ainsi, le fait social total « embrasse l'ensemble des domaines de la vie sociale, sans que l'on puisse clairement les délimiter : ce phénomène touche aussi bien aux croyances collectives, au droit, à l'économie, à l'esthétique, au politique » (Riutort, 2017). Des courants de la sociologie et de l'anthropologie sont donc consacrés à l'alimentation, appréhendée plutôt sous l'angle de la consommation. Lorsque des travaux se penchent sur les modes de circulation et de transformation des aliments, c'est pour mieux comprendre les rouages de cette pratique universelle. La notion de système alimentaire invite à se concentrer spécifiquement sur les interactions entre chacune des étapes séparant la production et la consommation des aliments. Elles orientent les flux liés à l'alimentation et participent plus largement à la structuration des relations entre les sociétés et la biosphère au cours du temps.

Le cadre théorique déployé autour des systèmes alimentaires est également intrinsèquement dynamique, dans le sens où l'un des objectifs des chercheurs qui ont développé cette notion était d'expliquer comment les sociétés sont passées d'un système à un autre au fil des siècles. Dans une démarche plus programmatique, les critiques adressées au système agroalimentaire ont aussi soulevé la question des leviers à activer pour faire advenir une transition dans les années à venir. Appliqués au système alimentaire, les travaux consacrés aux modalités de transitions ont particulièrement insisté sur sa dimension territoriale. Ils cherchent à comprendre comment évoluent les relations entre les territoires où l'on consomme — ici, des territoires urbains — et ceux où l'on produit. Les approches systémiques et socio-écologiques invitent à s'intéresser à la fois à la dimension matérielle de ces relations et aux structures sociales qui les sous-tendent et concernent l'ensemble des individus, des institutions ou des groupes professionnels qui y prennent part.

Ce chapitre s'intéresse dans un premier temps à la genèse de la notion de système alimentaire et précise les apports d'une approche systémique pour la compréhension des transitions dans les relations entre société et biosphère (1.1). La dimension matérielle et territorialisée de ce prisme d'analyse des transitions ne constitue pas le cœur de l'économie agroalimentaire, qui a conceptualisé la notion de système alimentaire. Pour cette raison, une seconde partie du chapitre est consacrée aux courants qui ont spécifiquement abordé cette question (1.2).

1.1 – De l'alimentation au système alimentaire

De nombreuses disciplines prennent l'alimentation comme objet d'étude. Sous un angle médical, la nutrition étudie par exemple les régimes alimentaires selon le principe qu'« un homme, une activité, un âge correspondent à des besoins et des données quantifiables » (Lecerf, 2016, p. 40). Ces travaux ont comme particularité de privilégier une approche centrée sur la consommation (1.1.a), tandis que partir du système alimentaire invite à replacer cette étape dans un cadre plus large et interrelié (1.1.b).

1.1.a – L'alimentation, pratique sociale et spatialisée

Dans leur manuel consacré à la sociologie de l'alimentation, Philippe Cardon, Thomas Depecker et Marie Plessz rappellent que « bien que ce soit de manière souvent banale, routinière et largement invisible, l'alimentation est au cœur de la vie quotidienne, et au cœur de problèmes sociaux, économiques et politiques » (Cardon, Depecker, Plessz, 2019, p. 5). C'est justement en tant que pratique universelle quotidienne et fait social total que l'alimentation a très tôt fait l'objet d'observations et d'interprétations en sciences sociales. Dans la tradition sociologique française, on distingue généralement deux courants, « entre des travaux s'inscrivant théoriquement et méthodologiquement dans la sociologie [...], et des travaux prêtant plus attention à la matérialité et à la symbolique des aliments, moins circonscrits disciplinairement » (Cardon et al. 2019, p.8). Le premier envisage l'alimentation comme une pratique révélatrice de dynamiques socio-économiques, de modes de socialisation et d'intériorisation de normes ou de goûts par les individus, en lien avec leur position sociale. Cette approche s'inscrit dans la continuité des études monographiques consacrées aux conditions de vie ouvrière, dans lesquelles l'analyse statistique des dépenses alimentaires constitue un outil central de caractérisation des classes sociales européennes (Halbwachs, 1913; Le Play, 1877). La sociologie de la consommation étudie donc les transformations sociales en France à travers celles des dépenses, des pratiques de préparation et de consommation alimentaires. Ce champ de recherche « s'organise autour de l'alimentation posée comme lieu de lecture du social et de ses mutations dans les sociétés développées » (Poulain, 2013, p. 153).

Le second courant décrit par P. Cardon, T. Depecker et M. Plessz se rattache à la socio-anthropologie et place l'alimentation au cœur du processus de construction des liens sociaux, ce qui contribue à en faire un objet sociologique en soi. Dans le sillage des théories structuralistes sur l'alimentation (Lévi-Strauss, 1965), la socio-anthropologie de l'alimentation jette un pont entre la biologie et la sociologie en s'intéressant aux normes, représentations et symboles véhiculés par la phase d'ingestion des aliments. Le mangeur devient ce qu'il consomme — c'est le principe d'incorporation — aussi bien du point de vue nutritionnel que psychologique. Cette propriété de l'alimentation, associée à d'autres aspects symboliques de l'acte de consommation, participe à la construction culturelle des sociétés et à la transmission des normes :

«La nourriture, la cuisine et les manières de table, parce qu'elles sont culturellement déterminées, insèrent le mangeur dans un univers social, dans un ordre culturel. L'acte culinaire est fondateur de l'identité collective et du même coup, dans un jeu d'identification-distinction, de l'altérité » (Poulain, 2013, p. 177)

On peut trouver une synthèse de l'approche socio-anthropologique et de celle considérant l'alimentation comme révélatrice de la structuration sociale dans les travaux consacrés aux mutations des pratiques de préparation et de consommation alimentaires sur le temps long, à l'instar de l'*Histoire de l'alimentation* dirigée par Jean-Louis Flandrin et Massimo Montanari (1996). Ces derniers montrent comment l'alimentation a constitué un ensemble de pratiques et de discours liés à la volonté des sociétés humaines d'affirmer leur singularité – et leur supériorité – vis-à-vis des autres animaux au cours de la préhistoire puis les unes par rapport aux autres à partir de l'Antiquité. L'alimentation y est donc appréhendée comme autant de signes qui permettent de saisir, sur le temps long, des changements sociaux plus ou moins profonds. Ces différents champs de recherche donnent à voir comment l'alimentation, au-delà des besoins physiologiques auxquels elle répond, s'inscrit dans un ensemble de normes, de symboles et de modes de régulation qui en font un élément structurant de la vie sociale. Elle joue un rôle de socialisation et les travaux consacrés aux identités culinaires ou à la sociologie des goûts ont montré comment elle contribuait à l'insertion d'individus dans des groupes sociaux qui dépassent largement le temps et le lieu de consommation. C'est cette activité en particulier qui est au centre des recherches et lorsque la notion de filière est mobilisée pour convoquer les étapes qui la précèdent ou la suivent, c'est pour compléter la compréhension du « phénomène social total du manger » (Corbeau, 1992, p. 102).

Si la sociologie de la consommation et celle du mangeur sont donc utiles pour appréhender la dimension éminemment sociale de l'alimentation, elles doivent être complétées pour comprendre comment elle s'incarne tout au long des circuits d'approvisionnement. Les géographies de l'alimentation ont contribué à multiplier les focales sur l'alimentation, en intégrant notamment l'analyse des modes de production puis de transformation alimentaire à leur cadre analytique. En géographie, l'alimentation a d'abord été appréhendée dans la première moitié du XXe siècle sous l'angle des régimes alimentaires, entendus comme « l'ensemble des aliments ou préparations alimentaires grâce auxquels [l'humain] soutient son existence à travers l'année » (Sorre, 1952, p. 185). Maximilien Sorre a été le promoteur de cette approche en France, dans un contexte où la Seconde Guerre mondiale et les pénuries associées ont remis la faim au cœur des problématiques sociales et économiques en Europe (Cépède, 1961). Sa réflexion sur l'alimentation s'inscrit dans une ambition plus générale d'identifier les « fondements biologiques de la géographie humaine » (Sorre, 1943), démarche qui se rattache à l'écologie humaine. Cela se traduit, sur le plan méthodologique, par un travail de recensement à travers le monde des aliments consommés, de la façon dont ils sont transformés, de leurs apports nutritionnels et – bien que plus tardivement – des différences qui peuvent exister dans les modes de consommation selon la classe sociale ou le lieu de résidence des

individus. Ce parti pris est cohérent avec les travaux précurseurs de la sociologie de la consommation et du mangeur. La géographie de l'alimentation de la première moitié du XXe siècle cherche ainsi, dans une perspective naturaliste, à identifier ce qui ferait l'essence des modes de vie dans des régions données, l'alimentation étant l'une des manifestations d'invariants environnementaux et culturels.

La géographie culturelle de l'alimentation prolonge d'une certaine manière cette démarche en y associant une analyse des jeux d'acteurs impliqués aux différentes étapes de la production et de la consommation alimentaire. Ses représentants cherchent à comprendre les rapports de force qui s'établissent à travers le monde autour de la question alimentaire et les acteurs qui y sont impliqués (Brunel, 2008; Fumey, 2018). Là encore, la géographie de l'alimentation rejoint certaines questions étudiées par la sociologie du mangeur, en interrogeant les symboles associés à l'alimentation et leur circulation (Fumey, Raffard, 2018). Cette dernière prend ses distances avec la vision relativement figée de la géographie alimentaire du milieu du XXe siècle et envisage l'alimentation comme un système de signes, matériels et immatériels, diversement appropriés et adaptés par les individus à travers le monde. Les questionnements contemporains portent notamment sur la tension entre l'uniformisation des modes de consommation encouragée par la mondialisation et les modes d'adaptation ou de résistance locaux à ces processus (Borzakian *et al.*, 2016). Ce pan de la géographie a introduit les étapes qui précèdent la consommation dans sa réflexion, en interrogeant par exemple le lien entre les transformations des goûts alimentaires et les mutations – spécialisation, intensification... – des exploitations agricoles. Là encore, l'analyse des modalités de circulation des produits et des acteurs qui y prennent part ne constitue pas le cœur des problématiques étudiées.

1.1.b – L'alimentation comme système d'acteurs et d'activités interreliés

La fin du XXe siècle a été une période d'essor des théories systémiques qui « [conduisent] à s'interroger, au-delà de la nature du système et de ses variables d'entrée et de sortie, sur les déterminants de sa dynamique, ce qui renvoie aux stratégies d'acteurs » (Rastoin, Ghersi, 2010, p. 7). Appliqué à l'alimentation, ce cadre théorique a posé les jalons de l'analyse des interactions aux différentes étapes de la production à la consommation – voire jusqu'à la génération de déchets. Il s'agissait également d'associer à un socle d'analyse quantitative des interprétations par le prisme des jeux d'acteurs impliqués dans le système alimentaire.

Généalogie du système alimentaire : la construction d'une école francophone d'économie agroalimentaire

La notion de système alimentaire est née dans le champ de l'économie agroalimentaire, développée par les agronomes et économistes de l'Institut National de Recherche en Agronomie (INRA²). Elle s'est structurée autour d'une école francophone d'économie agroalimentaire initiée

² Devenu Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement (INRAE) en 2019.

notamment par Louis Malassis. Cette discipline se donne pour objectif d'une part de quantifier les échanges dans les complexes agroalimentaires, d'autre part d'identifier les mécanismes et les jeux d'acteurs déterminant leurs transformations au cours du temps et selon les régions du monde (Rastoin, Gherzi, 2010). Les systèmes alimentaires sont ainsi définis comme « des concepts capables d'englober le plus grand nombre de variables explicatives [décrivant] l'ensemble des activités qui concourent à la fonction alimentaire dans une société donnée, et représentent la façon dont les hommes s'organisent pour produire et consommer, ainsi que le niveau et la structure de la consommation » (Malassis, 1994, p. 11). Ils représentent donc à la fois des formes d'organisation technique et des constructions sociales, politiques et économiques. Ils dépendent, « en un lieu donné, des rapports des hommes avec la nature (rapport entre "société" et "milieu") et des rapports des hommes entre eux, ces deux rapports étant fortement liés » (Malassis, 1994, p. 12). Les systèmes alimentaires peuvent également être analysés dans une perspective historique, dans la mesure où ils résultent d'une adaptation constante des sociétés à de nouvelles contraintes ou à des développements techniques et culturels spécifiques, qui mènent dans certains cas à une révolution faisant passer le système alimentaire d'un âge à un autre. Au moment de la construction de sa théorie, L. Malassis en distingue trois, les âges pré-agricole, agricole et agro-industriel, qui sont « encadrés par les deux grandes révolutions historiques [le développement de l'agriculture puis la révolution industrielle]. Cela n'est pas surprenant, car l'alimentation fait l'histoire générale — ou en procède » (Malassis, 1994, p. 37). Selon lui, l'alimentation détermine l'évolution des sociétés et ne peut donc qu'être appréhendée en tant que système complexe et dynamique. Contrairement aux précédentes approches de l'alimentation, le terme ne renvoie cependant pas ici seulement à l'étape de consommation. Cette dernière est l'une des étapes qui permettent d'expliquer comment l'alimentation structure l'organisation sociale, spatiale et économique des groupes humains, mais elle n'est pas la seule.

Selon L. Malassis (Tableau 1.1), l'âge pré-agricole est apparu il y a trois millions d'années et a perduré jusque 5000 ans av. J.-C. Il est caractérisé par des pratiques de cueillette et de chasse réalisées par des sociétés humaines nomades et donc par « des prélèvements sur les écosystèmes naturels, par l'aliment sauvage » (Malassis, 1994, p. 35). La maîtrise du feu a permis, pour la première fois, de transformer ces aliments et de créer de nouveaux goûts, préfigurant une forme de domestication des ressources présentes autour des hommes. Elle est parachevée lors du passage à l'âge agricole qui correspond à une période allant de 5000 ans av. J.-C. à la fin du XVIII^e siècle, durant laquelle « l'homme, jusqu'alors prédateur, devient producteur. Il sélectionne les espèces utiles, choisies en raison de leur aptitude à la domestication et de leurs avantages relatifs, et substitue des écosystèmes artificiels aux écosystèmes naturels » (Malassis, 1994, p. 42). Le passage à cet âge est lié selon L. Malassis à la croissance démographique — qui représente une pression sur le système alimentaire des chasseurs-cueilleurs — ainsi qu'à une meilleure connaissance des espèces et de leurs conditions de développement qui a permis leur culture à des fins de consommation. Les changements dans les conditions climatiques durant cette période auraient accompagné le développement des techniques

agricoles, qui ont profondément transformé les structures sociales et économiques dans les zones méditerranéo-européennes. L'âge agricole s'accompagne ainsi d'une sédentarisation de la population, puisque la nourriture est obtenue de manière différée par rapport à sa mise en culture. La société s'organise autour d'unités domestiques dédiées à la consommation et à la production, tandis que la génération d'excédents agricoles ouvre la voie au développement de villages et de villes dans lesquels une partie de la population exerce d'autres activités, autour du commerce notamment. Le développement accru des échanges dans le courant du XVe siècle, dans le sillage des grandes explorations, contribue à renforcer cette distanciation et représente une première forme d'économie alimentaire régionale. L'âge agricole représente aussi une révolution dans le rapport entretenu entre les sociétés et leurs milieux, dans la mesure où les ressources fournies par ces derniers vont être orientées vers la production de denrées utiles à l'homme. Les progrès techniques permettent également de fabriquer des outils exploitant l'énergie produite par le vent ou l'eau pour améliorer l'efficacité des différents secteurs du système alimentaire – moulins à vent ou à eau par exemple.

L'âge agro-industriel, qui caractérise selon L. Malassis le système alimentaire en vigueur en Europe depuis la fin du XVIIIe siècle, est le fruit de transformations influençant les maillons de la chaîne alimentaire de manière directe et indirecte. Directe d'abord, à travers le développement de modèles agricoles plus productifs, notamment à partir de l'usage plus intensif et systématique d'engrais organiques puis d'engrais industriels, qui permettent de fertiliser la terre sans recourir à des jachères. Les recherches technoscientifiques ont également favorisé la mécanisation de l'agriculture tout au long du XXe siècle. Transformations indirectes ensuite, car la révolution industrielle a profondément transformé la place de l'agriculture dans la société et le système alimentaire. D'une part, le développement des complexes industrialo-urbains a entraîné un processus majeur d'exode rural, limitant les ressources de main-d'œuvre agricoles et alimentant une croissance exponentielle des villes. D'autre part, l'ensemble des secteurs du système alimentaire a été marqué par une forme d'industrialisation, à travers le développement de processus industriels d'élevage ou de transformation. Ce processus s'accompagne d'un transfert d'activités sur la chaîne des opérations alimentaires, dans laquelle la part des fonctions conférées aux structures agricoles a été largement réduite. La répartition des revenus au sein du système alimentaire a également évolué dans ce sens, de même que l'organisation spatiale de la production, caractérisée par une distance croissante entre les lieux de production et de consommation et une spécialisation des espaces agricoles en fonction des espèces les plus productives. Enfin, le fonctionnement du système alimentaire se structure de manière croissante autour de sa marchandisation :

«L'économie alimentaire est totalement intégrée dans l'économie globale [...] et l'adaptation du modèle alimentaire procède non seulement des règles nutritionnelles (plus ou moins bien connues), mais aussi des mécanismes du marché et des prix relatifs, compte tenu du budget des consommateurs» (Malassis, 1994, p. 69).

Selon L. Malassis, la fin du XXe siècle s'est caractérisé par l'émergence de nouvelles contraintes liées au système alimentaire, du fait d'une part de régimes alimentaires très diversifiés du point de vue bioénergétique, d'autre part d'une prise de conscience de la pollution associée au modèle agro-industriel. Il en résulte selon lui la nécessité de réduire les injustices alimentaires au sein et entre les territoires et de construire des modèles d'approvisionnement qui n'épuisent pas les ressources de la biosphère, donc à rebours du modèle agro-industriel.

Tableau 1.1 – Les âges de l'alimentation, 5000 av. J.-C. à 1990

	Période	Mode d'interaction des sociétés avec la biosphère pour l'alimentation	Techniques développées	Organisation sociale associée au système alimentaire
Âge pré-agricole	Jusque 5000 av. J.-C.	Prélèvement sur les écosystèmes – modèle du chasseur-cueilleur	Maîtrise du feu	Nomadisme
Rupture : pression démographique, évolution climatique et amélioration des connaissances sur les espèces végétales et animales				
Âge agricole	5 000 av. J.-C. au XVIIIe siècle	Sélection et domestication des espèces	Techniques d'optimisation agricole et de conservation des excédents alimentaires; exploitation de l'énergie solaire et éolienne	Sédentarisation et distinction entre espace de production et de consommation
Rupture : progrès en chimie et découverte des propriétés des énergies non renouvelables type pétrole				
Âge agro-industriel	Fin XVIIIe aux années 1990	Intensification et spécialisation de l'agriculture	Développement des engrais industriels; révolution industrielle et transformation des techniques de transport	Exode rural et augmentation de la distance entre production et consommation

Source : L.Malassis (1994) ; mise en forme d'après S. Bognon (2014, p. 154)

La notion de système alimentaire telle qu'elle a été développée dans l'économie agroalimentaire invite à mettre en lumière des formes d'interdépendances sociales, économiques et environnementales autour de l'alimentation. Leur description a pour objectif d'éclairer le fonctionnement du modèle contemporain, mais aussi d'identifier *a posteriori* des ruptures dans sa structuration au fil des siècles. Dans le sillage de Louis Malassis, d'autres chercheurs ont approfondi, actualisé et complexifié cette modélisation.

Les approches contemporaines du système alimentaire : caractéristiques, objectifs et méthodes d'analyse

En 2010, Jean-Louis Rastoin et Gérard Gherzi ont proposé une synthèse de ces actualisations dans leur ouvrage *Le système alimentaire mondial*. Ils étudient les processus contemporains de transformations du système alimentaire, son modèle de fonctionnement et les différentes variables à l'origine de ses transformations. Ils distinguent pour cela des sous-systèmes, qui correspondent chacun à un mode de régulation du système alimentaire et en orientent le fonctionnement :

- Le « sous-système opérant » (Rastoin, Gherzi, 2010, p. 23) correspond aux activités qui permettent de mettre en œuvre la production et la distribution.
- Le sous-système d'information correspond au mode de transmission des informations relatives au fonctionnement du sous-système opérant entre l'ensemble des acteurs qui y prennent part. En réaction aux crises alimentaires survenues à partir des années 1990, J.L. Rastoin et G. Gherzi pointent le rôle de plus en plus stratégique de cette transmission d'informations, facilitée par le développement des technologies de l'information et de la communication.
- Le sous-système de décision renvoie au jeu d'acteurs qui oriente la circulation des informations et le fonctionnement opérationnel du système alimentaire, dans le cadre d'un marché économique.

Dans un contexte où le système alimentaire est régi par les normes de l'économie de marché, Rastoin et Gherzi estiment que « la dynamique du système n'est [...] que la résultante des décisions prises par les responsables des organisations [...] et des réponses des consommateurs, dans un contexte institutionnel donné, qui lui-même peut influencer le comportement du marché par la production de normes ou l'encadrement du contexte concurrentiel » (Rastoin, Gherzi, 2010, p. 47). Dans la hiérarchie des sous-systèmes, celui de décision est donc dominant, dans le sens où la circulation des informations et l'organisation matérielle de la production dépendent directement des rapports de pouvoirs entre les organisations impliquées dans le système alimentaire. Pour quantifier ce système, l'économie agroalimentaire s'appuie sur les données issues des tableaux d'entrée et de sortie de la comptabilité nationale. Cet outil macroéconomique permet de visualiser comment se structurent les échanges entre les différentes étapes du système alimentaire et quels sont leurs volumes. En particulier, en comparant les prix des produits au moment de leur consommation et les flux monétaires à différentes étapes du circuit d'approvisionnement, il est possible d'observer comment se partage la valeur ajoutée entre les phases de production et de distribution. En comparant ces répartitions au cours du temps, J.-L. Rastoin et G. Gherzi mettent en avant différents stades du système alimentaire qui rejoignent les âges identifiés par Louis Malassis et en identifient un nouveau, qualifié d'agro-tertiaire (Tableau 1.2).

Tableau 1.2 – Stades du système alimentaire mondial

Stade	Caractéristique	Répartition du prix final du produit alimentaire entre les différents acteurs (%)			Mode de consommation (%)	
		Agri- culteurs	Indus- triels	Services	Domicile	Restau- ration hors foyer
Agricole	Auto-subsistance, pauvreté	100	0	0	100	0
Artisanal	Division du travail, ordre corporatif	70	20	10	90	10
Agro- industriel	Production/ distribution de masse industrialisées	25	40	35	70	30
Agro- tertiaire	Domination des services, hypersegmentation symbolique	10	35	55	50	50

Source : Rastoin, Ghersi, 2010, p. 27

Le basculement d'un stade à un autre peut ainsi être identifié en termes comptables par un basculement du poids de chaque acteur dans la formation du prix final des biens alimentaires. Ainsi, le passage d'un système artisanal à un système agro-industriel correspond au moment où « la valeur ajoutée des industries agro-alimentaires devient aussi importante que celle de l'agriculture dans le complexe de production alimentaire » (Rastoin and Ghersi, 2010, p.28), ce qui a eu lieu en France à partir de 1993. De même, le passage d'un stade agro-industriel à agro-tertiaire est rendu visible par une part majoritaire des services dans la constitution du prix des biens alimentaires. Selon les auteurs, seuls les États-Unis avaient en 2010 un système alimentaire structuré de cette manière. En France en 2005 en moyenne, sur le total de la valeur ajoutée payée par le consommateur final pour des produits alimentaires, 13 % revenaient aux agriculteurs, 42 % aux acteurs industriels de la transformation et 45 % aux entreprises de services et à l'État, ce qui inscrivait le système alimentaire français dans le stade agro-industriel tout en le rapprochant de celui agro-tertiaire. Par rapport aux âges décrits par L. Malassis, les analyses plus récentes des systèmes alimentaires mettent donc mieux en lumière la dimension progressive et relative – selon les régions du monde notamment – du passage d'un stade à un autre.

Cette méthode permet d'identifier de manière comptable les principales tendances d'évolutions du modèle agro-industriel tel qu'il se déploie depuis le début du XXI^e siècle et qui « peut être qualifié d'intensif, spécialisé, concentré, financiarisé et en voie de globalisation » (Rastoin, Ghersi, 2010, p. 493). Cela renvoie :

- aux rendements croissants obtenus dans l'agriculture ou dans le cadre de la distribution – intensif,
- à la faible diversité des types de plantes et d'animaux consommés et à leur degré croissant de transformation – spécialisé,
- à la diminution du nombre d'entreprises participant au système et conséquemment à l'augmentation des parts de marché de celles restantes – concentré,
- à l'évolution des logiques décisionnaires liées à la croissance des entreprises cotées en bourse et « dont les gestionnaires raisonnent en investisseurs et non en industriels » (Rastoin, Gheris, 2010, p. 494) – financiarisé,
- à la croissance des échanges internationaux sous forme de commerce ou d'investissement, porté notamment par des firmes multinationales – globalisé.

Cette analyse est systémique dans le sens où elle permet d'identifier des interdépendances entre chacune des étapes de la chaîne alimentaire, mais également parce qu'elle met en lumière des imbrications entre les causes et les conséquences environnementales, sociales et économiques d'un tel fonctionnement. Dans la mesure où elle s'appuie sur les données issues de la comptabilité nationale pour identifier des points de rupture, cette méthode est moins centrée sur les relations entre les sociétés humaines et la biosphère que le cadre théorique qui a présidé à sa conception. Elle donne en revanche à voir la diversité des contextes politiques et territoriaux qui orientent les transformations du système alimentaire et permet de les appréhender de manière plus nuancée. L'étude systémique reste malgré tout centrée sur une analyse *a posteriori* des transitions, à une échelle nationale et mondiale. D'autres outils permettent de compléter cette approche pour étudier des jeux d'acteurs plus localisés et leur participation à des processus de transition incertains. C'est notamment le cas des travaux consacrés aux systèmes complexes – dont fait partie le système alimentaire – et ceux qui se rattachent à l'écologie territoriale.

1.2 – L'analyse territorialisée de transitions socio-écologiques incertaines

Si la notion de système alimentaire est née dans le champ de l'économie agroalimentaire, celle de système complexe renvoie plus largement à un contexte d'« essor de la cybernétique, de la systémique et de la théorie de l'information [qui] conduit à la diffusion, dans de nombreux milieux scientifiques et intellectuels, d'une vision systémique du monde et singulièrement des villes » (Barles, 2022, p. 70). Les analyses systémiques répondent à des agendas de recherche et des contextes institutionnels différents, qui expliquent aussi la diversité des problématiques auxquelles elles se proposent de répondre. Dans ce sous-chapitre, nous présentons les différents courants qui ont cherché à caractériser les transitions socio-écologiques, c'est-à-dire les processus qui remettent en question les modes d'interaction entre la société et la biosphère (1.2.a). Parmi eux, l'écologie territoriale insiste sur l'importance de considérer la territorialisation de ces potentielles transitions, c'est-à-dire à la fois

dans leur dimension matérielle et sociale. Nous nous concentrons donc sur ce cadre théorique et son contexte d'émergence dans un second temps (1.2.b).

1.2.a – Des systèmes en mouvement

Différents courants issus des sciences des techniques se sont proposé de modéliser les systèmes socio-écologiques, que nous définissons à ce stade comme les « modalités fondamentales spécifiques d'interaction entre les sociétés humaines et [leur environnement biophysique] [...] qui se maintiennent dans un équilibre plus ou moins dynamique sur des longues périodes de temps » (Esculier, 2018, p. 78, cit; Fischer-Kowalski, Haberl, 2007). Il s'agit donc d'approches dynamiques, qui se donnent pour objectif de comprendre les leviers de transition systémiques, de façon plus ou moins déterministe et programmatique.

Le water energy food nexus, un exemple d'approche programmatique des transitions

Le développement de méthodes de modélisation des transitions socio-écologiques est à relier avec sa mise à l'agenda public par l'Organisation des Nations Unies (ONU) à partir des années 2000. Elle s'appuie sur le constat d'une raréfaction des ressources nécessaires à la vie humaine dans un contexte de croissance démographique, économique et urbaine. En particulier, la mise en concurrence des modes d'utilisation des ressources a poussé les organisations internationales impliquées dans leur gestion à encourager des outils de modélisation permettant d'optimiser leur allocation (FAO, 2014). L'approche par le *water energy food nexus* résulte de cette demande institutionnelle. Pour Morgan Bazilian *et al.* (2011) qui en ont proposé une formalisation, les relations entre les humains et le reste de la biosphère se caractérisent par un très fort degré de complexité et d'interdépendance. Lorsque les ressources viennent à manquer alors que la demande pour ces dernières continue d'augmenter, comprendre leurs interrelations devient indispensable pour mieux les répartir (Keairns, Darton, Irabien, 2016). L'eau, l'énergie et la nourriture – cette dernière étant saisie par les surfaces consacrées à sa production – sont considérées comme les trois piliers qui permettent, lorsqu'ils sont produits, distribués et consommés de manière adéquate, de garantir la sécurité, la prospérité et l'équité des systèmes sociaux. Du point de vue méthodologique, les modèles *nexus* fonctionnent toutes choses égales par ailleurs : les ressources de départ sont stables ; on décrit pour chacune comment elle se présente dans la biosphère³, la façon dont elle est stockée, transformée, transportée, distribuée et enfin son mode de consommation. Une fois posés ces jalons, la modélisation permet de révéler les relations qu'elles entretiennent et d'introduire des facteurs de variation. Ainsi, « les principaux moteurs des études selon les *nexus* sont les projections relatives à l'accroissement de la population, à l'urbanisation croissante, au changement climatique et au développement économique qui encourage des modes de

³ Dans le cas de l'eau par exemple, cette dernière peut être issue des précipitations en mer, sur terre, ou des nappes souterraines.

vie fondés sur une consommation accrue»⁴ (Kearns *et al.*, 2016, p.7). En comprenant de quelle manière ces ressources sont utilisées et mises en relation, il deviendrait alors possible d'identifier des leviers pour accéder, compte tenu d'un contexte social, économique, politique et environnemental donné, à un mode de gestion optimal. Les tenants de cette approche répondent donc avant tout à la volonté des organisations internationales de construire des politiques environnementales qui résolvent aussi des problématiques de sécurité, de prospérité et d'équité :

«Les problématiques économiques et de sécurité liées à l'augmentation des inégalités d'accès à un service de qualité dans ces trois domaines pourraient donner une impulsion encore plus grande pour guider et encourager des coopérations internationales sur ces enjeux environnementaux»⁵ (Bazilian *et al.*, 2011, p. 7902).

Dans cette perspective, l'approche par les *nexus* envisage la société, l'économie et l'environnement comme des champs à transformer pour optimiser l'allocation des ressources (Kearns *et al.*, 2016). Sur le plan social, l'objectif est de faciliter l'accès à ces dernières, en particulier pour les plus démunis ; du point de vue économique, l'enjeu est de « faire plus avec moins »⁶ (Kearns *et al.*, 2016, p.5) pour optimiser les dépenses ; enfin, l'impératif environnemental réside dans la capacité à préserver ou du moins allouer efficacement les ressources de la biosphère. Cette démarche met en lumière l'interdépendance entre les ressources de la biosphère et le rôle joué par la société au sens large dans leur utilisation. Elle propose des outils pour spatialiser ces interdépendances, dans la mesure où les matières sur lesquelles se concentre le *nexus* sont mesurées entre autres à partir de la surface qu'elles occupent. Pour autant, cette spatialisation ne vaut pas territorialisation, dans le sens où le *nexus* envisage les transitions socio-écologiques avant tout sur un plan technique et à une échelle macro, cohérente avec leur contexte de développement et la demande institutionnelle à laquelle ils répondent. Elle n'offre ni des outils méthodologiques ni un cadre théorique adapté pour comprendre comment des acteurs impliqués dans le système peuvent tenter de le transformer à partir d'une action individuelle qui ne serait pas associée à une commande publique ou parapublique. Enfin, le *water energy food nexus* a par définition une visée programmatique. S'il se donne pour mission d'identifier des leviers de transition, cet objectif ne rejoint pas complètement celui de comprendre ce processus dans sa complexité et, notamment, ses échecs potentiels. Les *transition studies* qui ont émergé à peu près à la même époque dans des contextes différents insistent plus sur ces aspects.

⁴ Extrait original: « The primary drivers in Nexus studies are the projections for increased population, increased urbanization, climate change, and economic development that facilitates a transition to lifestyles based on greater consumption »

⁵ Extrait original: « The associated economic and security-related issues that arise from the inequalities in access to high quality services in all three areas may be a more powerful impetus from which to guide and motivate international cooperation in these areas than environmental concerns »

⁶ Extrait original: « creating more with less »

Les transition studies, cadre d'analyse des transitions socio-écologiques dans les systèmes complexes

Deux écoles de recherche ont particulièrement étudié les processus de transition d'un système complexe à un autre, en orientant leur cadre théorique méthodologique vers la compréhension des interactions entre sociétés et biosphère. Aux Pays-Bas, le *Knowledge Network on System Innovations and Transitions* (KNSIT) part du principe que la société industrialisée telle qu'elle fonctionne aujourd'hui se situe dans une impasse environnementale et sociale. Ce réseau cherche à identifier des leviers pour opérer une transition, entendue comme « un ensemble de processus de transformation dans lesquels les structures, institutions, cultures et pratiques existantes sont détruites pour en instaurer d'autres »⁷ (Loorbach, 2007, p. 17). L'institut d'écologie sociale de Vienne adopte une démarche plus analytique, en proposant « une compréhension et une analyse du phénomène historique et contemporain de changements radicaux des sociétés, en lien avec leur relation à l'environnement »⁸ (Fischer-Kowalski, Rotmans, 2009, p. 3). Ces deux écoles dessinent des approches complémentaires des transitions.

Le KNSIT est né de politiques publiques expérimentales, menées à différentes échelles et ayant pour but de transformer la gestion des ressources aux Pays-Bas (Fischer-Kowalski et Rotmans, 2009). Ce champ de recherche a donc pour objectif de développer des outils de « management de la transition » (Loorbach, 2007) qui seraient à même de répondre aux enjeux spécifiques du développement soutenable. Les représentants de ce courant partent en effet du constat, dans le prolongement du rapport Brundtland (1987), que la société industrielle telle qu'elle s'est développée depuis la seconde moitié du XXe siècle a un impact négatif sur l'environnement et la justice sociale. Cet impact est perceptible à plusieurs échelles sur une très grande diversité de secteurs, et il est en outre appréhendé de manière très différente selon la position des individus dans la société. Cela en fait ce que Derk Loorbach nomme un *persistent problem*⁹, cette notion désignant des problèmes abordés par les individus, les entreprises ou les institutions, selon « différentes perspectives [qui] n'ont pas de solution connue et se caractérisent par une absence de consensus sur la nature même du problème » (Loorbach, 2007, p. 15). Pour les surmonter, il faut donc être capable de les appréhender dans leur complexité et leur dimension systémique, ces deux paramètres constituant le socle du paradigme défendu par l'école néerlandaise des transitions.

⁷ Extrait original: « Transitions are transformation processes in which existing structures, institutions, culture and practices are broken down and new ones are established. »

⁸ Extrait original: « The approach of the social ecology group in Vienna is mainly academic in the sense of focusing on understanding and on the analysis of contemporary and historical phenomena of radical change in societies linked to change in their relations to the environment. »

⁹ N'ayant pas trouvé de traduction satisfaisante en français, nous utiliserons le terme anglais dans la suite du texte.

Le KNSIT s'appuie pour cela sur des analyses préexistantes consacrées aux transitions socio-techniques (Geels, 2002). Elles sont définies comme suit :

« Les transitions sociotechniques sont des transformations technologiques majeures dans la façon dont des activités sociales sont réalisées, comme le transport, la communication, le logement ou l'alimentation. Les transitions sociotechniques n'impliquent pas seulement des changements technologiques, mais aussi des changements dans les pratiques des utilisateurs, leur régulation, les réseaux industriels, les infrastructures et leur sens symbolique »¹⁰ (Geels, 2002, p.1257).

Une transition sociotechnique peut suivre différentes trajectoires, ce qui la rend incertaine, et elle est également multi-niveaux. À l'échelle macro, le paysage constitue la « toile de fond technique, physique et matérielle qui soutient la société » (Bognon, 2014, p. 58) sur laquelle les acteurs ont peu de prise. À l'échelle méso, le régime renvoie à un ensemble de valeurs, de règles et de pratiques dominantes dans les sociétés, qui sont matérialisées par des institutions, une organisation politique spécifique, des infrastructures. Enfin à l'échelle micro, les niches sont des espaces dans lesquels naissent des innovations, où elles sont testées et éventuellement diffusées. Ces niches sont autonomes vis-à-vis des régimes, mais peuvent être amenées à grossir ou à s'allier (elles forment alors des *clusters*) et à progressivement renverser le régime en place : il s'agit d'une transition ascendante. À l'inverse, il se peut que des bouleversements dans le paysage sociotechnique — par exemple, des transformations radicales dans le fonctionnement de la biosphère — exercent une pression trop forte sur le régime et que ce dernier, incapable de s'adapter, s'effondre, provoquant une transition descendante.

Ces deux types de transition sont des pôles entre lesquels il existe des trajectoires intermédiaires, où chaque niveau initie des transformations et influence, selon la logique systémique, la configuration des autres échelles (Figure 1.1). Les transitions ascendantes et descendantes peuvent être considérées comme des idéaux types et le KNSIT cherche à trouver les leviers pour construire des politiques publiques à même de favoriser les transitions les moins brutales possibles pour les sociétés. Un des axes centraux de ce management est l'entretien « d'arènes de transition »¹¹ (Fischer-Kowalski et Rotmans, 2009) dans lesquelles des acteurs précurseurs, à la marge du régime, mais entretenant des relations privilégiées avec les institutions le composant, développent des innovations et des expérimentations susceptibles d'initier le processus de transition. Ces dernières permettent aux institutions qui s'en saisissent de mettre en œuvre de manière incrémentale des transformations dans les modes d'interactions entre la société et la biosphère.

¹⁰ Extrait original: « Technological Transitions (TT) are defined as major technological transformations in the way societal functions such as transportation, communication, housing, feeding, are fulfilled. TT do not only involve technological changes, but also changes in elements such as user practices, regulation, industrial networks, infrastructure, and symbolic meaning. »

¹¹ Extrait original : « Transition arenas »

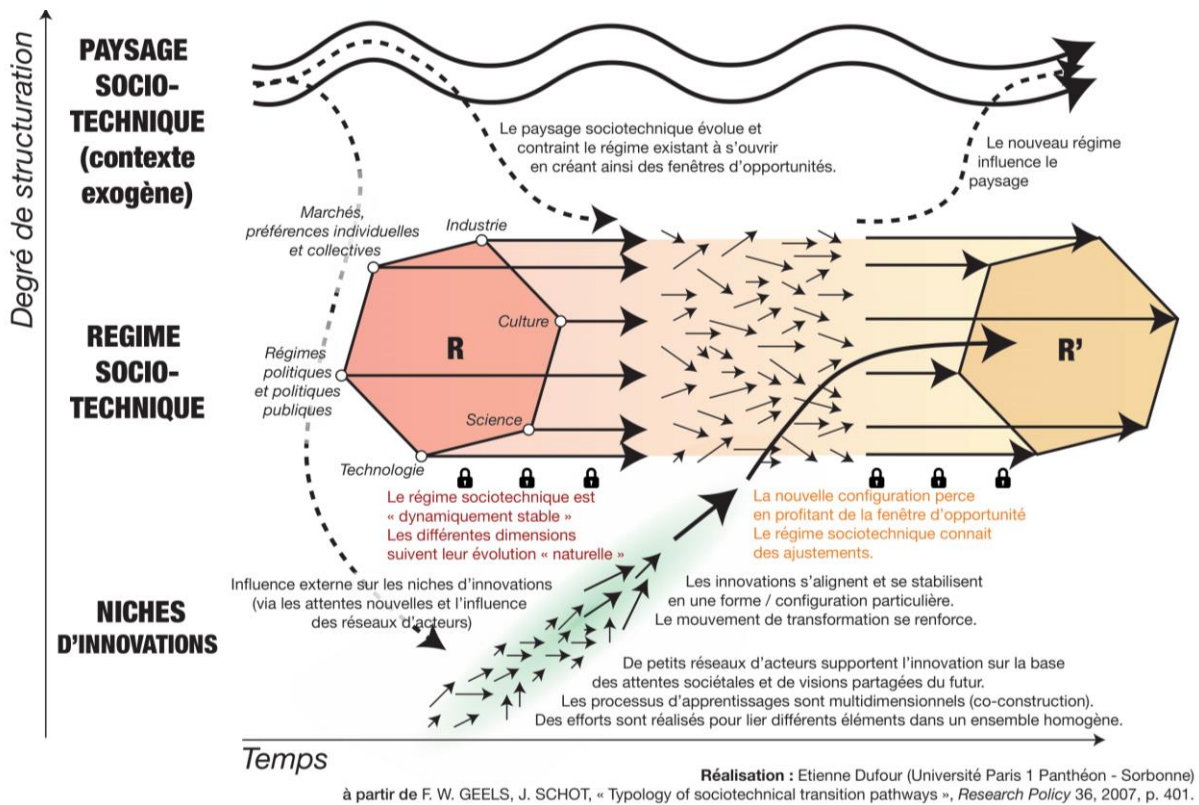


Figure 1.1 – Schéma de l'approche multi-niveaux des transitions sociotechniques

Source : (Dufour, 2017, p. 16)

L'école néerlandaise cherche donc à identifier des agencements sociaux privilégiés pour faire advenir une transition, sur un pas de temps de l'ordre de quelques générations, mais en prenant en compte plusieurs niveaux d'interaction et d'influence possibles, l'enjeu étant de les connecter pour transformer au mieux le système socio-écologique associé. Son originalité, par rapport à l'approche par le *nexus* qui revêt elle aussi une dimension programmatique, réside dans sa volonté d'analyser les processus sociaux et en particulier les jeux d'acteurs qui orientent les transitions. L'analyse des niches d'innovations et de leur rôle dans les transformations des systèmes complexes offre des perspectives pour analyser dans quelle mesure des acteurs qui proposent des formes d'action différentes du modèle de régime peuvent à travers leurs stratégies infléchir sa trajectoire. Néanmoins, la grille de lecture du KNSIT invite aussi à s'interroger sur les formes de résistance à la transition et à ses parties prenantes, puisqu'elle tient compte des facteurs de blocage ou de dépendance au sentier dans la trajectoire.

L'école viennoise d'écologie sociale, développée notamment par Marina Fischer-Kowalski, partage avec le KNSIT une approche des transitions comme non linéaires, incertaines, et multi-niveaux (Fischer-Kowalski, Rotmans, 2009). En revanche, elle les aborde dans une perspective plus globale que l'école néerlandaise, puisqu'elle cherche à comprendre les évolutions des relations entre sociétés et biosphère au cours des siècles, en partant du

postulat que ce sont des bouleversements dans leurs interdépendances qui constituent le moteur des transitions d'un système complexe à un autre :

«Les sociétés reproduisent leurs caractéristiques biophysiques, et parmi elles leur population humaine, en interagissant avec des systèmes naturels : en organisant les flux énergétiques et matériels depuis et vers leur environnement, en utilisant des technologies spécifiques et en transformant les systèmes naturels par le travail et la technique pour les rendre plus utiles aux besoins de la société. Cela génère en retour des changements intentionnels et non intentionnels dans l'environnement naturel, auxquels les sociétés réagissent. De ce fait, les sociétés deviennent structurellement couplées à certaines parties de leur environnement et toutes deux se contraignent mutuellement dans leurs possibilités d'évolution»¹² (Fischer-Kowalski, Rotmans, 2009, p. 5).

Pour comprendre et quantifier cette coévolution, l'écologie sociale analyse le métabolisme des sociétés, c'est-à-dire les flux de matière et d'énergie nécessaires à leur subsistance, ainsi que les pressions exercées sur leur fonctionnement et qui ont pu générer des transitions ou des effondrements, sur plusieurs dizaines voire centaines d'années. En prenant de la distance par rapport à l'impératif opérationnel d'identifier des leviers de transition vers un modèle plus durable, l'écologie sociale renverse d'une certaine manière la dialectique entre société et biosphère : alors que le KNSIT et les *nexus* cherchent à identifier comment mieux allouer les ressources issues de la biosphère dans le fonctionnement des sociétés, l'école viennoise cherche à comprendre comment ces dernières participent de manière générale à la matérialisation d'un système socio-écologique donné. L'écologie sociale telle que décrite par l'école viennoise peut donc être vue comme complémentaire avec l'ambition de « projet opérationnel de société » (Bognon, 2014, p. 63) que constitue le management de la transition. Elle permet de poser les jalons d'une territorialisation de la transition, à travers l'étude des métabolismes, mais également dans le sens où elle invite à appréhender les activités économiques et sociales comme des formes spécifiques de rapport à la biosphère. Dans le champ des études socio-écologiques, des courants mobilisent le cadre théorique de l'écologie sociale pour étudier comment la circulation des flux de matière et d'énergie et son gouvernement modèlent le territoire et ses interactions avec la biosphère.

1.2.b – Quantifier et qualifier l'inscription territoriale du système alimentaire

Plusieurs disciplines se sont saisies du métabolisme pour l'appliquer au cadre urbain. Elles l'ont fait selon des perspectives différentes, « en tant que prisme implicite ou explicite d'analyse de la ville, de son fonctionnement, de ses besoins, de ses interactions avec la biosphère » (Barles, 2022, p. 63).

¹² Extrait original: « Society reproduces its biophysical compartments, among them the human population, by interacting with natural systems: by organizing energetic and material flows from and to the environment by means of particular technologies, and by transforming natural systems through labor and technology in specific ways to make them more useful for society's purposes. This in turn triggers intended and unintended changes in the natural environment to which societies react. Thus, societies become structurally coupled to parts of their environment so that both mutually constrain each other's future evolutionary options. »

Après une présentation rapide de ses usages métaphoriques (notamment par des écoles de sociologie), nous proposons d'analyser comment différents champs disciplinaires mobilisant le concept d'écologie ou s'en revendiquant se sont attachés à quantifier et qualifier les interactions entre la société et la biosphère à travers l'analyse des flux de matière et d'énergie circulant vers, à l'intérieur et en dehors des villes. L'écologie territoriale s'est constituée en tant que courant de recherche émergeant à partir des travaux et courants disciplinaires précédents – l'écologie urbaine et l'écologie industrielle.

Cadres d'analyse des métabolismes urbains

Certains courants ont mobilisé le métabolisme dans une perspective métaphorique. C'est le cas de la sociologie urbaine telle qu'elle s'est développée aux États-Unis au début du XXe siècle. L'école de Chicago, tradition sociologique née dans le premier laboratoire de sociologie de l'université éponyme, a proposé – dans un premier temps du moins – un cadre théorique pour une écologie urbaine, parfois également qualifiée d'écologie humaine (Berdoulay, Soubeyran, 2002). Son développement s'inscrit dans un contexte particulier : Chicago connaît alors une croissance démographique hors-norme, essentiellement portée par l'immigration, après avoir été quasiment détruite à la suite d'un incendie en 1847. Elle apparaît pour les sociologues comme un laboratoire à ciel ouvert et la mobilisation de la notion de métabolisme renvoie alors moins à l'analyse du rapport matériel entre les sociétés urbaines et la biosphère, qu'à l'emprunt des outils et méthodes de l'écologie végétale pour étudier des processus urbains et des formes de répartition des populations sur le territoire (Blanc, 2008). Dans *The City* (Park, Burgess, McKenzie, 1952), Robert Parks et Ernest Burgess synthétisent cette approche d'écologie humaine, dans laquelle la ville est envisagée comme un organisme caractérisé par des flux de groupes humains, disposant de pratiques et d'institutions propres et marqués par des luttes pour le contrôle de l'espace. Elles prennent la forme de compétitions, de ségrégations ou parfois de symbioses. Cette description à la fois déterministe et essentialiste des processus qui orientent la répartition spatiale des groupes sociaux en ville a été largement remise en cause dans les décennies qui ont suivi, montrant ainsi les limites d'une telle transposition des concepts du champ de l'écologie vers celui de la sociologie.

D'autres approches émergent en parallèle et mobilisent la notion de métabolisme de manière plus stricte, au sens propre, en appliquant les méthodes d'analyse des flux de matière et d'énergie pour comprendre les interactions entre les espaces urbains et la biosphère. C'est le cas de l'écologie urbaine telle qu'elle a été développée par l'écologue Eugène Odum (1953, 1976) ou l'ingénieur Abel Wolman (1965). Ces derniers posent les jalons d'une écologie de la ville (ou urbaine), dans laquelle cette dernière est étudiée « comme un écosystème ou encore un organisme doté d'un métabolisme, au sein duquel évoluent les citoyens » (Bognon, 2014, p. 26). La réalisation de bilans de matières permet de rendre visible et quantifiable ce métabolisme, qui caractérise les interactions que la ville entretient

avec d'autres lieux, à travers l'acheminement et le rejet de ressources naturelles depuis ou vers ces derniers :

« [Le métabolisme correspond à] l'ensemble des flux matériels et énergétiques (et des réactions qu'ils induisent) qui contribue à l'activité d'un organisme vivant. Par extension et assimilation, le métabolisme d'un écosystème serait composé de l'ensemble des flux entrants et sortants de celui-ci afin de garantir sa durabilité temporelle » (Bognon, 2014, p.29).

Cette idée de durabilité est importante pour saisir le contexte d'émergence de ce cadre d'écologie urbaine. En effet, les travaux d'Eugène Odum ou d'Abel Wolman sont produits à une période dans laquelle « une double inquiétude émerge : celle de la capacité de la planète à nourrir et à porter une population en pleine croissance d'une part, celle de la puissance destructrice de l'homme d'autre part, compte tenu du caractère fini, limité et unique de la terre » (Barles, 2022, p.70). Du point de vue métabolique, les villes se caractérisent par une forte densité de flux énergétiques entrants et sortants, la présence d'un stock de matière lié à la construction des infrastructures urbaines et une part dominante de consommations finales, qui impliquent des émissions de déchets matériels et énergétiques vers la nature et une externalisation d'une partie du métabolisme urbain. L'ensemble de ces caractéristiques, renforcées par l'industrialisation, produit un métabolisme linéarisé et externalisé. La linéarisation désigne un contexte dans lequel les sociétés urbaines puisent des ressources dans la biosphère, qu'elles lui restituent sous une forme dégradée. L'externalisation induit que pour subsister, les sociétés urbaines et industrielles ont besoin de ressources issues d'autres territoires. Selon ce cadre théorique de l'écologie urbaine, la ville est donc intrinsèquement parasite, puisqu'elle ponctionne des ressources finies dans des territoires extérieurs et contribue à leur pollution à travers des rejets liés à leur consommation. Ainsi, « ce qui est montré, c'est finalement le pouvoir destructeur des villes, opposé à la puissance créatrice de la nature » (Barles, 2022, p. 72). Cela offre peu de prise à des approches qui chercheraient à « envisager la dimension urbaine d'une transition socio-écologique dont l'objectif serait de rendre compatible le fonctionnement des sociétés avec celui de la biosphère » (Barles, 2017, p. 823). En outre, les travaux en écologie urbaine se sont surtout concentrés, au moins dans un premier temps, sur la quantification du métabolisme des villes, à travers la mesure des flux de matière et d'énergie, sans analyser précisément les jeux d'acteurs qui les sous-tendent et peuvent représenter des freins à leurs transformations.

L'écologie industrielle propose un troisième cadre de mobilisation du métabolisme. Développée elle aussi dans la seconde moitié du XXe siècle, elle est portée par des physiciens, chimistes, biogéochimistes ou économistes qui rejettent l'idée d'externalité environnementale défendue dans l'économie néo-classique. Autrement dit, ils considèrent que ces dernières « sont inhérentes au système économique et doivent être considérées comme telles » (Barles, 2022, p. 77). Ce faisant, analyser les flux de matières et d'énergie générés par la société industrielle permet de les internaliser et éventuellement d'imaginer des solutions pour mieux les maîtriser. L'industrialisation se caractérise

entre autres par une nécessité de croissance continue de la richesse, soutenue par une augmentation proportionnelle des ressources tirées de la biosphère pour assurer la production de biens et de services. La prise de conscience du caractère fini d'une partie de ces ressources contribue ainsi à la recherche, dans l'économie industrielle, de voies de bouclages, dans lesquelles « les flux matériels engendrés par une activité humaine [sont] réinjectés en tant que ressources dans d'autres activités humaines, ceci afin de réduire les flux non désirés et polluants se déversant dans l'environnement » (Buclet, Barles, Cerceau, Herbelin, 2015, paragr. 12).

Par rapport à l'écologie urbaine, l'écologie industrielle a donc une ambition théorique, mais aussi pratique. L'analyse du métabolisme des systèmes industriels vise à identifier des moyens de le rendre plus compatible avec les capacités de la biosphère (Buclet, 2009). Les modèles de symbiose, dans lesquels les rejets de certaines industries sont réemployés en tant que ressources par d'autres, en sont une illustration (Brings Jacobsen, 2006). Le site de Kalundborg, localisé au Danemark, est un exemple récurrent de ces processus. L'installation de plusieurs complexes industriels à partir des années 1950, dans un contexte de raréfaction des ressources en eau nécessaires à leur fonctionnement, a donné lieu à la création de réseaux permettant des échanges entre cinq sites de production, mais aussi entre des acteurs publics locaux et d'autres secteurs d'activité comme l'agriculture. Cette symbiose a concerné l'utilisation de l'eau, mais aussi d'autres matériaux et sources énergétiques, comme la biomasse, du gypse ou du charbon rejetés par certaines activités et réexploités par la suite en tant que ressources de production par d'autres (Brings Jacobsen, 2006). Les travaux qui se sont penchés sur l'exemple de Kalundborg ont mis en lumière son caractère très circonstanciel, allant jusqu'à le qualifier « d'heureux accident » de l'histoire économique. Les sites apparus depuis l'ont été grâce à des « promoteurs » privés ou publics particulièrement motivés et entraînants » (Buclet, 2009, p. 4). Dans ce cadre, au-delà de l'analyse et de la comptabilité des flux de matières et d'énergie, les recherches se sont donc également intéressées aux caractéristiques et aux conditions de structuration de réseaux d'acteurs engagés dans une transition vers un modèle plus en phase avec l'état de la biosphère, ainsi qu'aux outils d'évaluation des dispositifs ou des stratégies d'actions mises en œuvre.

Dans le prolongement de cette démarche, certains chercheurs ont développé une réflexion autour de l'écologie industrielle et territoriale, en interrogeant le déploiement géographique des métabolismes industriels et son inscription dans des jeux d'acteurs construits sur un territoire donné :

« en rajoutant le terme "territorial", il est fait référence au fait que l'écologie industrielle ne s'intéresse pas qu'au secteur de l'industrie, mais à une pluralité d'acteurs et d'espaces de déploiement et comprenant des acteurs aux intérêts variés, qu'ils soient industriels, urbains ou encore agricoles » (Brullot, Junqua, Zuideau, 2017, p. 777)

Cette évolution théorique illustre la place croissante accordée à l'analyse des jeux d'acteurs dans l'orientation des flux de matière et d'énergie et insiste donc sur la nécessité d'étudier comment cette organisation se met en place et se concrétise socio-économiquement et comment elle se

matérialise dans l'espace. Elle met également en lumière la nécessité de prendre en compte dans l'analyse des métabolismes non seulement les acteurs et entreprises qui créent les flux dans le cadre de leur activité industrielle, mais également les collectivités publiques et les structures qui contribuent à la gestion des réseaux associés à leur circulation. L'analyse de leurs interactions en vue d'une transformation du métabolisme industriel fait donc aussi partie de l'agenda de recherche de l'écologie industrielle et territoriale. Cette expression a également été reprise dans le champ institutionnel dans une perspective plus restrictive, puisque selon l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), qui en a proposé une définition :

« L'écologie industrielle et territoriale repose sur une approche pragmatique qui considère qu'à une échelle géographique donnée [...], et quel que soit son secteur d'activité, chacun peut réduire son impact environnemental en essayant d'optimiser et/ou de valoriser les flux (matières, énergies, personnes...) qu'il emploie et qu'il génère. » (ADEME, 2019)

Cette perspective pragmatique est effectivement au cœur des travaux en écologie industrielle et territoriale, en particulier tels qu'ils ont été mobilisés par les institutions publiques, parapubliques ou privées qui s'en sont saisies. De ce point de vue, parce que les recherches se sont concentrées au cours des dernières années sur des exemples réussis de bouclage des flux en milieu urbain, pour répondre à cet impératif pragmatique, ce cadre ne permet que marginalement de prendre en compte les formes de résistances ou de frictions à la transition socio-écologique. En outre, si l'écologie industrielle aborde la dimension territoriale des métabolismes et de leur gouvernement — en tant qu'ils sont circonscrits dans un espace donné et influencés par cette position — son objectif n'est pas directement d'étudier en quoi le territoire, en tant qu'entité diversement appréhendée, définie et délimitée, oriente la structuration du métabolisme urbain et est influencé, en retour, par ses transformations. C'est l'un des objectifs que se donne l'écologie territoriale, en tant que dernier-né des champs disciplinaires mobilisant les études métaboliques.

Associer l'analyse matérielle et sociale pour appréhender les interactions entre système alimentaire et territoire : Une approche par l'écologie territoriale

L'écologie territoriale étudie le métabolisme urbain en réalisant des bilans de matières dont l'objectif est de « [rendre] compte du poids tangible de l'existence des territoires qui les caractérisent » (Bognon, 2014, p. 41), croisée à celle des jeux d'acteurs qui les construisent et les orientent. Les bilans consistent à mesurer la quantité de matière et d'énergie entrant dans un territoire — de manière directe ou indirecte — d'analyser leur utilisation au sein de ce dernier puis de calculer ce qui en ressort et sous quelle forme, dans une perspective similaire à celle de l'écologie industrielle et territoriale. La place du territoire y est en revanche différente, puisque « l'écologie territoriale a pour ambition de révéler, de faire se manifester les différentes représentations et pratiques du territoire » (Buclet et al., 2015, paragr. 14) en l'envisageant moins comme un périmètre délimité que comme un « espace localisé et théâtre de jeux d'acteurs complexe, qui semble plus à même de rendre compte des processus

interactifs à l'œuvre » (Barles, Buclet, Billen, 2011, p. 18). Prenant le contre-pied d'une vision selon laquelle les villes feraient par définition obstacle à une transition socio-écologique, l'écologie territoriale étudie les conditions d'émergence d'un régime dans lequel le fonctionnement des sociétés et de la biosphère serait compatible, en analysant notamment les transformations matérielles des espaces urbains nécessaires à cette évolution (Barles, 2017). Or, du point de vue métabolique, la ville se caractérise par l'externalisation de ses flux : comme nous l'avons vu, elle est intrinsèquement dépendante d'autres territoires pour s'approvisionner, mais aussi pour rejeter la matière et l'énergie qu'elle produit en excès. Cela signifie que « si la transition socioécologique passe par la ville, elle ne peut être entièrement contenue en elle » (Barles, 2017, p.829) et donc plus largement que la compréhension des villes passe par celle de leurs interactions avec les territoires qui contribuent à leur pérennité.

Pour analyser ce métabolisme urbain, l'écologie territoriale distingue généralement des sous-systèmes comme ceux de l'eau, de l'énergie ou encore des matériaux de construction. L'ambition d'associer la quantification des flux à « une compréhension de l'action collective et des mécanismes de prise de décision et de passage à l'action (ou de non-passage à l'action) des acteurs » (Buclet et al., 2015, parag. 51) permet de mieux comprendre les infrastructures qui sous-tendent les interactions entre société et biosphère et d'en expliquer les transformations au cours du temps. Les travaux d'écologie territoriale s'appuient ainsi régulièrement sur des analyses de métabolismes sur le temps long, en mobilisant des statistiques historiques associées à l'étude d'archives administratives, scientifiques ou littéraires (Bognon, Barles, Billen, Garnier, 2018; Buclet et al., 2015; Dufour, Barles, 2020). Cette démarche, qui s'inscrit dans le sillage de l'école de Vienne des transitions sociotechniques, permet de mettre en regard des transformations contemporaines avec les évolutions du métabolisme urbain observées au cours du temps. Cette approche historique porte à la fois sur la quantification des flux et sur l'analyse des jeux d'acteurs et des transformations institutionnelles qui en ont orienté et modifié la circulation au fil du temps. Dans sa thèse de doctorat consacrée aux transformations de l'approvisionnement de la métropole parisienne, Sabine Bognon (2014) donne un exemple de cette approche, en décrivant l'évolution de la trajectoire socio-écologique du système alimentaire parisien de 1750 à nos jours. Elle analyse les conditions de mise en œuvre de ce système du point de vue politique, économique et social et met au jour les transformations qui ont contribué à opérer des transitions dans les régimes en place, dont elle propose une synthèse (Tableau 1.3). Le système alimentaire parisien a notamment été marqué, entre le XVIII^e et le XXI^e siècle, par un passage d'un gouvernement très centralisé de l'approvisionnement, placé sous l'autorité royale, à une libéralisation croissante. Elle a atteint son apogée à la fin du XX^e siècle, en lien avec la croissance du secteur agroalimentaire et des entreprises de la grande distribution, ainsi que du découplage de plus en plus fort et d'un éloignement de plus en plus grand entre lieu de production et lieu de consommation.

Tableau 1.3 – Synthèse des différents régimes du système alimentaire parisien, du XVIII^e siècle à nos jours

Période		Caractéristiques du paysage		Régime dominant	
Début	Fin	Sociétal Politique	Environ. Techn. Technol.	Caractéristiques	Modèle emblématique
≈ 1700	1791	Système centralisé par le pouvoir royal et polarisé par Paris			
Dernier siècle de l'Ancien Régime	Fin des corporations	Monarchie centralisée contrôlant le système alimentaire	Conditionné par l'environnement et les capacités de la biosphère	Centralisé par l'État et polarisé par la capitale	Les Halles
Transition					
Ex. de niches	Potentielles	Colonisation (nouvelles opportunités de commerce et de consommation)			
	Avérées	Innovations agricoles			
Fenêtre d'opportunité		Théorisations du développement économique Croissance démographique et ouverture politique			
1811	1949	Système économiquement ouvert et décentralisé			
Rénovation des Halles centrales	Abolition du rationnement de guerre	Régimes politiques centralisés et volontaristes	Importantes avancées techniques et technologiques	Détachement progressif des contraintes de la production alimentaire	Les Halles rénovées Boutiquiers
Transition					
Ex. de niches	Potentielles	Grands magasins (libre-service non alimentaire)			
	Avérées	Émergence du secteur agro-alimentaire et des intermédiaires de commerce. Uniformisation des modes de consommation			
Fenêtre d'opportunité		Croissance urbaine et internationalisation de l'économie			
1949	Décennie 1990	Système international et privatisé			
Création du premier centre distributeur	Vulgarisation des principes du développement durable (Sommet de Rio, 1992)	État dépossédé de la prérogative alimentaire Gouvernance alimentaire privatisée	Déterritorialisation des consommations permise par la mondialisation de l'économie alimentaire	Dessaisonnalisé Déterritorialisé Prix relativement bas	Grande distribution
Ex. de niches	Potentielles	Mouvements sociaux et politiques de réappropriation de l'approvisionnement alimentaire			
Fenêtre d'opportunité		Conscientisation de la population (finitude des ressources...) Crises sanitaires			

Source : (Bognon, 2014, p.154)

À la fin du XX^e siècle, la mise à l'agenda des limites de ce modèle a contribué au développement de cadres de gouvernance alimentaire cherchant à renforcer le rôle des acteurs publics dans leur régulation. La mise au jour de cette trajectoire historique permet donc d'identifier des continuités – les acteurs publics sont revenus dans le champ de la régulation de l'approvisionnement alimentaire de la métropole parisienne – et des spécificités des transformations contemporaines – avec par exemple un rôle croissant des collectivités territoriales, dont les motivations, les modes et le degré de régulation sont différents de l'État. Elle met aussi en lumière l'évolution sur le temps long de la territorialisation des flux nécessaires à l'alimentation de Paris, qui renvoient à une spatialisation nouvelle, mais aussi à des transformations profondes dans les parties prenantes à leur circulation, en lien avec la libéralisation croissante du système alimentaire.

De ce point de vue, l'écologie territoriale offre aussi des outils pour appréhender la matérialisation territoriale des stratégies individuelles et collectives qui orientent, dans notre cas, le système alimentaire. Elle le fait en mobilisant notamment l'analyse des techniques, définies ici comme un « acte traditionnel efficace » [qui] s'étend du geste [corporel] aux dispositifs infrastructurels et

numériques, et participe à la constitution d'une interface toujours plus épaisse entre les sociétés humaines et la biosphère» (Barles, 2017, p. 835, cit. Mauss (1935)). La technique comme interface permet d'interroger le lien entre l'intentionnalité des acteurs, les discours qu'ils portent sur leurs actions et la représentation qu'ils se font de leur activité, en lien avec la diversité des gestes qu'ils effectuent, des outils plus ou moins complexes qu'ils mobilisent et la finalité de leurs actions. Elisabeth Lehec (2018) l'a montré dans le cas des réseaux de déchets, en étudiant les motivations des citoyens qui s'impliquaient dans l'installation et l'entretien de bacs de compostage en pied d'immeubles à Paris. De manière générale, l'investissement dans cette activité ne répond pas seulement à un objectif de réduction des déchets, alors qu'il s'agit *a priori* de la finalité pratique des composteurs du point de vue de la circulation des flux. Le compostage est plutôt envisagé par les habitants comme une technique de manipulation de la matière et d'observation, voire de compréhension de ses transformations, ainsi que comme un espace de création de lien social à l'échelle de l'immeuble. En n'analysant pas les motivations des habitants, « le risque est donc [d'attribuer au compostage] des objectifs – réduire les déchets – qui ne sont peut-être pas ceux de leurs principaux acteurs, les habitants, et de passer à côté de certaines caractéristiques [...] qui, elles, pourraient potentiellement être porteuses de solutions à la gestion des services urbains à l'échelle de la ville » (Lehec, 2018, p.26). Cette approche par les techniques permet donc d'envisager différents rapports aux flux matériels et énergétiques et en ce sens de développer « une connaissance non directement finalisée. En particulier, si le rôle des techniques n'est pas ignoré, et même inclus dans nos analyses, il n'en est pas fait l'instrument de la durabilité au service duquel se mettrait la réflexion. » (Buclet *et. al.*, 2015, para. 14) Cette posture inductive vis-à-vis des motivations des acteurs engagés dans le métabolisme urbain permet d'en appréhender toute la diversité. Elle ne suppose pas que la transition socio-écologique soit la seule finalité de l'action sur la matière et, ce faisant, elle s'écarte également d'une approche normative des pratiques. Elle ouvre aussi la voie à une analyse des écarts potentiels entre le discours qu'ils portent vis-à-vis d'une perspective de transition dans le système alimentaire et la mise en œuvre, sur le plan technique, de cette dernière. Enfin, elle invite à s'interroger sur ce qui, dans leurs pratiques et leurs représentations, contribue à la transition socio-écologique, ou au contraire la freine.

Conclusion du chapitre 1

En introduction de la première partie, nous soulignons que notre thématique de recherche impliquait de mobiliser trois types d'analyse : d'une part celle des jeux d'acteurs à différentes échelles, d'autre part les formes d'interactions entre la société et la biosphère, enfin les logiques d'articulation entre les représentations des individus et leur matérialisation dans des pratiques. Il s'agit d'étudier ces différents aspects de manière relationnelle et dynamique, en s'interrogeant notamment sur la façon dont les membres d'un groupe professionnel, les commerçants indépendants, peuvent participer à une transition socio-écologique du système alimentaire. L'objectif du chapitre 1 était d'explicitier ce que nous entendions par ces deux notions – transition socio-écologique et système alimentaire – et les cadres théoriques que nous retenons pour les mobiliser.

La notion de système alimentaire permet d'appréhender l'alimentation comme un circuit, dont la structuration évolue au cours du temps en fonction des modes d'interaction entre la société et la biosphère. Les travaux plus récents d'économie agroalimentaire montrent aussi en quoi cette structuration correspond à des interdépendances, si ce n'est des rapports de force, entre les parties prenantes du système alimentaire. Ces courants de recherche, de même que ceux ayant trait de manière générale aux systèmes complexes, ont pour objectif de comprendre comment des transitions peuvent émerger. Ils s'inscrivent dans une perspective programmatique pour certains et plus inductive pour d'autres, à l'image du cadre théorique proposé par l'écologie sociale de l'École de Vienne. C'est ce cadre qui est retenu dans le champ de l'écologie territoriale, qui concentre son analyse sur les perspectives de transition dans le métabolisme des espaces urbains. Il s'agit bien d'une approche socio-écologique dans la mesure où cette approche métabolique s'intéresse autant à la quantification qu'à la qualification des systèmes mettant en relation les villes et les territoires qui leur donne accès à des ressources. Cet exercice de qualification rejoint notre objectif d'analyse des jeux d'acteurs à plusieurs échelles, en sollicitant des outils théoriques et méthodologiques issus de différentes disciplines pour comprendre des jeux d'acteurs et de réseaux, mais aussi, à une échelle plus fine, l'incidence des pratiques et représentations individuelles dans les modes de mise en œuvre d'une transition, sans présager de son potentiel de réussite ou de la signification qui lui est accordée par les personnes enquêtées. De ce point de vue, l'écologie territoriale, champ dans lequel nous souhaitons inscrire cette thèse, propose un cadre de recherche interdisciplinaire. L'approche systémique, territorialisée et dynamique qui la caractérise offre un cadre théorique propice à la mobilisation de disciplines complémentaires. Certaines permettent de mieux comprendre les jeux d'acteurs au sein du système alimentaire. D'autres se concentrent sur l'analyse des trajectoires individuelles qui amènent à l'inscription dans une perspective de transition. Leur croisement rend possible une meilleure compréhension du rôle joué par les commerçants dans le processus de transition et sa matérialisation dans le territoire.

Chapitre 2. Les commerçants indépendants entre trajectoires individuelles et trajectoires de transition

Analyser la transformation du système alimentaire au prisme d'une catégorie professionnelle peut paraître paradoxal, au regard de l'importance accordée dans cette notion à la structuration du circuit dans son ensemble et des logiques d'interdépendance entre les acteurs qui y prennent part. Cependant les commerçants indépendants sont justement des types d'acteurs centraux pour appréhender les évolutions dans la matérialisation des circuits en place, et ce pour plusieurs raisons. En tant qu'intermédiaires et à travers leurs choix en matière d'approvisionnement, leur rôle est de faire le lien – matériel, mais aussi relationnel – entre des fournisseurs et des clients qui achètent les produits au détail. Leur métier est donc par définition au cœur des logiques d'interdépendance qui structurent le système alimentaire. Ils ne constituent cependant pas les seuls acteurs de l'intermédiation marchande et ne sont d'ailleurs pas les plus importants sur le plan des quantités mises en circulation, en comparaison avec les entreprises de grande distribution notamment.

Le premier sous-chapitre vise à justifier la pertinence qu'il y a à étudier les commerçants indépendants au regard de ce contexte. Ces professionnels, du fait de leur statut juridique et leur mode d'exercice du métier, sont un point d'entrée privilégié pour mieux comprendre comment les activités marchandes participent aux transformations territoriales. Les commerçants indépendants disposent notamment d'une forte autonomie dans la construction des stratégies liées à l'activité. Elle se traduit par une forte personnalisation de l'exercice du métier, qui invite à s'interroger sur l'articulation entre la trajectoire individuelle et l'inscription potentielle dans une perspective de transition.

Le deuxième sous-chapitre interroge justement dans quelle mesure l'approvisionnement a constitué une grille de lecture pour comprendre le rôle des commerçants dans le territoire. Dans une autre perspective, il s'agit également de se demander si et comment ces acteurs ont été pris en compte dans les travaux consacrés aux systèmes alimentaires alternatifs. Ces deux axes d'étude, peu explorés jusqu'à présent, permettent de poser les jalons d'une analyse des spécificités du rôle des intermédiaires de la distribution dans la transformation du système alimentaire.

Le troisième sous-chapitre revient sur les travaux récents qui ont étudié les alternatives mises en œuvre dans le cadre de l'économie de marché. La notion d'encastrement est ici pertinente pour appliquer au cas des commerçants indépendants une grille de lecture systémique, dynamique et relationnelle adaptée à l'étude des transitions et de leurs conditions d'émergence.

2.1 – Commerces, commerçants et rapport au territoire

Si la littérature scientifique consacrée au système alimentaire et à ses transitions s'est peu penchée sur le cas des commerçants indépendants, l'inverse est également vrai. Ainsi, en géographie et en sociologie, la caractérisation de ce secteur d'activité et de ses acteurs ne s'est pas structurée autour d'une analyse par filières, mais plutôt en négatif d'autres formats de distribution ou catégories professionnelles. Qu'il s'agisse du commerce ou des commerçants, l'analyse du rapport au territoire et à ses changements s'est donc majoritairement concentrée sur les points de vente et leurs alentours. Le rôle de l'approvisionnement a donc été peu exploré, rendant complexe l'identification de points de convergence entre ces travaux et ceux consacrés au système alimentaire. Ils ne sont pas inexistantes pour autant. Un détour par les différents champs de la littérature consacrés pour les uns au commerce indépendant (2.1.a) et pour les autres aux commerçants qui les exploitent (2.1.b) permet notamment de comparer les démarches théoriques et méthodologiques sous-tendues par ces points d'entrée distincts et d'identifier dans quelle mesure ils permettent de poser la question du rapport à la transition du système alimentaire. L'approche par les commerces donne à voir les modalités de structuration de ce secteur d'activité, autour de formats divers et de stratégies de localisation qui le sont tout autant. Celle privilégiée dans les travaux consacrés aux commerçants offre cependant des clés pour articuler les échelles et les trajectoires individuelles et systémiques, appliquées le plus souvent au rapport au territoire autour de la boutique, mais qui restent pertinentes dans le cas d'une analyse centrée sur l'approvisionnement.

2.1.a – Une définition par l'objet : le commerce indépendant isolé, un format délimité en négatif de la grande distribution

Des définitions multiples pour un objet flou

Dès la fin du XIXe siècle, mais de manière accélérée à partir des années 1950, le secteur du commerce de détail a connu des mutations fortes, qui se sont traduites par des transformations des fonctions occupées par les entreprises de distribution. L'entreprise Casino fut ainsi la première à développer, entre 1892 et 1898, des réseaux de succursales, sur lesquels elle s'est appuyée pour rationaliser ses achats aux fournisseurs, la diminution de son taux de marge étant compensée par son volume de vente (Chadeau, 1993). À partir des années 1920, des groupements ont émergé pour permettre aux commerçants indépendants de mutualiser leurs achats, et certains sont allés jusqu'à créer des centrales dédiées. Elles leur ont permis de s'affranchir progressivement des grossistes indépendants (Chadeau, 1993). Ces mouvements ont donné naissance aux entreprises dites de grande distribution et ont été particulièrement massifs dans le secteur alimentaire.

Pour autant, il existe plusieurs façons de définir ce qui distingue une enseigne d'un commerce indépendant. Marie-Laure Allain et Claire Chambolle (2003) distinguent ainsi trois formes

d'organisations, qui se caractérisent par la prise en charge de fonctions plus ou moins nombreuses dans la chaîne d'approvisionnement : le commerce intégré, celui associé et celui indépendant. Le commerce intégré désigne des entreprises qui sont à la fois détaillantes et grossistes, voire transformatrices lorsqu'elles créent des marques de distributeurs. Elles exploitent des réseaux de points de vente dont les responsables sont salariés, ce qui conduit à une forte centralisation des prises de décision et dans la définition des stratégies. Le commerce associé « désigne les entreprises juridiquement indépendantes qui se regroupent pour effectuer certaines opérations en commun, dans le cadre d'un réseau organisé » (Allain, Chambolle, 2003 p. 14). Ce groupement peut porter sur tout ou partie de l'activité, de la publicité au stockage, en passant souvent par l'approvisionnement et l'exploitation de centrales d'achats¹³. Dans ces modèles, la marge de manœuvre des exploitants en termes d'approvisionnement est relativement limitée, puisqu'elle s'inscrit dans les limites des références cataloguées par le franchiseur, auxquelles peuvent s'ajouter, dans une proportion prédéfinie, des fournisseurs auprès desquels l'exploitant peut s'approvisionner directement (Bourbia, 2020). Dans ces contextes, l'autonomie stratégique des commerçants réside essentiellement dans l'organisation de l'activité de vente. Le commerce indépendant correspond selon la typologie de M.-L. Allain et C. Chambolle à « l'ensemble des entreprises isolées exploitant moins de dix magasins » (p.14) et dont les exploitants n'assurent pas d'activité de grossistes. La désignation de commerce indépendant isolé vise à le distinguer des formes associées ou rattachées à des réseaux de franchises. Il est possible de compléter cette définition à partir des apports des sciences de gestion, qui se sont penchées sur le fonctionnement des toutes petites et petites entreprises (TPE et PE). Le commerce indépendant isolé se caractérise ainsi, de ce point de vue, par une concentration des décisions stratégiques autour du dirigeant de l'entreprise :

« La TPE est une méga-personne par opposition à la grande entreprise mégastructure. [Cela] renforce le caractère centralisé de la gestion des PE et TPE autour de la personne du propriétaire-dirigeant dont les valeurs et les aspirations déterminent grandement la gestion de l'entreprise » (Torrès, 2003, p. 127).

Au-delà du nombre de points de vente exploités, qui pose la question de la pertinence du seuil retenu, nous retenons donc que le commerce indépendant isolé¹⁴ se caractérise par une forte autonomie de ses exploitants et, contrairement au commerce intégré ou organisé, par l'absence de prise en charge de certaines fonctions en amont de la distribution – exploitation de centrales d'achats,

¹³ Allain et Chambolle distinguent plusieurs formes d'associations, selon les types d'acteurs qui en sont les initiateurs : des groupements d'achats créés par des détaillants, tels Intermarché ou E. Leclerc, des chaînes volontaires à l'initiative de grossistes, enfin des réseaux de franchises qui « s'articulent autour d'un grossiste ou d'un industriel (le franchiseur) qui donne au détaillant franchisé l'accès à ses produits et à un savoir-faire, moyennant le versement d'un droit d'entrée » (Allain, Chambolle, 2003, p. 15).

¹⁴ Dans la suite du manuscrit et sauf mention contraire, nous désignerons les commerçants indépendants isolés par le terme de commerçants indépendants, pour simplifier la lecture.

marques de distributeurs. À cette distinction selon les types d'organisation du travail s'ajoute celle des formats de distribution, des méthodes de vente et des produits vendus. L'INSEE sépare ainsi :

- les grandes surfaces en libre-service, qui regroupent 1) les hypermarchés dont la surface est supérieure ou égale à 2 500 m², pour au minimum un tiers de ventes liées à l'alimentaire, 2) les supermarchés, d'une superficie comprise entre 400 et 2 500 m² et plus de deux tiers des ventes réalisées dans l'alimentaire ;
- les grands magasins et magasins populaires pour lesquels les exigences de surfaces sont identiques aux grandes surfaces, mais dans lesquels la spécialisation alimentaire est moins affirmée ;
- les commerces de proximité, qui correspondent aux points de vente de moins de 400 m² et qui « se [composent] de commerces de quotidienneté, dans lesquels le consommateur se rend fréquemment, voire quotidiennement, et [qui] inclut également par définition des commerces implantés dans certaines rues ou quartiers commerçants des villes » (Solard, 2010, p. 17). Cette catégorie, qui insiste plus sur la localisation des activités que sur leur spécialisation, regroupe les supermarchés, les supérettes et les commerces spécialisés et de l'artisanat¹⁵.

Cette définition distingue ainsi les types de commerce à la fois selon leur surface, la part consacrée à l'alimentaire et certaines pratiques d'achats ou contextes territoriaux, en particulier pour ce qui concerne le commerce de proximité. Elle tend à réifier une potentielle séparation entre un petit commerce indépendant spécialisé et implanté en centre-ville – le commerce de proximité – et des grandes surfaces de vente en périphérie détenues par des enseignes de grande distribution de l'autre. Les politiques publiques de régulation de l'aménagement commercial et les discours associés à leur mise en œuvre ont eu tendance à renforcer cette représentation (Péron, 2000). Or, dans les faits, cette distinction s'avère souvent erronée. Le commerce intégré et le commerce indépendant organisé – en particulier sous la forme du franchisage – coexistent souvent dans les entreprises de la grande distribution, selon l'implantation des points de vente ou encore leur portée stratégique (David, Filliol, Lucking, 2017). La grande distribution a ainsi renforcé sa présence sur des petites surfaces en centre-ville en recourant au modèle des réseaux de franchises, pour limiter l'investissement foncier conséquent lié à ces modes d'implantation. La diversification des formats et des modes de gestion des entreprises exerce donc également une influence sur la structuration commerciale de la distribution.

Approches géographiques et dynamiques du rapport entre commerce et territoire

En réponse à la complexification des modes d'articulation entre format commercial et mode de localisation, plusieurs travaux en géographie s'attachent à caractériser l'organisation territoriale de ce secteur d'activité. La géographie du commerce développe des modèles de localisation et de

¹⁵ Par rapport au commerce, l'artisanat implique entre autres une activité de production ou de transformation.

hiérarchisation des centralités commerciales à différentes échelles et en fonction de plusieurs paramètres économiques, sociaux et spatiaux (Merenne-Schoumaker, 2008; Metton, 1984). Le développement important de ces travaux dans la seconde moitié du XXe siècle est à mettre en lien avec celui de la grande distribution, caractérisée par des stratégies de localisation qui rompent avec celles adoptées auparavant par le commerce indépendant de proximité. Ces entreprises se sont en effet progressivement émancipées des implantations traditionnelles et de leurs caractéristiques spatiales, telles que la centralité ou la densité, pour valoriser d'autres paramètres, comme la proximité aux flux routiers et autoroutiers et la disponibilité de grandes emprises foncières. Ces évolutions stratégiques correspondent à une nouvelle structuration des échanges et en particulier de l'approvisionnement : les premiers économats, à l'image de ceux développés par Édouard Leclerc, se sont progressivement installés dans des hangars très peu aménagés en périphérie urbaine pour faciliter l'approvisionnement des magasins par des grossistes (Péron, 1993). Dans sa thèse consacrée au processus de déterritorialisation du commerce, Pascal Madry (2016) a également montré comment l'évolution des modèles économiques des entreprises de grande distribution transforme les critères territoriaux d'implantation. Leurs stratégies sont ainsi marquées de manière croissante par une spécialisation progressive vers des activités d'investissement et de valorisation foncière, qui influencent leurs choix en matière d'implantation commerciale.

De façon complémentaire, plusieurs courants de la géographie se sont spécifiquement penchés sur le rôle joué par le commerce dans la fabrique et en particulier la transformation des territoires, en prenant en compte des mutations urbaines et sociales à différentes échelles. Ils prennent tous acte du fait que « la structure du commerce accompagne, sinon anticipe, les changements spatiaux et sociaux qui y surviennent » (Lemarchand, 2011, p. 3). La géographie de la consommation, marquée par le tournant culturel de la géographie, cherche ainsi à « saisir la place qu'occupent désormais les lieux et les territoires du commerce dans une société où la pratique consommatoire est devenue une pratique d'identification » (Lemarchand, 2011, p. 7). En particulier, il s'agit d'identifier, à l'échelle de quartiers ou de centralités commerciales, la manifestation de transformations sociales et économiques plus larges, liées au développement de la société capitaliste et mondialisée :

« l'échange économique devient un révélateur de culture, y compris de cultures strictement marchandes [...] Cette relation dialogique entre le commerce et la culture permet d'individualiser tel territoire par rapport à tel autre, telle société de la voisine ou d'une plus lointaine : étudier le commerce dans cette optique, c'est mettre en évidence le système de valeurs centrales d'une aire civilisationnelle ou d'un groupe humain » (Dugot, Lemarchand, 2014, p. 263).

La géographie de la consommation a donc pour ambition d'analyser comment les espaces d'échanges marchands, qui participent activement à la structuration de la société de consommation, participent à la construction des identités et des communautés ou à l'inverse créent des formes d'exclusions (Deener, 2007; Zukin et Kosta, 2004). Ces travaux insistent particulièrement sur la

dimension symbolique et esthétique du commerce, dans le sens où il contribue à « nourrir l'émergence des publics, mettre en scène les codes de la vie quotidienne, ou représenter des relations structurantes de la société » (Fleury, Radice, 2014, p. 25). Les lieux de commerce sont alors des espaces privilégiés pour observer des transformations sociales et économiques, incarnées en particulier par de grandes entreprises commerciales représentatives des évolutions du modèle capitaliste depuis le début du XXe siècle. Si ce courant de la géographie du commerce permet de mettre en lumière des processus systémiques d'évolution du rôle des activités commerciales dans la société, ils ne prennent donc pas pour cœur d'étude le commerce indépendant. En outre, l'agenda de recherche de ce courant est bien centré sur la consommation et son influence croissante sur les structures sociales.

Finalement, la définition en négatif de ce qui constitue le commerce indépendant peut être rattachée à son contexte d'émergence dans le champ de l'économie de la distribution, dont l'un des objectifs est de comprendre les logiques économiques propres à la structuration des entreprises qui sont nées dans le courant du XXe siècle. Ainsi, dans *La distribution. Stratégie des réseaux et management des enseignes*, Jacques Dioux et Marc Dupuis (2009) décrivent avant tout ce secteur d'activité comme « [centré] sur la recherche d'une meilleure productivité et d'une compression des coûts à tous les niveaux par le groupage d'achats, l'organisation de la logistique et la rationalisation des points de vente » (Dioux, Dupuis, 2009, p. 10). Le commerce indépendant, qui se caractérise justement par une faible intégration dans des logiques de groupement, y apparaît presque comme une forme primitive du commerce de détail, vouée à la disparition :

« Chaque vague de "modernisation" du commerce de détail aurait ainsi contribué à réduire le domaine des petits commerçants qui seraient devenus, par la force des choses, une catégorie disparate constamment sur la défensive, car tributaire d'une activité économique menacée. Au Québec, ces récits déclinistes sont aujourd'hui si bien implantés dans le débat public que plus personne ne s'étonne désormais qu'une des principales firmes de consultants spécialisés en revitalisation commerciale se soit incorporée sous le nom de Fondation, un terme habituellement réservé aux œuvres de bienfaisance (Fondation Rues Principales 2016) » (Maltais, 2016, p. 3)

Le commerce indépendant continue cependant de constituer une catégorie importante pour saisir la structuration de la distribution, notamment lorsque l'on cherche à comprendre son rôle dans le système alimentaire. D'une part, il représentait en 2013 75 % du parc total de points de vente en France (David, Maurel, Bournonville, 2015) pour ce qui concerne l'alimentation, ce qui traduit une permanence de ces formats, aussi bien sur le plan du poids économique – ces activités généraient 20 % du chiffre d'affaires du secteur (*ibid.*) – que sur celui de leur présence dans le territoire. La permanence du commerce indépendant isolé s'observe aussi dans la structuration du système alimentaire contemporain et des jeux d'acteurs qui le régissent. En effet, dans le cas du commerce alimentaire spécialisé, la prégnance des commerces indépendants isolés participe pleinement d'une logique de filières par types de produits alimentaires, qui structure l'organisation des entreprises et des

fournisseurs, ainsi que celle des organisations professionnelles qui les défendent (Billion, Baritoux, Loudiyi, 2016; cf. chapitre 3). La diversité des formats commerciaux joue donc un rôle important, notamment pour ce qui concerne leur rapport au territoire. La spécificité structurelle du commerce indépendant isolé, qui a trait à sa forte personnalisation et à l'importante autonomie de ses exploitants, invite malgré tout à compléter la définition du métier en prenant comme point d'entrée non pas les formats adoptés, mais les profils de ceux qui l'exercent.

2.1.b – Une définition par le métier: les commerçants indépendants, une catégorie socioprofessionnelle marquée par une forte diversification

Les commerçants indépendants, une catégorie professionnelle pour des trajectoires plurielles

La figure du commerçant indépendant apparaît à la suite de l'abolition des corporations en 1791. Leur disparation entraîne un glissement de la définition du métier de la spécialité artisanale à l'exercice d'une activité de négoce (Garçon, 2000). Dès lors, au même titre que le commerce en tant qu'objet, le commerçant a surtout été appréhendé en miroir d'autres catégories professionnelles (Zalc, 2012). Durant le XIXe siècle, la révolution industrielle contribue en effet à l'émergence d'une nouvelle grille de lecture des classes sociales, qui attribue une position paradoxale aux commerçants et artisans : ils sont distincts des salariés, notamment par un régime fiscal spécifique — la patente — et par la détention de leurs moyens de production ; pour autant, une partie d'entre eux a une trajectoire sociale similaire à celle des ouvriers et exerce même, dans de nombreux cas, des emplois à l'usine en complément de leur activité commerciale, dont la gestion quotidienne est assurée par leur épouse (Zalc, 2012). Cette situation ambiguë se traduit aussi dans leur conscience de classe, puisque jusque dans les années 1960, plus d'un tiers des artisans et commerçants déclarant se sentir appartenir à une classe sociale s'identifiait à la classe ouvrière (Mayer, 1993).

Dans ce contexte, la définition de cette catégorie professionnelle s'est longtemps construite en négatif du salariat, même si l'on peut identifier des paramètres propres à l'exercice du métier jusqu'à la fin du XXe siècle, telle que la prédominance des petites entreprises familiales dans lesquelles l'épouse apporte une partie des conditions économiques et participe à la gestion au quotidien, ou l'appui sur des réseaux interpersonnels forts pour le développement de l'activité (Faure, 1979). Dans de nombreux cas, l'exercice du commerce est également perçu comme une opportunité d'ascension sociale et une alternative au salariat, *a fortiori* pour des catégories de la population qui en sont exclues, comme les étrangers (Zalc, 2010). Dès la Troisième République, plusieurs organisations syndicales de « défense des “couches moyennes” » (Zalc, 2012) émergent et participent à la politisation d'une partie des commerçants indépendants. Cela a influencé la délimitation de cette catégorie professionnelle, puisque les revendications s'articulent autour de la défense d'un statut indépendant et de valeurs qui ont pris, à partir des années 1930, des allures tour à tour conservatrices ou xénophobes (Gresle, 1983 ; Zalc, 2014). La structuration politique d'une partie des indépendants se cristallise en effet à cette

période autour d'une mobilisation contre le commerce étranger, perçu comme une concurrence déloyale dans un contexte de crise économique (Zalc, 2010). Par la suite, les organisations syndicales et politiques consacrées au moyen et petit patronat se sont développées autour d'une recherche de protection par l'État face à différentes formes de concurrence, opérées principalement par les grands magasins et plus encore la grande distribution. Le mouvement poujadiste, porté par Pierre Poujade entre 1953 et 1956 autour de l'Union de défense des commerçants et des artisans, représente l'aboutissement de cette politisation et catalyse le positionnement des commerçants indépendants vis-à-vis de l'État et des autres acteurs du commerce :

« la menace du déclassement social et d'une dépendance croissante vis-à-vis de l'État et des distributeurs, largement relayés par les organisations politiques et la presse professionnelle, engendre une fermeture du groupe sur lui-même qui se fige dans une posture de repli, parfois teintée de xénophobie » (Zalc, 2012, p. 61).

Cette approche historique du processus de structuration de la catégorie de commerçant indépendant et de son appropriation permet de mettre en avant certaines caractéristiques qui nous semblent centrales dans son appréhension. D'une part, elle s'est construite dans un processus de distanciation croissante du salariat et en tant qu'alternative, contrainte ou choisie, à ce dernier. D'autre part, s'ils se sont positionnés contre de nombreuses formes d'activités économiques au cours du temps, les commerçants indépendants n'en ont pas formé pour autant une catégorie unifiée. Les travaux d'histoire des commerçants étrangers, menés notamment par Claire Zalc (2001, 2010), permettent par exemple d'appréhender d'autres trajectoires sociales et réseaux laissés à la marge des tentatives d'affirmation d'un statut unifié. Cette diversité des profils et trajectoires de commerçants n'est pas seulement historique et en géographie urbaine ainsi qu'en sociologie, des courants de recherche se sont structurés autour de l'analyse de l'entrepreneuriat ethnique contemporain (Dubucs, Endelstein, 2020 ; Ma Mung, Body-Gendrot, Hodeir, 1992).

Les commerçants étrangers, largement invisibilisés dans la constitution politique de la catégorie de commerçants, ne sont pas les seuls représentants de la diversification et de la transformation des contours de la profession. Le développement d'entreprises de service sur la chaîne de distribution a, par exemple, contribué à lever certaines barrières à l'entrée dans le métier, de même que le développement des réseaux de franchise, dont la diffusion a été accélérée « notamment sous l'impulsion des reconvertis, car ces nouveaux entrants ont besoin d'un encadrement fort puisqu'ils ne disposent pas de savoir-faire et d'expériences de métier, et souvent, pas non plus de réseau professionnel » (Mazaud, 2009, p. 121). Ce type d'association a ouvert d'autres voies d'accès à la profession que celles fondées sur la transmission familiale d'un savoir-faire, d'un réseau professionnel et d'une clientèle. La diversification des profils socio-économiques de commerçants indépendants peut aussi être rattachée à la valorisation par l'État depuis les années 1970 — et de manière encore plus affirmée depuis les années 1980 — de la création d'entreprise comme alternative au salariat et

voie d'évitement du chômage (Barthe, Chauvac, Dubois, 2014). Des dispositifs tels que l'aide aux chômeurs créateurs et repreneurs d'entreprises (ACCRES), accessible à toutes les catégories de chômeurs depuis 1985, témoignent de cette orientation des politiques publiques. Si elles ne concernent pas spécifiquement le commerce, elles ne l'excluent pas non plus et contribuent donc à l'émergence de nouvelles trajectoires et rationalités associées au développement d'une activité.

Ce panorama des critères de définition des commerçants indépendants isolés permet moins d'identifier des caractéristiques qui leur seraient communes, que l'importance de prendre en compte leur trajectoire professionnelle et leur mode d'entrée dans le métier pour mieux appréhender la diversité des contextes d'exercice du métier.

Du commerce au commerçant dans l'analyse du rapport au territoire

La diversification des profils de commerçants indépendants, rendue visible par des travaux alliant l'analyse des trajectoires individuelles à l'étude des contextes socio-économiques et politiques qui les rendent possibles, pose des questions de recherche différentes de celles posées sur le lien entre commerces et territoires. Les échelles mobilisées ne sont également pas identiques. Dans un article précurseur, Jean-Yves Authier (1989) a bien résumé le parti pris des travaux qui se sont emparés de cette question et ont connu un renouveau à partir des années 2010 : « [le] travail sur les caractéristiques et les stratégies des commerçants, qui révèle là des résistances, là des anticipations, permet aussi, plus globalement, de saisir certains facteurs d'évolution du quartier » (Authier, 1989, p. 69). Il a proposé, à partir d'une enquête de terrain dans un quartier en mutation de Lyon, une typologie des commerçants dans laquelle s'articulent « les propres logiques de positionnement des commerçants dans les enjeux locaux et [sa] logique personnelle de classification d'individus présents dans un espace localisé » (Authier, 1989, p. 67). Il en tire quatre profils de commerçants définis en fonction de leur opinion vis-à-vis des transformations, de leur trajectoire personnelle et professionnelle et de leur relation au territoire au moment de l'ouverture de la boutique. René Péron posait également, dans le début des années 2000, la question des mutations du profil des commerçants indépendants face à la croissance de la grande distribution, en appelant à dépasser la distinction entre « petits » et « grands » commerçants :

« Ces catégories ont occulté la nature d'autres clivages qui ont mis fin à l'existence d'un groupe social qui, longtemps, au-delà de ses différenciations internes, tira son unité et sa place dans la société de l'exercice d'une profession et de l'affirmation d'une identité reposant principalement, l'un et l'autre, sur le mode d'exploitation familial. [...] les fractions viables du "petit commerce" se vident [...] de leur contenu traditionnel et leur viabilité dépend de l'instauration de nouveaux rapports à l'argent, au métier, au mode de vie – particulièrement dans sa dimension familiale – aux clients » (Péron, 2000, p. 98).

À travers ce constat en forme d'agenda de recherche, R. Péron invitait à prendre de la distance vis-à-vis des analyses comparatives, pour appréhender la catégorie de commerçants indépendants

dans sa complexité. Il s'agissait notamment de souligner le rôle décroissant joué par la transmission familiale dans l'entrée dans le métier, qui invite à s'interroger sur les nouvelles caractéristiques socio-économiques de ces professionnels. R. Péron interrogeait cette diversification des trajectoires pour expliquer les renouveaux dans la géographie du commerce et donc les stratégies des commerçants en rapport avec le territoire.

Ces deux travaux précurseurs trouvent un écho dans la littérature scientifique consacrée au lien entre commerce et changement urbain. Il s'agit notamment d'étudier comment les commerçants peuvent constituer un marqueur, un vecteur ou un frein de transformations territoriales (Chabrol, Fleury, Van Crielingen, 2014). Marqueur, dans le sens où le paysage commercial peut traduire des transformations plus générales du quartier dans lequel il s'insère, à travers l'offre proposée et la mise en scène commerciale qui y est associée (Lehman-Frisch, 2002 ; Miller, 2005). Vecteur, dans la mesure où le commerce peut être utilisé comme levier de transformations sociales et urbaines. Cela se manifeste par la mise en place de politiques publiques volontaristes (Bacqué et Fijalkow, 2006 ; Costil et Deboulet, 2020 ; Fleury et Fol, 2018 ; Zouari et Charmes, 2020), ou les initiatives de commerçants et entreprises pionnières engagés dans des dynamiques de changements urbains (Mermet, 2020). Frein, dans la mesure où les activités commerciales peuvent aussi manifester des résistances à des transformations dans la structure résidentielle de certains quartiers ou leur spécialisation, dans des activités de tourisme par exemple. Les travaux consacrés aux formes de résistance ou de « continuités populaires » (Giroud, 2007) dans les quartiers marqués par la gentrification¹⁶ illustrent ce processus (Clerval, 2011 ; Giroud, 2007). Ces approches ont permis de renouveler le regard porté sur le rôle du commerce vis-à-vis du territoire en insistant notamment sur la très grande diversité des formes d'adaptation. Il en résulte notamment que l'on ne peut pas opposer frontalement, dans l'analyse des liens entre commerce et changement territorial, des nouveaux commerces précurseurs et d'anciens commerces voués à la disparition, comme l'ont montré Antoine Fleury et Anouk Mayadoux dans leur typologie des stratégies de résistance au changement urbain dans un quartier populaire de Berlin (2019). Les commerçants existants peuvent en particulier mobiliser un certain nombre de ressources propres au quartier et construites au cours du temps pour maintenir voire développer leur activité (Chabrol, 2011). Dans cette perspective, la compréhension des stratégies développées par les commerçants indépendants ne peut se passer de celle de leur parcours et de la représentation qu'ils se font de leur activité, qui détermine d'une part leur manière de percevoir les transformations de leur

¹⁶ La gentrification désigne ici la « (re-)valorisation économique et symbolique d'un espace, qui s'effectue en partie sous le sceau d'un certain modèle d'urbanité inspiré par la ville ancienne européenne à travers la concurrence entre différents acteurs et groupes sociaux inégalement dotés pour son apparition et sa transformation » (Chabrol et al., 2016, p. 68). Cela se traduit par l'installation, dans des quartiers centraux anciens, de ménages dotés de capitaux économiques ou culturels qui font évoluer des quartiers initialement populaires et contribuent à sa revalorisation foncière par la réhabilitation de logements, aux dépens des ménages qui y résidaient jusqu'à présent.

environnement et d'autre part les ressources dont ils disposent pour construire une action en réponse à cette représentation.

Les contextes de gentrification commerciale ont été particulièrement étudiés selon des perspectives s'intéressant aux trajectoires individuelles (Fleury et Mayadoux, 2019; Lelévrier et Rivière, 2020; Maltais, 2016). Ils s'inscrivent dans des contextes où les parcours de reconversion de cadres ou professions intermédiaires vers les métiers de l'artisanat et du commerce bénéficient d'une forte visibilité sur le plan médiatique et dans une certaine mesure sur celui des politiques publiques liées au commerce (Cassely, 2017; Ocejó, 2017; Rambal, 2018). Certaines recherches, dans le champ de la sociologie du travail, s'attachent à comprendre les ressorts de cette bifurcation dans le parcours professionnel de ces nouveaux commerçants ou artisans (Dain, 2021) et la manière dont la représentation de leur profession s'articule avec le territoire dans lequel ils s'installaient pour développer leur activité. L'enquête de terrain menée par Frédérique Leblanc auprès de commerçants « *gentrifieurs* » (Leblanc, 2017, p. 88) dans l'Est parisien est emblématique de cette démarche et témoigne de l'intérêt d'associer une analyse des parcours à la compréhension des stratégies de localisation de ces professionnels. Dans une approche critique de l'idée de reconversion comme aboutissement d'une quête de sens dénuée de fondements socio-économiques, F. Leblanc pose l'hypothèse que « la reprise ou la création d'une activité commerciale à Paris peut être considérée comme une réussite sociale à condition qu'elle s'inscrive dans un quartier pris dans un processus de gentrification » (Leblanc, 2017, p. 88). Dans ce cadre, l'exercice de la profession est intrinsèquement lié à des transformations du territoire, en même temps qu'il y participe en rendant le paysage commercial cohérent avec ses évolutions résidentielles. Dans le cas d'étude de Frédérique Leblanc, le profil social des commerçants en reconversion est similaire à celui des résidents nouvellement installés, de même que la représentation qu'ils se font d'un commerce plaisant – en termes de produits vendus, mais aussi de mise en scène commerciale et d'interactions au sein de la boutique. À travers ces représentations du métier, qui orientent leurs pratiques, ces commerçants agissent sur le territoire dans lequel ils exercent leur activité :

« Les "gentrifieurs commerçants" deviennent donc des "commerçants gentrifieurs" parce qu'ils interviennent sur la manière de vivre "le" quartier et "dans le" quartier par leur pratique professionnelle. [...] L'entre-soi qu'ils circonscrivent n'est certes pas fermé comme celui des classes supérieures, mais le "vivre ensemble" qu'ils pratiquent et, de fait, imposent progressivement, est socialement très sélectif » (Leblanc, 2017, p. 95).

L'analyse de la position sociale des commerçants indépendants, en lien avec leur parcours biographique et leurs représentations du métier, est donc centrale pour comprendre comment ils se saisissent de contextes de transformations urbaines et sociales qu'ils anticipent ou contribuent à infléchir. L'enquête de terrain de F. Leblanc avait pour objectif de comprendre, dans une perspective sociologique, comment certains commerçants s'appuyaient sur des ressources territoriales pour légitimer leur reconversion. Dans d'autres travaux, cette démarche a été mobilisée pour analyser plus

précisément le positionnement des commerçants indépendants par rapport à des contextes de transformations territoriales (Fleury et Mayadoux, 2019; Lelévrier et Rivière, 2020; Maltais, 2016; Stock et Schmiz, 2019). Ils fournissent des jalons pour construire des typologies des modes d'anticipation, d'adaptation ou de résistance aux changements urbains, en insistant sur la façon dont ces stratégies sont orientées par le parcours, les ressources et la représentation de leur métier qu'ont les commerçants. De ce point de vue, ils peuvent être rapprochés de champs de la sociologie qui interrogent spécifiquement la construction de ces représentations et le rôle des trajectoires individuelles dans les pratiques des individus et, plus largement, des processus de transformations sociales.

Trajectoires, pratiques et représentations des commerçants au prisme de la sociologie compréhensive

En premier lieu, la sociologie de l'entrepreneuriat propose des cadres d'analyse adaptés au caractère fortement personnalisé du commerce indépendant et aux évolutions récentes de cette catégorie professionnelle. La figure de l'entrepreneur se caractérise par une très forte hétérogénéité, qui se retrouve dans les activités exercées, les revenus perçus, les modes d'entrées dans le métier ou encore les motivations associées au choix de ce statut (Menger, 2014). En ce sens, l'entrepreneuriat « ne constitue pas un "monde social" doté d'une identité collective forte et partagée » (Chauvin, Grossetti, Zalio, 2014, p. 16). Pour dépasser cette hétérogénéité, Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti et Pierre-Paul Zalio proposent de décaler le regard de la figure de l'entrepreneur à celle des activités entrepreneuriales, qui désigne « l'association dynamique [...] d'une logique d'action générique (la logique entrepreneuriale), et d'un contexte, constitué de ressources ou d'appuis, spécifique d'une période donnée et d'une position (d'une situation) dans le monde social » (Chauvin, Grossetti, Zalio, 2014, p. 22). La logique entrepreneuriale décrite dans cette citation se caractérise ainsi par « toutes les pratiques sociales [qui] engagent un projet de transformation de l'existant au-delà de l'action en cours et impliquent à la fois une attitude réflexive et une prise de risque » (Chauvin, Grossetti, Zalio, p. 22). Ce mode d'appréhension de l'action des entrepreneurs correspond à une approche compréhensive, telle qu'elle a été théorisée par Max Weber et dont l'objectif est de dévoiler le sens que les individus donnent à leurs actions, en les interrogeant en particulier sur leurs représentations :

« [La sociologie est] une science qui se propose de comprendre par interprétation l'activité sociale et par là d'expliquer causalement son déroulement et ses effets. Nous entendons par "activité" un comportement humain [...] quand et pour autant que l'agent ou les agents lui communiquent un sens subjectif » (Weber, 2010, p. 28 [1921]).

Alexandre Maltais a adopté cette posture de recherche pour étudier les stratégies adoptées par des commerçants montréalais dans des quartiers marqués par la gentrification. Il a montré que le sens donné par ces professionnels à leurs actions est lié en partie à une forme de rationalité économique,

qui sous-tend le maintien de leur activité, mais qu'il est aussi une traduction des « manières dont [ces] individus intériorisent les conditions objectives de leur destin social tout en les réinterprétant » (Maltais, 2016, p. 97, cit. Schnapper, 1999). Il s'agit donc d'une manière de comprendre comment leur exercice du métier est orienté par les capitaux dont ils disposent, les réseaux dans lesquels ils s'insèrent et la trajectoire qui leur a permis d'occuper une position donnée au moment où nous les rencontrons.

Le destin social évoqué par A. Maltais invite ainsi à étudier plus précisément le parcours biographique des commerçants. En sociologie, les biographies cherchent à « élucider les liens entre le "sociologique" et le "biographique" en montrant concrètement, à partir d'analyses empiriques, comment des parcours individuels, ou des lignées familiales, s'éclairent en étant reliés à des processus socio-historiques et comment, inversement, ces processus peuvent se comprendre à partir de l'analyse de leurs traductions individuelles » (Dubar, Nicourd, 2017, p. 4). Cette méthode d'analyse a d'abord été théorisée par les tenants de l'école de Chicago durant la première moitié du XXe siècle, avant d'être popularisée en France notamment par Daniel Bertaux (2018). L'approche biographique s'appuie sur différents matériaux et notamment les récits de vie récoltés en entretien, pour comprendre comment des trajectoires individuelles s'inscrivent dans des processus sociaux, des normes ou des institutions. Ce cadre théorique accorde une place importante à l'articulation entre les différentes sphères de vie des individus – espace familial, amical, professionnel – et à son impact dans le parcours des individus. Par son objet même, il place au cœur du dispositif d'analyse les temporalités mises au jour par les récits de vie, qui apparaissent sous la forme de passages obligés – entrée à l'école, diplômes, décohabitation par exemple – ou de rupture plus ou moins brutale avec la trajectoire envisagée au départ par les individus. Cet intérêt pour la construction au cours du temps des déterminants de la position sociale résonne avec la démarche de la sociologie compréhensive, à laquelle se rattache explicitement une partie des promoteurs des biographies en sociologie. Claude Dubar et Sandrine Nicourd rappellent ainsi que :

« La formation des conduites passe, selon Weber, à la fois par l'intériorisation de structures préexistantes et par l'action délibérée, productrice de modifications structurelles. La pondération entre le premier et le second processus varie selon les époques, les cultures et les contextes. Cependant dans cette perspective, causes (objectivées) et raisons (subjectivées) ne doivent pas être opposées, mais analysées ensemble, comme les déterminants et les décisions, au sein d'une démarche liant explication et compréhension. » (2017, p. 44)

L'approche biographique ambitionne donc de relier, à travers le récit de vie des individus, leur appréhension subjective et inévitablement reconstruite des événements aux structures sociales auxquelles ils appartiennent. D'un autre côté, les évolutions de la position sociale des individus, ainsi que de la représentation qu'ils se font de leurs pratiques, illustrent aussi des mutations plus générales des configurations sociales dans lesquelles ils se situent. Nous reprenons ici une notion développée

par Norbert Elias, chez qui la configuration correspond à « une situation, à une dimension spatio-temporelle variable, telle que ce qui y advient produit un effet sur les êtres qui y sont impliqués, lesquels contribuent eux-mêmes, par leurs actions, à modifier cette situation » (Heinich, 2010, p. 92). Cette approche a pour objectif de dépasser la distinction généralement faite entre l'individu et la société, dans la mesure où, si les actions des individus sont guidées par un processus de socialisation et des formes d'interactions régulées, ce sont aussi elles qui produisent la société et son orientation. Pour illustrer cette approche, Norbert Elias mobilise la métaphore du filet :

« La forme de chaque fil se modifie lorsque se modifient la tension et la structure de l'ensemble du réseau. Et pourtant ce filet n'est rien d'autre que la réunion de différents fils ; et en même temps chaque fil forme à l'intérieur de ce tout une unité en soi ; il y occupe une place particulière et prend une forme spécifique » (Elias, 1991, p. 70).

Ici, un fil représente un individu, situé dans une position d'interdépendance avec l'ensemble des autres membres de la société qui, en tant que filet, forme une structure qui dépasse le simple fil. Lorsque cette structure évolue, cela a un impact sur l'individu, qui est amené à se transformer, mais d'une manière qui lui est propre et qui est liée à la position qu'il occupait antérieurement. En filigrane, cette métaphore invite également à appréhender les configurations comme des structures en perpétuel mouvement et dont on ne peut comprendre le fonctionnement qu'à l'aune de l'appréhension des processus qui les guident. Cette approche dynamique permet de relier des trajectoires individuelles à des trajectoires sociales plus générales : « penser et analyser ensemble l'histoire "biographique" des individus et l'histoire "collective" des sociétés comme deux processus temporels étroitement liés constitue le défi majeur de cette sociologie historique qui, dans ce cas, est aussi une sociologie des biographies » (Dubar, Nicourd, 2017, p. 52).

On peut trouver un exemple de cette démarche dans l'enquête réalisée par Daniel Bertaux et Isabelle Bertaux Wiarme en 1980 auprès de boulangers. Ils prennent comme point de départ la situation inédite de la France vis-à-vis de cette profession : « Fini l'artisanat dans tous ces pays [industriels]. En France par contre, l'artisanat boulanger tient encore près de 90 % du marché du pain. Pourquoi ? [...] il doit bien y avoir des raisons structurelles qui reconstituent quotidiennement cette vitalité » (Bertaux, Bertaux-Wiame, 1980, p. 1). Pour répondre à cette question, ils retracent le parcours des boulangers et reconstituent leurs emplois du temps à différentes étapes de leur vie professionnelle. Ils analysent les évolutions au cours de la carrière des boulangers et entre plusieurs générations, pour mettre en lumière des régularités révélatrices des structures sociales qui orientent la pratique individuelle du métier. Par exemple, la relation des apprentis aux artisans s'appuie sur des rapports sociaux très encadrés :

« Un triple rapport lie [l'apprenti] à l'artisan : un rapport d'employé à patron ; un rapport d'élève à maître ; un rapport enfin de fils à père, puisque selon l'esprit même de la loi, l'autorité parentale passe du père de l'apprenti au maître d'apprentissage. Ces trois rapports sont trois rapports sociaux, et non interpersonnels ; ils s'appuient en effet sur trois

institutions précises. Tous trois se conjuguent pour placer l'apprenti en position de soumission aux ordres du boulanger. » (Bertaux et Bertaux-Wiarne, 1980, p. 42)

D. Bertaux et I. Bertaux-Wiarne accordent aussi une grande attention aux événements dans le parcours des boulangers qui, au contraire, sortent de l'ordinaire ou sont vécus comme exceptionnels par ces derniers, dans le sens où « l'exception révèle le sens de la règle, et elle est en cela infiniment "représentative", au sens où elle transforme les représentations que nous nous faisons » (Bertaux et Bertaux-Wiarne, 1980, p. 63). De ce point de vue, ils font du sens que les individus accordent à leurs actions une variable d'explication de transformations sociales et économiques. Cela les a d'ailleurs amenés à parler de récits de pratiques plutôt que de récits de vie, une démarche que Daniel Bertaux explicite dans la citation suivante :

« L'effort de compréhension des pratiques décrites dans les récits peut certes et doit conduire à s'intéresser au niveau symbolique ou "sémantique" du sens, celui où s'entrecroisent significations, croyances, représentations, valeurs et projets qui, se combinant aux situations objectives, contribuent à orienter les logiques d'actions des acteurs. [...] Mais encore une fois, dans la perspective développée ici, ce qui intéresse en priorité le sociologue ce sont les conditions matérielles et sociales, la structure des rapports de pouvoir et les dynamiques de fonctionnement et de transformation d'un secteur ou d'un fragment cohérent de société » (Bertaux, 2018, p. 15)

À différents égards, les approches par le commerce et par les commerçants sont donc complémentaires. De la première, nous retenons l'importance d'appréhender le commerce en lien avec la division du travail induite par le format qu'il adopte – organisé, franchisé ou indépendant. Sur le plan spatial, la structuration de ces entreprises est cruciale pour comprendre les stratégies d'implantation retenues, mais également dans la mesure où ces stratégies sont révélatrices de rapports différents au territoire et à ses propriétés. La forte personnalisation de l'exploitation dans le cas du commerce indépendant justifie que l'on s'intéresse spécifiquement aux commerçants, ce qui offre des perspectives pour comprendre comment, à l'échelle communale et infracommunale, ces acteurs agissent sur le territoire et participent à ses transformations. En lien avec notre problématique, cette approche permet également de croiser leur trajectoire avec celle de changements plus systémiques. L'approche biographique permet ainsi d'articuler plusieurs échelles d'analyse en croisant les parcours individuels à des dynamiques sociales globales. En étant attentive à la façon dont les individus décrivent leur trajectoire et les ressources qu'ils ont mobilisées pour développer leurs activités, il s'agit également d'interroger les jeux d'acteurs dans lesquels ils s'insèrent.

Cependant, les deux champs de la littérature détaillés ci-dessus se sont jusqu'à présent concentrés sur le rapport au territoire d'implantation des points de vente. Les territoires liés à l'approvisionnement ont ainsi été peu étudiés dans la géographie du commerce ou urbaine, alors qu'ils jouent un rôle important dans la territorialisation de cette activité, en particulier lorsque l'on s'intéresse à son rôle dans le système alimentaire et ses transformations. Dans une autre perspective,

les travaux de sociologie de l'entrepreneuriat ou du travail qui se sont intéressés au profil des commerçants, ainsi qu'à la diversification des trajectoires et des rationalités qui mènent à l'exercice du métier, se sont rarement penchés sur la territorialisation de cette activité. La suite du chapitre vise à présenter un cadre d'analyse complémentaire, développé au cours des dernières années autour des intermédiaires de la distribution et de la notion d'alternative au système alimentaire. Il offre des outils pour intégrer l'analyse individuelle et dynamique des commerçants indépendants à une démarche systémique et matérielle.

2.2 – Approvisionnement et systèmes alimentaires alternatifs

Analyser l'approvisionnement des commerçants indépendants permet d'interroger leur rôle dans le système alimentaire. À ce stade, l'approvisionnement est appréhendé comme l'ensemble des tâches mises en œuvre pour se procurer les produits commercialisés, de l'identification des fournisseurs à la livraison. Cette étape a donc trait aux modalités de circulation des aliments et à leur territorialisation au-delà du point de vente. Cette mise en mouvement crée ainsi des liens marchands, mais aussi symboliques, entre les territoires de consommation et de production. C'est en ce sens que l'on peut mobiliser l'approvisionnement dans une perspective systémique, puisque l'étude de cette pratique invite à s'interroger sur la façon dont les commerçants indépendants modèlent leurs interactions avec les autres parties prenantes du système alimentaire pour y jouer un rôle de distribution.

Ce sous-chapitre aborde en premier lieu les travaux qui ont proposé des pistes d'analyse du lien entre approvisionnement et rapport des commerçants aux territoires. Ils sont issus de champs disciplinaires différents et permettent de poser des jalons pour aborder la territorialisation de cette profession sous un angle relationnel et dans un périmètre qui dépasse l'espace urbain du lieu de commercialisation (2.2.a). Un second type de travaux a pour particularité de s'être intéressé spécifiquement aux mutations de l'approvisionnement de manière générale, dans une optique de transition du système alimentaire (2.2.b). Ils étudient peu – voire pas – la figure du commerçant, dans la mesure où ils se concentrent sur des modèles alternatifs qui revendiquent justement de contourner les acteurs historiques de la distribution. La présentation de ces recherches, qui forment le champ des *alternative food studies*, nous permettra d'introduire cette notion d'alternative, qui se structure autour de plusieurs impératifs – justice alimentaire, proximité, gouvernance – qui représentent autant de pistes d'analyse et d'actions pour la transition du système alimentaire.

2.2.a - L'approvisionnement, axe marginal d'analyse des interactions entre commerce et territoire

Dans la littérature scientifique consacrée au lien entre commerce et territoire, les modes d'approvisionnement ont été saisis de deux façons différentes : en tant que parties prenantes d'un processus global de transformation des quartiers dans lesquels sont localisés les commerces ; comme

objet de recherche à part entière, susceptible d'améliorer la compréhension du rapport entretenu par les commerçants au territoire d'approvisionnement.

Certains travaux en géographie et sociologie urbaine se sont intéressés à la façon dont l'approvisionnement contribuait au processus de gentrification commerciale, à travers une montée en gamme des activités. Alexandre Maltais (2017) a par exemple étudié comment, dans des commerces de bouche du centre de Montréal, la construction d'un discours sur les circuits alternatifs d'approvisionnement permettait aux commerçants de légitimer leur activité. Ces derniers valorisent des produits fortement associés à un patrimoine culinaire, qu'ils se sont procuré en faisant appel à des fournisseurs qu'ils qualifient de petits producteurs, ce qui leur permet de « se distinguer de la grande entreprise [...], de se poser en alternatives attrayantes à des modes de distribution de plus en plus critiqués par une frange de la population [...] au profit d'un capitalisme renouvelé par une marchandisation de la différence » (Maltais, 2017, p. 33). Ce faisant, ils s'adressent à une clientèle particulièrement motrice dans le processus de gentrification et manifeste dans l'espace urbain, à travers leur mise en scène commerciale et le type de produit vendu, des pratiques et formes d'interaction avec les producteurs fortement valorisées par ladite clientèle.

Cette approche invite à considérer, au-delà du choix des produits commercialisés, comment les relations construites avec l'amont du système alimentaire influencent le rôle des activités commerciales dans les transformations du territoire. Claire Delfosse (2017) montre cet apport dans un article consacré aux évolutions du métier de crémier-fromager en France. Alors que le développement de la grande distribution a représenté une concurrence forte et que la croissance des industries de transformation laitière a remis en cause les circuits d'approvisionnement traditionnels des fromageries à la fin du XXe siècle, les crémiers-fromagers indépendants se sont adaptés en opérant une « gastronomisation » (Delfosse, 2017). Elle se traduit en boutique, à travers une mise en scène commerciale spécifique et le développement de l'affinage sur place. Ce processus s'appuie aussi sur l'approvisionnement, dans la mesure où « la diversité et l'originalité des fromages vendus par ces commerçants n'ont cessé de se développer depuis que, dans les années 1980-1990, des crémiers "précurseurs", comme ils aiment à s'appeler, sont devenus des fromagers promoteurs de fromages de terroir » (Delfosse, 2017, p. 102). C. Delfosse montre en outre comment ces évolutions dans les stratégies d'approvisionnement sont associées à des implantations spécifiques de points de vente. Elles s'articulent notamment autour du développement de partenariats plus ou moins formels avec d'autres commerces spécialisés partageant des logiques de valorisation forte des produits, dans des centralités commerciales périurbaines ou des halles alimentaires. Ces dernières constituent un type de centralité caractéristique d'une patrimonialisation de certains modes de consommation (Navarro, 2018).

D'autres champs de recherche ont exploré l'approvisionnement dans une optique de compréhension des réseaux dans lesquels s'insèrent les activités commerciales. C'est le cas des études

migratoires, qui se sont penchées sur les interactions entre les activités commerciales et les lieux d’approvisionnement, ainsi que sur la structuration des circuits qui les relient. Ils s’interrogent particulièrement sur les logiques réticulaires dans l’activité des commerçants issus de l’immigration. Ces derniers, par leur parcours et les réseaux professionnels et personnels dans lesquels ils s’insèrent, sont « à la fois “dedans”, c’est-à-dire prenant pleinement part à l’économie et à la vie urbaine, et “dehors”, puisqu’[ils] implique[nt] d’autres lieux et d’autres échelles spatiales tant sur le plan des circulations matérielles que des références symboliques » (Dubucs, Endelstein, 2020, p. 45). La compréhension du rapport aux territoires entretenus par les membres de diasporas accorde une place centrale à la création de réseaux autour de la circulation de biens, puisque ces derniers sont caractéristiques des ressources propres au parcours migratoire pour le développement d’activités économiques. Emmanuel Ma Mung a donné un exemple de cette démarche appliquée au commerce alimentaire :

«La configuration diasporique permet une diversification des aires géographiques d’approvisionnement et de distribution. Dans les commerces d’alimentation [...], on peut remarquer que l’origine des produits spécialisés concerne plusieurs dizaines de pays différents qui, outre la Chine continentale, vont de Taiwan, Singapour ou Hong Kong à Hawaï en passant par la Thaïlande, le Brésil ou encore l’Espagne et la Californie. Un relevé réalisé en 1998 dans un supermarché asiatique de Paris a permis de comptabiliser 37 pays d’origine des produits. Tous ces pays enregistrent la présence de Chinois d’outre-mer. Autre exemple, une bonne partie des produits africains distribués en France par des commerces chinois spécialisés orientés vers les populations subsahariennes sont collectés dans différents pays d’Afrique par d’autres commerçants de la diaspora installés dans ces pays (poisson séché, tubercules, épices...). » (Ma Mung, 1999, parag. 8)

Pour les commerçants membres de la diaspora chinoise installés en France, l’approvisionnement s’appuie sur des ressources propres à leur parcours migratoire et aux réseaux qui y sont associés, ce qui permet de révéler la structuration sociale, économique et géographique sur laquelle elle repose. Ce cadre d’analyse permet de penser la continuité établie, à travers la circulation des biens matériels, entre le territoire d’exercice de l’activité économique – le pays de résidence – et ceux auprès desquels est réalisé l’approvisionnement, ce qui invite Emmanuel Ma Mung à parler de la dispersion géographique comme ressource spatiale. Dans la continuité des travaux d’Emmanuel Ma Mung, Li Zhipeng (2018) a par exemple étudié comment les membres de la diaspora Wenzhou (Région du Zhejiang, Chine) participaient au développement économique de leur région d’origine en y implantant – ou en travaillant avec – des unités de production dédiées à leur activité commerciale de détail ou de gros en France. L’analyse du lien entre parcours migratoire et activités commerciales permet donc de mettre en lumière des modes de relations spécifiques avec les territoires d’approvisionnement et notamment leur influence sur leur développement économique, lié ici au parcours migratoire des commerçants. Si elle ne peut être directement transposée à la question du rôle joué par les commerçants dans la transformation du système alimentaire, cette approche met particulièrement bien en lumière la façon dont la relation aux espaces d’approvisionnement et les

modalités de construction des circuits d'acheminement des produits participent de la territorialisation du commerce. Elle montre également à quel point le rapport entre territoire et commerce indépendant est orienté par la trajectoire de ceux qui en assurent l'exploitation.

La géographie rurale a également posé des jalons pour appréhender la dimension réticulaire des activités commerciales. Un pan de ce champ a pour objet d'étude « l'analyse des liens entre les différents mécanismes de structuration territoriale fondée sur les produits agricoles » (Margetic, 2005, p. 1). Christine Margetic a proposé une chronologie des différentes approches développées autour de cet objectif depuis le siècle dernier. Durant la première moitié du XXe siècle, les travaux de géographie rurale se sont intéressés aux conditions de développement des industries productives dans certaines régions de France, du point de vue agronomique, mais aussi en fonction des jeux d'acteurs permettant leur maintien et leur croissance. Ce questionnement s'est élargi à partir des années 1960 à travers la prise en compte de la croissance des industries agro-alimentaires de transformation, en particulier à la faveur du développement des mouvements coopératifs. Les géographes ruralistes se sont notamment penchés sur l'articulation entre les échelles départementales et régionales des unités de production agricoles et celles nationales voire européennes, retenues par les industries agro-alimentaire pour définir leurs stratégies de localisation. Ils ont analysé cette articulation selon deux axes :

« Soit une dimension géographique a été intégrée à l'étude économique des filières de production, cette dernière étant envisagée comme un système spatialisé. Soit ont été ciblées les stratégies des acteurs des agrofilières et leurs incidences sur les espaces géographiques produits, ceux-ci renvoyant à un système territorial » (Margetic, 2005, p. 15).

À partir des années 1980, la mise à l'agenda de problématiques liées à la spécialisation et l'intensification de la production et de l'élevage en France contribue au développement de travaux sur les signes d'identification de qualité d'origine (SIQO) et leur contribution au développement économique des territoires (Delfosse, 2012; Rieutort, 2009). Très largement associées dans leur construction à la valorisation de patrimoines productifs ou de « terroirs », ces certifications ont en effet poussé les géographes à « s'interroger sur la notion du lien d'un produit à un lieu » (Margetic, 2005, p.16) et sur la façon dont ce dernier peut être instrumentalisé aux différentes étapes de la filière. La géographie rurale prend ainsi comme point de départ les systèmes agricoles et s'intéresse à la façon dont la production, la transformation et la distribution des aliments participent au développement économique. Elle accorde également de l'attention à la construction symbolique des territoires et de leurs propriétés. Dans cette optique, certains chercheurs ont spécifiquement interrogé les dynamiques territoriales induites par l'approvisionnement commercial :

« [Le commerce apparaît] comme un médiateur puissant entre la société et son agriculture [et est] ainsi appelé à jouer un rôle important dans la définition de ce qu'est le rural pour la société. Ces éléments invitent à passer de l'étude des territoires ruraux du commerce à celle du commerce participant à la construction des ruralités » (Pouzenc, Soumagne, 2016, p. 28).

Cette approche s'appuie sur le constat que le commerce rural, y compris indépendant, se caractérise par d'autres dynamiques que le déclin et peut être amené à jouer un rôle important dans la constitution de réseaux d'approvisionnement locaux, en lien avec des évolutions dans les modes de consommation des habitants de ces espaces ruraux – résidents ou touristes par exemple. L'une des ambitions des recherches qui se rattachent à ce courant est ainsi de caractériser « le rôle stratégique des commerçants [...] dans la structuration des filières agricoles » (Pouzenc et Soumagne, 2016, p. 27). Jusqu'à présent, peu de travaux ont interrogé ces stratégies d'approvisionnement dans les contextes urbains. Dans le cadre du projet de recherche Formes urbaines et gouvernances alimentaires (FRUGAL) dirigé par Bernard Pecqueur et Catherine Darrot, une enquête de terrain menée à propos du commerce de détail dans l'aire urbaine de Nantes a spécifiquement interrogé la création de nouveaux rapports au territoire induits par la valorisation de la relocalisation de l'alimentation (Margetic, de La Haye Saint-Hilaire, Blandin, Marie, Bodiguel, 2019). Christine Margetic, Louise de La Haye Saint-Hilaire, Thomas Blandin, Maxime Marie et Luc Bodiguel ont ainsi interrogé la territorialisation de commerçants alimentaires en analysant l'articulation entre leur stratégie de localisation, leur stratégie d'approvisionnement, les représentations associées aux « valeurs attribuées à l'espace et aux produits commercialisés » (Margetic *et al.*, 2020, paragr. 20) et leur mobilisation dans le cadre d'une stratégie entrepreneuriale.

En définitive, les travaux de géographie rurale consacrés à l'ancrage du commerce dans des réseaux migratoires partagent une grille de lecture systémique, entendue ici comme une analyse des parties prenantes qui contribuent à la circulation des biens et participent à sa territorialisation, ainsi que des réseaux qui les relient. La géographie rurale mobilise largement la notion de système alimentaire et un nombre croissant de recherches portent sur le rôle des acteurs de la distribution dans ses transformations. Cependant, les *alternative food studies*, qui ont contribué à la structuration de la notion d'alternative, ont émergé autour d'analyses dans lesquelles les intermédiaires n'étaient pas considérés comme des acteurs pertinents de la transition vers un système alimentaire reterritorialisé.

2.2.b – Trois grilles de lecture pour qualifier les alternatives au système alimentaire contemporain

À partir des années 1990, la mise en lumière des limites du modèle agro-industriel a contribué au développement d'initiatives hétérogènes dans leur contexte d'émergence (Deverre, Lamine, 2010) et leur mode de structuration (Aubry et Chiffolleau, 2009 ; Kneafsey *et al.*, 2013). Elles ont néanmoins eu en commun le fait de se présenter comme des alternatives au système alimentaire contemporain, donc comme des contributions à sa transition vers un modèle caractérisé par « de “nouveaux” liens entre production et consommation, ou entre producteurs et consommateurs, en rupture avec le système “dominant” » (Deverre, Lamine, 2010, p. 58). Dans les pages qui suivent, nous présentons les

différents prismes par lesquels ces nouveaux liens ont été appréhendés. Bien qu'ils n'aient accordé, dans un premier temps, qu'une place marginale aux intermédiaires de la distribution, ils sont structurants dans l'analyse des processus de transition, en posant des jalons pour définir la notion d'alternative au système alimentaire contemporain. Ce caractère alternatif a constitué à la fois un programme d'action et un agenda de recherche, dans lequel on peut distinguer trois courants dont les contextes d'émergence, les problématiques et les terrains d'études sont distincts. Ils proposent ainsi des définitions différentes, mais complémentaires de la proximité induite par le rapprochement entre producteurs et consommateurs. Si certains travaux se sont concentrés sur les enjeux de justice sociale autour du développement des alternatives, ceux consacrés aux systèmes alimentaires localisés ont étudié spécifiquement des contextes de synergies territoriales autour de l'alimentation. Enfin, les recherches sur les alternatives ont interrogé les modèles de régulation publics et politiques des systèmes alimentaires. Les travaux consacrés à la planification alimentaire rappellent ainsi l'importance de considérer le rôle des collectivités territoriales urbaines dans le processus de transition.

L'alternative comme rapprochement entre producteurs et consommateurs

La remise en cause du modèle agro-industriel à la fin du XXe siècle a notamment été portée par des acteurs de la société civile, alertés par la survenue de crises environnementales, sanitaires et socio-économiques imputables à la structuration du système alimentaire. Du point de vue environnemental, plusieurs événements tels que le Sommet pour la Terre de Rio en 1992, ou la signature du Protocole de Kyoto en 1997, ont rendu visibles les enjeux liés à la surexploitation des ressources issues de la biosphère et la dérégulation des flux qui y étaient associés. À partir des années 1990, des crises sanitaires liées au système alimentaire, en particulier l'encéphalite spongiforme¹⁷, ont posé la question des normes de qualité, de la transparence et de la confiance (Ilbery, Kneafsey, 2000). Enfin, en Europe, plusieurs travaux ont montré les processus de pénalisation des producteurs dans la répartition de la valeur ajoutée sur la chaîne alimentaire, au croisement de rapports de forces inégaux avec les entreprises de la grande distribution et des normes issues de la politique agricole commune :

« Le développement d'oligopoles dans la grande distribution et l'agro-industrie, notamment, a limité les capacités des "petits producteurs" à maîtriser leur propre développement ; dans le même temps, les règles de distribution des aides publiques agricoles, octroyées à condition de dépasser un seuil minimum — assez élevé — de surface (SMI, surface minimale d'installation) ou bien d'appartenir à une organisation de producteurs, ont eu tendance à pénaliser ces mêmes petits producteurs » (Chiffolleau, 2019, p. 28).

¹⁷ Plus communément appelée crise de la vache folle.

Ces dysfonctionnements du système alimentaire agro-industriel se sont caractérisés par une déterritorialisation, dont Johannes Wiskerke (2009) distingue trois formes :

- une déconnexion (*disconnecting*) liée à l'augmentation du nombre d'intermédiaires en vue de renforcer l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement, et qui a contribué à accentuer la distance spatiale et relationnelle entre les différents acteurs impliqués dans le circuit ;
- un désencastrement (*disembedding*) de la production vis-à-vis du territoire, à travers la spécialisation agricole, faisant disparaître les spécificités territoriales des produits ;
- un désenlacement (*disertwinning*) dans le sens où chaque intermédiaire, en développant ses propres modes de régulation¹⁸, s'inscrit dans des sphères d'action distinctes des autres acteurs du circuit d'approvisionnement et renforce la distance relationnelle entre eux.

Pour J. Wiskerke, ces trois caractéristiques sont inhérentes aux principes qui régissent le fonctionnement du système alimentaire contemporain. Elles ont des points communs avec le système agro-industriel décrit par Jean-Louis Rastoin et Gérard Ghersi (Tableau 2.1). J. Wiskerke identifie en réponse à cette situation trois axes qui contribueraient à la reterritorialisation du système alimentaire :

- La reconnexion (*reconnecting*) spatiale et relationnelle entre les différentes étapes de la chaîne d'approvisionnement ;
- Un ré-encastrement (*embedding*) de la production, faisant de la ville un débouché privilégié pour les espaces ruraux environnants et valorisant les spécificités agricoles du territoire ;
- L'entrelacement (*intertwinning*) de l'ensemble des secteurs investis dans le fonctionnement du système alimentaire, à travers le développement d'une approche transversale.

Cette description traduit bien l'ambition de rapprochement entre producteurs et consommateurs commune aux initiatives qui ont été au centre des *food studies* dans leurs premières années de développement. On peut distinguer plusieurs courants, qui ont appréhendé cette notion de rapprochement et son déploiement territorial de différentes manières.

¹⁸ Par activité de régulation, nous entendons « l'imposition de règles écrites (des lois, des procédures...), mais aussi [...] la mise en place de dispositifs techniques (équipements, espaces aménagés, instruments de gestion...) et [...] des négociations et des accords sur des façons de faire, des routines ou des conventions. Tous ces éléments, qui contribuent à constituer le collectif et à régler les rapports en son sein, concourent de façon indissociable à l'action collective » (Le Velly et Bréchet, 2011).

Tableau 2.1 – Le système alimentaire agro-industriel et de ses manifestations territoriales

Caractéristiques du système alimentaire agro-industriel (Rastoin et Gherzi 2010)	Manifestations territoriales de ces caractéristiques (Wiskerke 2009)	Perspectives de reterritorialisation (Wiskerke 2009)
Concentré	Déconnexion	Reconnexion spatiale et relationnelle
Globalisé		
Intensif	Désencastrement	Ré-encastrement territorial de la production
Spécialisé		
Financiarisé	Désenlacement	Entrelacement : partage de normes et valeurs

Source : d'après Rastoin et Gherzi (2020) et Wiskerke (2009)

Renforcer l'accessibilité économique et sociale à l'alimentation

C'est dans la littérature anglo-saxonne que l'on retrouve les premiers travaux dédiés à la conceptualisation des systèmes alimentaires alternatifs, qualifiés d'*alternative food networks* (Bowen et Mutersbaugh, 2014 ; Renting *et al.*, 2003). Faisant le constat de l'émergence d'initiatives militantes portées par des acteurs de la société civile, ils se donnent pour objectif de recenser ces dispositifs et d'étudier quels sont les modèles les plus efficaces pour concurrencer le modèle agro-industriel (Hendrickson, Heffernan, 2002). En Amérique du Nord, les travaux se sont concentrés sur les enjeux de sécurité et de justice alimentaires (Hassanein, 2003). Cette approche largement ancrée dans les sciences politiques peut s'expliquer par son contexte d'émergence, caractérisé par le démantèlement d'une politique de droit à la nourriture menée aux États-Unis et au Canada dans les années 1960 (Deverre, Lamine, 2010). À la fin du XXe siècle, cette intervention étatique a progressivement disparu et a été transférée aux collectivités locales ou à des associations dédiées. L'émergence d'initiatives d'autoproduction, notamment en milieu urbain, s'inscrit dans ce contexte de renforcement de l'accessibilité alimentaire, cette dernière étant envisagée sur le plan physique, mais aussi relationnel et éducationnel (Paddeu, 2012). Dans la littérature francophone, le cadre théorique de la justice alimentaire, qui s'inscrit dans les études dédiées à la justice spatiale, s'est développé plus tardivement et interroge la diversité des formes de marginalisation qui peuvent être liées à la structuration du système alimentaire, en l'articulant à une réflexion sur le rôle que peuvent jouer les espaces agricoles sur une réappropriation par les consommateurs de leur alimentation (Hochedez, Le Gall, 2016).

Le cadre théorique construit autour des paysages alimentaires – *foodscapes* – qui a lui aussi émergé dans la littérature anglo-saxonne prolonge la recherche consacrée à la justice alimentaire, en étudiant plus spécifiquement sa dimension spatiale. Ces travaux ont en commun de chercher à mettre en lumière les interactions entre la nature et la localisation de l'offre alimentaire, les représentations

et pratiques d'achat des citoyens selon leur position socio-économique et leur état de santé général (Vonthron, Perrin, Soulard, 2020). Dans une perspective complémentaire, l'analyse des paysages agri-urbains s'intéresse plus spécifiquement aux modalités de construction de relations entre des espaces urbains et les zones agricoles environnantes, ainsi qu'à leur rôle potentiel dans le renforcement de l'accessibilité alimentaire pour les consommateurs (Buyck, Meyfroidt, 2020). L'ensemble de ces recherches met en lumière la nécessité d'analyser le système alimentaire en fonction de pratiques et représentations individuelles, qui s'inscrivent aussi dans des rapports de forces pour l'accès à une alimentation de qualité – sur le plan nutritionnel en particulier. Ils se concentrent, du fait de leur agenda de recherche, sur les étapes de production et de consommation, même si le cadre théorique des paysages alimentaires invite à s'interroger sur l'accessibilité aux points de ventes et de distribution (Vonthron, 2021).

Systèmes alimentaires localisés et inscription territoriale des modèles alternatifs

En Europe, la crise sanitaire liée à l'encéphalite spongiforme bovine dans les années 1990 a plutôt contribué au développement de travaux portant sur la qualité alimentaire. Une première approche a consisté à comprendre « comment les notions de qualité sont construites, régulées et mises en avant par les producteurs de produits alimentaires régionaux spécialisés »¹⁹ (Ilbery, Kneafsey, 2000, p. 229). Une seconde s'intéresse plus particulièrement à la façon dont ces processus de certification participent à la construction et à la mise en récit des territoires. Ce dernier cadre d'analyse a connu des échos importants dans la recherche francophone en géographie rurale, qui s'est matérialisée par des recherches consacrées aux signes d'identification de qualité et d'origine (SIQO) et à leur rôle dans le développement territorial (cf. 2.2.a). La notion de système alimentaire localisé est née de cette approche et vise à décrire « des organisations de production et de service (unités d'exploitation agricole, entreprises agroalimentaires, entreprises commerciales, entreprises de restauration...) associées de par leurs caractéristiques et leur fonctionnement à un territoire spécifique » (Muchnik, de Sainte Marie, 2010, p. 13). Cette association physique, lorsqu'elle débouche sur une démarche partenariale, peut contribuer à la valorisation d'un terroir, entendu comme « la combinaison d'éléments biophysiques et culturels combinés pour produire des goûts et des saveurs localisées »²⁰ (Bowen, Mutersbaugh, 2014, p. 3).

L'originalité des systèmes alimentaires localisés réside dans cette analyse de l'articulation entre des propriétés physiques des territoires et leur appropriation, puis valorisation *via* des savoir-faire acquis et transmis dans un espace donné. Du fait de ce sujet d'étude, l'analyse des systèmes alimentaires localisés se concentre largement sur l'espace et le temps de la production, même si leurs

¹⁹ Extrait original : « This paper has examined the ways in which « notions of quality are constructed, regulated and marketed by producers of regional SFPs. »

²⁰ Extrait original : « a combination of biophysical and cultural éléments that combine to produce place-based tastes and flavors »

articulations avec les étapes de transformation et de distribution peuvent être étudiées à la marge. Dans ce contexte, l'étude des flux alimentaires circulant vers l'extérieur du territoire de production – et en particulier des stratégies de ceux qui les mettent en œuvre – ne constitue pas le cœur des travaux qui se rattachent à ce champ. L'*urban food planning* – gouvernance alimentaire territoriale – offre à ce titre des outils pour appréhender les spécificités des transformations du système alimentaire dans le cadre urbain, en mettant l'accent sur ses logiques réticulaires. Il permet aussi de souligner le rôle joué par les acteurs publics, et plus largement de ceux extérieurs au marché, dans la transition du système alimentaire.

L'urban food planning, cadre d'analyse des mécanismes de régulation du système alimentaire dans l'espace urbain

En France, c'est en premier lieu autour de l'agriculture périurbaine que s'est amorcée la réflexion sur le rôle des collectivités publiques dans la transformation des systèmes alimentaires. Dans les années 1960, le développement des villes nouvelles a posé la question de la transformation des espaces agricoles à proximité des villes. Cela a entraîné la mise en place de plusieurs initiatives, axées dans certaines régions sur le développement d'une agriculture périurbaine et de débouchés locaux pour cette dernière, par exemple à travers la relance de marchés ou de points de vente collectifs (Bonney, 2011). L'agriculture périurbaine a donc fait l'objet d'une mise à l'agenda politique dès cette période, portée par des professionnels des métiers agricoles et orientée par le problème que représentait l'étalement urbain pour l'agriculture.

Dans le courant des années 2000, cette question a connu un regain d'intérêt à l'échelle européenne, dans un contexte différent, puisqu'orienté par la réponse aux limites du système alimentaire agro-industriel, particulièrement visibles dans les milieux urbains denses. Kevin Morgan parle ainsi d'une « omission déconcertante »²¹ (Morgan, 2009, p. 341) pour qualifier l'absence de prise en compte des questions alimentaires dans la planification urbaine, à la lumière d'une part de la dépendance des villes à d'autres territoires pour leur subsistance, d'autre part du rôle joué par l'alimentation dans la santé publique et l'équité. Sur le modèle des *food policy councils* créés dès la fin du XXe siècle dans certaines villes d'Amérique du Nord, des chercheurs rassemblés dans un groupe dédié au *food planning* au sein de l'*Association of European schools of planning* ont appelé à la création d'instances publiques ou parapubliques pour promouvoir des politiques alimentaires territoriales transversales (Wiskerke, 2009). Elles ont pris la forme, en Europe, de pactes internationaux engageant des métropoles de différents pays, à l'instar du Pacte de Milan en 2015²², ou de stratégies alimentaires

²¹ Extrait original : « puzzling omission »

²² Le Pacte de Milan est un accord international réunissant une centaine de villes s'engageant pour le « développement de systèmes alimentaires durables, inclusifs, résilients, sûrs et diversifiés » (Municipalité de Milan, 2015, p. 2). Il vise à encourager le développement de politiques alimentaires municipales et métropolitaines, en développant notamment des cadres de coopération internationale pour les mettre en œuvre.

menées à différentes échelles – municipale, métropolitaine, voire régionale. Leur objectif est notamment de renforcer les relations entre les centres urbains et les bassins de production alentour, ainsi que l’accessibilité physique des consommateurs à l’offre alimentaire associée. En France, la Loi n° 2014-1170 d’avenir pour l’agriculture, l’alimentation et la forêt du 13 novembre 2014 a créé un cadre dédié à la valorisation, à l’accompagnement et au financement de ces initiatives menées à l’échelle des collectivités territoriales, à travers la mise en place des projets alimentaires territoriaux (ministère de l’Agriculture et de l’Alimentation, 2018).

Cette approche par la planification alimentaire adopte donc un prisme différent des systèmes alimentaires localisés, puisqu’elle se concentre sur l’encouragement du développement territorial dans les espaces ruraux *via* la valorisation d’une relocalisation du système alimentaire. Autrement dit, elle prend plutôt comme point de départ les territoires de consommation, à partir desquels sont imaginées des trajectoires de relocalisation qui incluent les espaces de production. Ce cadre théorique porte un intérêt particulier à la coordination des acteurs – privés, publics et parapublics – impliqués dans ces circuits alimentaires, en mobilisant la notion de gouvernance²³ territoriale, que l’on peut définir comme « l’ensemble des processus et dispositifs par lesquels des parties prenantes ou des acteurs de différentes natures (productifs, associatifs, particuliers, représentants de pouvoir public ou de collectivités locales...) contribuent à l’élaboration, parfois concertée, parfois conflictuelle, de projets communs pour le développement futur des territoires » (Torre, Beuret, 2012, p. 3). Appliquée aux systèmes alimentaires, la grille de lecture de la gouvernance permet d’étudier comment des acteurs ayant *a priori* des positionnements différents peuvent coopérer, notamment grâce à la médiation d’acteurs publics et parapublics (Brand, 2017; Wiskerke, 2009). Mais la notion de gouvernance peut également être mobilisée par ces mêmes acteurs publics pour fabriquer et mettre en récit leur action et renvoie dans ce cas « à la formation de règles qui réduisent les coûts de transaction et améliorent l’efficacité des politiques publiques en organisant la concurrence entre agences » (Le Galès, 2014, p. 303).

Il s’agit donc à la fois d’un outil opérationnel pour les acteurs qui s’en saisissent et d’un cadre théorique pour les chercheurs, ce qui appelle à une lecture critique de cette notion, attentive aux logiques selon lesquelles elle est mobilisée par les collectivités territoriales. L’analyse de la gouvernance alimentaire passe ainsi par l’étude des mécanismes et des jeux d’acteurs qui la caractérisent, mais aussi par l’observation des parties prenantes du système alimentaire qui en sont exclues. Cela a notamment longtemps été le cas des intermédiaires de la distribution, distant des sphères d’échanges publiques du fait d’une part de leur participation au système agro-industriel,

²³ Cette notion a émergé en négatif de celle de gouvernement, qui est associée, en science politique, à une forme de régulation plus strictement encadrée par un État central (Le Galès, 2014). À l’inverse, la gouvernance est mobilisée dans le champ scientifique pour caractériser des situations marquées par un polycentrisme institutionnel, des frontières floues entre l’action privée et publique et des remises en question des relations hiérarchiques rigides associées à l’idée de gouvernement.

d'autre part de leur appartenance à l'économie de marché fortement autonome par rapport aux modes de régulation publics. Il résulte de cette absence de prise en compte une moins bonne connaissance du fonctionnement de l'étape d'approvisionnement propre à la distribution, qui se traduit par des « passerelles encore inexistantes entre certains “mondes” d'acteurs, révélant les lacunes encore nombreuses des planificateurs concernant par exemple, la distribution et la logistique alimentaire » (Billion, 2018, paragr. 45). Cette lecture critique de la gouvernance alimentaire pose la question de la diversité des positionnements adoptés par les intermédiaires de la distribution par rapport à une perspective de transition du système alimentaire, telle qu'elle peut être formulée dans les collectivités où ils exercent leurs activités. Elle interroge aussi sur les réseaux dans lesquels ils s'insèrent pour éventuellement y participer.

Dans un premier temps, les travaux consacrés aux systèmes alimentaires alternatifs ont donc laissé les intermédiaires à la marge de leur périmètre d'analyse, notamment dans la mesure où ils se sont concentrés sur les conditions d'émergence de nouveaux acteurs du système alimentaire. Les Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) sont un exemple de ce type d'initiatives. Pour autant, il est important de rappeler comment les *alternative food studies* définissent l'alternative, puisqu'elles posent des jalons pour l'analyse et l'évaluation des modes d'intervention sur le système alimentaire. Il s'agit ainsi de revendiquer un rapprochement – physique ou relationnel – entre producteurs et consommateurs, qui garantisse une meilleure répartition de la valeur ajoutée à la faveur des premiers et une meilleure accessibilité aux aliments pour les seconds. Cette attention au rapprochement spatial entre les acteurs situés à l'amont et à l'aval du système offre aussi des clés pour comprendre comment se territorialise le système alimentaire, à l'interface entre des logiques circulatoires et le développement d'outils symboliques et techniques visant à valoriser des patrimoines agricoles. Les études consacrées à la planification alimentaire, en interrogeant les marges de manœuvre des collectivités territoriales en matière de régulation du système alimentaire, invitent aussi à considérer la structuration du marché économique construit autour de l'alimentation et les jeux d'acteurs qui le gouvernent. C'est justement autour de ces interactions qu'ont émergé des réflexions directement tournées sur le rôle des intermédiaires de la distribution dans la transition du système alimentaire et le développement d'alternatives par ces derniers.

2.3 — Réinterroger la notion d'alternative pour appréhender le rôle des intermédiaires de la distribution

Élargir la focale des initiatives et acteurs pertinents à analyser pour saisir des inflexions dans le système alimentaire incite à adopter un nouveau regard sur ce que recouvre l'alternative à un modèle conventionnel. Depuis 2010 et dans le sillage des courants de recherche cités jusqu'à présent, plusieurs travaux ont tenté de comprendre les contextes d'émergence des modèles revendiquant une transformation du système alimentaire. Ils prennent comme focale d'analyse le développement des

circuits courts ou de proximité (2.3.a) et contribuent à développer de nouvelles définitions de l'alternative, centrées sur les stratégies et les rationalités des acteurs qui la revendiquent (2.3.b).

2.3.a – De l'alternative à ses acteurs

Les circuits courts alimentaires et la réintroduction des intermédiaires dans la réflexion sur le système alimentaire alternatif

Les circuits courts alimentaires – traduction francophone des *short food supply chains* – désignent des circuits dans lesquels le nombre d'intermédiaires est réduit : « un producteur vend sa production, brute ou transformée, directement à un consommateur ou via un nombre réduit d'intermédiaires » (Chiffolleau, 2019, p. 22). Une première vague de recherches s'est concentrée sur l'identification des spécificités des circuits courts alimentaires, par rapport au fonctionnement du modèle agro-industriel. À partir de la compilation d'études de terrain et de monographies, menées généralement dans le champ de la sociologie économique ou rurale, des chercheurs ont proposé des typologies de circuits, en fonction du nombre d'intermédiaires impliqués et de leurs rôles (Aubry, Chiffolleau, 2009) ou encore des modes et lieux de commercialisation (Maréchal, 2008). Ces travaux ont mis en avant le rôle majeur que pouvaient jouer des points de vente considérés comme conventionnels tels que les marchés de plein vent (Schmutz-Poussineau, 2008) dans le développement des circuits courts, introduisant une première nuance dans la séparation faite classiquement avec les alternatives. Par ailleurs, en prenant comme point de départ des structures de distribution plutôt que des formes de discours portés par les acteurs qui les mettaient en œuvre, des chercheurs ont pu montrer qu'ils s'inscrivaient dans des rationalités très diversifiées. Yuna Chiffolleau (2019) en a dressé une typologie dans un ouvrage consacré à l'institutionnalisation progressive des circuits courts en France. Elle a identifié quatre modèles qui se distinguent par la représentation que leurs promoteurs se font de leur rôle, les réseaux dans lesquels ils s'insèrent et leurs perspectives de développement. Deux des modèles se sont cristallisés lors de la mise en place d'un groupe de travail dédié à l'identification de leviers pour la valorisation des circuits courts en France par le ministre de l'Agriculture Michel Barnier, en 2009. Les deux autres se sont structurés au sein du réseau Rural qui a prolongé cette démarche, adossé au Fonds européen pour le développement rural en France. Ces groupes de travail et d'animation incluaient des chercheurs spécialisés dans l'analyse des processus de reterritorialisation du système alimentaire, ce qui illustre bien les interactions fortes entre la construction d'un cadre théorique autour de ces processus et les initiatives ou prises de position des acteurs du système alimentaire en tant que tel (Paranthoën, 2015).

Le modèle « Métier » est porté par des représentants des organisations professionnelles de producteurs ou des professionnels issus du monde agricole conventionnel. Les circuits courts y sont appréhendés par ces derniers comme un moyen de capter plus de valeur ajoutée issue de la chaîne de distribution, sur de nouveaux produits. Leurs perspectives de développement se situent dans

l'identification de leviers pour « faciliter le regroupement de l'offre, créer des plateformes contrôlées par les producteurs pour gagner de nouveaux marchés » (Chiffolleau, 2019, p.34). Cette approche s'éloigne d'une volonté de transition dans le système alimentaire telle qu'elle est envisagée dans les modèles alternatifs historiques, notamment dans la mesure où son objectif est de pouvoir inclure un maximum d'acteurs agricoles, en ne prenant par exemple que peu en compte l'impact de l'agriculture sur l'équilibre écosystémique.

À l'inverse, le modèle « Durabilité » se rapproche des systèmes alimentaires alternatifs tels que définis en début de chapitre. Porté par des représentants de la société civile et des syndicats agricoles minoritaires, il s'inscrit dans une volonté d'imaginer de nouveaux modèles de société et d'échange autour de l'alimentation. La relation entre producteur et consommateur y est envisagée comme une opportunité de créer des liens sociaux autour d'un système alimentaire plus respectueux de l'environnement et caractérisé par une meilleure répartition de la valeur ajoutée. Elle s'appuie, entre autres, sur la valorisation de liens entre acteurs ruraux et urbains et une mobilisation des collectivités territoriales dans cette perspective. Il en résulte la volonté de construire des outils contraignants pour maintenir cette relation forte entre producteurs et consommateurs, par exemple grâce à la rédaction de chartes de bonnes pratiques aux différentes étapes du système alimentaire ou des structurations en coopératives incluant les différentes parties prenantes. Le réseau construit autour de ce modèle est donc différent de celui « Métier » :

« Alors que les acteurs du premier modèle mettent en avant, dans leurs discours comme dans leurs pratiques et réseaux, le fait d'interagir aussi fréquemment avec le champ des politiques agricoles, les acteurs du second font valoir leur capacité à s'insérer dans les champs de la société civile et des politiques de la ville. » (Chiffolleau, 2019, p.36).

Le modèle « Projet », qui s'est structuré et affirmé lors du développement du Réseau rural, repose quant à lui sur l'utilisation des circuits courts alimentaires dans une démarche plus large de développement territorial : « l'enjeu est de valoriser, à travers les circuits courts, les démarches bottom-up et de projet, contribuant à l'appropriation de l'agriculture et de l'alimentation par les acteurs des territoires » (Chiffolleau, 2019, p.45). Ici, l'alimentation, en tant qu'enjeu social, économique, environnemental et sanitaire, est utilisé comme outil de cohésion entre différents acteurs du territoire, rassemblés autour de la gouvernance alimentaire. Ce modèle se distingue de celui de durabilité dans la mesure où les circuits courts sont mis au service d'un projet territorial plus général et mobilisent dans cette optique des réseaux d'acteurs différents, au premier rang desquels figurent les collectivités territoriales en tant que coordinatrices.

Enfin, le modèle « Entreprise » est né, selon Yuna Chiffolleau, d'une réappropriation du discours et des logiques des circuits courts par des entreprises ou des entrepreneurs qui « du fait de moyens conséquents [...] mettent en œuvre des innovations qui s'inspirent d'expérimentations menées dans les autres modèles en les amplifiant » (Chiffolleau, 2019, p.50). Dans ces modèles, la mise en place de

circuits courts s'inscrit dans une forme d'instrumentalisation et reste cohérente avec l'inscription dans un système alimentaire agro-industriel, à travers la recherche de rentabilité et de captation de la valeur ajoutée. Certains projets s'inscrivent à la lisière du modèle « Entreprise », dans la mesure où tout en restant dans des logiques similaires, notamment en matière de marges appliquées, ils intègrent certaines dimensions des autres modèles. Il en résulte un sous-modèle, présenté comme le modèle « Communauté » et qui se caractérise par une hybridation forte entre tous les précédents :

« Appropriation de l'économie par les citoyens (Projet); fixation du prix par les producteurs (Métier); valorisation des pratiques agroécologiques, volonté de concilier accessibilité des produits et rémunération décente du producteur (Durabilité) » (Chiffolleau, 2019, p.54).

L'identification de ces modèles de circuits courts permet d'envisager plus aisément le rôle joué par des intermédiaires dans les transformations du système alimentaire. À travers la mise en lumière des divergences de représentations et de stratégies autour des circuits courts, cette typologie illustre également bien le « *persistent problem* » que représente le système alimentaire (Loorbach, 2007, cf. chapitre 1). Chacun d'entre eux s'appuie sur des représentations, des réseaux et des pratiques différentes, qui cherchent à répondre à des problématiques qui le sont également : « leurs visions dépendent de leur propre histoire, de leur position, de leurs intérêts, de leur connaissance, de leurs activités, etc., mais aussi de leur place dans le système, l'échelle à laquelle ils agissent et la temporalité dans laquelle ils s'inscrivent »²⁴ (Loorbach, 2007, p. 14). Cette diversité nécessite d'explorer précisément la position de chaque acteur pour comprendre comment se construisent les logiques d'actions associées à ses pratiques. L'analyse des circuits alimentaires de proximité y a contribué.

Dans les circuits alimentaires de proximité, des intermédiaires moteurs des systèmes alternatifs

L'école française de la proximité a émergé dans le courant des années 1990, à la frontière entre l'économie régionale et industrielle. Elle cherche à analyser la territorialisation des systèmes productifs et le rôle de la coordination des individus et des collectifs dans ce processus. L'approche développée par André Torre et Jean-Eudes Beuret (2012), deux parties prenantes de la structuration de ce champ, distingue deux formes de proximité : la première, géographique, se rapporte à la distance et au temps séparant deux entités ; la seconde, organisée, correspond aux « différentes manières qu'ont les acteurs d'être proches, en dehors de la relation géographique, le qualificatif organisé faisant référence au caractère agencé des activités humaines » (Torre, Beuret, 2012, p. 12). Cette proximité organisée s'articule autour de la logique d'appartenance, qui consiste à mesurer le nombre de nœuds séparant les acteurs d'un même réseau, et de la logique de similitude, qui relie des acteurs en fonction des valeurs et ressources qu'ils partagent, quand bien même ils n'appartiennent pas au même réseau.

²⁴ Extrait original: « Their perspective depends on their own history, roles, interests, knowledge, activities and so on but also on their specific place in a system, the level of scale they operate at and the time-horizon they work upon. »

Ces deux formes de proximité sont neutres *a priori*, c'est-à-dire qu'elles ne prennent sens qu'une fois saisies par des acteurs pour répondre à certains enjeux. La proximité peut être recherchée « lorsqu'elle est activée par les acteurs pour favoriser leur coordination » (Mundler et Rouchier, 2016, p. 19) ou subie « lorsque des acteurs ont à supporter les effets d'une activité [...] sans pouvoir choisir de s'en éloigner » (*ibid.*). Elle est donc socialement construite et il convient d'étudier l'articulation entre ses différentes formes (géographique et relationnelle), les acteurs qui y sont investis et leur influence sur la construction territoriale.

Appliquée à l'alimentation, cette proximité territoriale se traduit par « une cohésion et une cohérence territoriales fortes orientées par différents rapprochements entre les acteurs du système alimentaire » (Bognon, 2014, p. 161). Elle permet de rendre compte de la diversification des circuits de commercialisation revendiquant un rapprochement relationnel et spatial entre producteur et consommateur. Cécile Praly, Carole Chazoule, Claire Delfosse et Patrick Mundler (2014) ont ainsi proposé de décliner quatre dimensions selon lesquelles la proximité participe à la reterritorialisation du système alimentaire :

« Ces proximités revêtent une dimension spatiale, visant un rapprochement géographique entre consommation et production ; elles s'appuient sur une dimension fonctionnelle, visant le bon acheminement du producteur jusqu'au consommateur via les différents acteurs du système ; elles valorisent l'interconnaissance entre ces acteurs [dimension relationnelle] et permettent des échanges marchands économiquement viables pour les acteurs concernés [dimension économique] » (Praly *et. al.*, 2014, p.463)

Cette définition met en lumière les interdépendances entre chacune des dimensions et illustre la diversité des rôles que peuvent être amenés à jouer les intermédiaires de la distribution dans le développement de ces circuits. Ils peuvent en premier lieu assurer leur rôle fonctionnel de distribution, c'est-à-dire prendre en charge tout ou partie de la transformation, du transport ou encore de la vente des produits aux consommateurs, autant de fonctions qui « relèvent de compétences, savoirs et équipements, que les producteurs et les consommateurs seuls ne peuvent pas toujours prendre en charge » (Praly *et. al.*, 2014, p.473). L'intermédiation peut également revêtir une dimension plus symbolique dans la mesure où, connaissant les valeurs et les contraintes de chacune des parties prenantes, les intermédiaires peuvent fournir des explications à ces dernières et faciliter la construction de réseaux connectant les producteurs et les consommateurs. Certaines structures d'intermédiation sont d'ailleurs dédiées à cette information et à la mise en relation d'acteurs du système alimentaire en vue d'une reterritorialisation.

Le cadre théorique de la proximité permet d'appréhender le rôle que les intermédiaires sont amenés à jouer et, plus largement, d'ouvrir une réflexion sur les hybridations entre le modèle dominant et les dispositifs cherchant à infléchir sa trajectoire. Ce processus a par exemple été documenté par Ronan Le Velly et Sophie Dubuisson-Quellier (2008). Prenant le contrepied des analyses cherchant à comprendre comment des acteurs conventionnels peuvent participer à une

transition du système alimentaire, ils ont mis en lumière comment, dans des circuits se revendiquant comme alternatifs au modèle agro-industriel, ce dernier continuait d'exercer une influence sur la structuration des pratiques et des interactions. La fixation des prix par exemple, à partir de laquelle les producteurs regagnent une autonomie dans les circuits courts, reste en partie dictée par une appréciation de l'univers concurrentiel caractéristique des logiques classiques de marché. C'est autour de ces interactions que peut être définie l'hybridation :

«Les filières courtes [...] créent moins une rupture qu'elles ne contribuent à redéfinir certains modes de fonctionnement des filières existantes pour donner forme à des circuits très hybrides, articulant des mécanismes propres aux circuits longs avec d'autres mécanismes localement définies, voire renégociées, et qui font la spécificité de chaque filière courte » (Dubuisson-Quellier et Velly, 2008, p. 110).

Les intermédiaires de la distribution constituent des points d'observations privilégiés de ce processus d'hybridation. Par l'histoire des catégories professionnelles qui assument ce rôle dans le circuit alimentaire, la diversité de ses formes et du rôle que les acteurs qui s'y rattachent peuvent jouer dans le système alimentaire, ils remettent en cause l'idée d'une opposition frontale entre parties prenantes conventionnelles et alternatives.

2.3.b – Analyser les pratiques alternatives d'acteurs conventionnels du marché

Aborder le rôle joué par les intermédiaires de la distribution dans les processus de transition suppose un cadre théorique adapté à la spécificité de leur position, à la fois dans le marché qui caractérise le système alimentaire contemporain et contre lui, c'est-à-dire dans une optique de transformation fondamentale de son mode de fonctionnement. Là encore, la sociologie économique offre des outils analytiques utiles, notamment autour de la notion d'encastrement. Cette dernière permet d'appliquer les réflexions théoriques et pratiques sur l'alternative à des activités marchandes.

Clare Hinrichs (2000) distingue ainsi deux formes d'alternatives au système alimentaire agro-industriel : des modèles d'autoproduction ou de troc qui se présentent comme des alternatives au marché économique ; des modèles de commercialisation des produits alimentaires qui constituent des alternatives au marché et « créent un contexte favorable à des liens plus forts entre producteurs et consommateurs, mais restent profondément enracinés dans des relations mercantiles »²⁵ (Hinrichs, 2000, p. 295). L'auteure utilise ici la notion d'encastrement – *embeddedness* – pour souligner l'imbrication de ces modes d'échanges dans des structures sociales, économiques et politiques spécifiques :

²⁵ Extrait original : « In providing an alternative market, farmers' markets create a context for closer social ties between farmers and consumers, but remain fundamentally rooted in commodity relations »

« Plutôt que motivés par le simple intérêt personnel d'acteurs économiques rationnels et atomisés, comme le présupposent les théories économiques néoclassiques, les comportements économiques sont encastrés et orientés par un réseau complexe et généralement étendu de relations sociales. »²⁶ (Hinrichs, 2000, p. 296)

Cette approche s'inscrit dans le prolongement des théories de Karl Polanyi, pour qui « [l'encastrement] désigne l'inscription de l'économie [...] dans des règles sociales, culturelles et politiques qui régissent certaines formes de production et de circulation des biens et des services » (Laville, 2008, paragr. 5), y compris dans le cas de l'économie de marché qui caractérise le système alimentaire agro-industriel. En ce sens, les propositions d'alternatives « de » et « au » marché ont en commun de chercher à créer de nouvelles règles sociales, culturelles et politiques autour de l'échange de biens alimentaires. Si l'on appréhende l'encastrement dans une dynamique inverse – l'économie de marché, parce qu'elle est encastrée dans des structures sociales et politiques, influence en retour leur fonctionnement – on comprend également que les alternatives « au » marché ne peuvent être saisies qu'en interrogeant dans quelle mesure leurs ambitions de rupture s'émancipent des relations de marché (cf. 2.3.a). Cette perspective permet de dépasser une vision normative qui considérerait les systèmes alimentaires alternatifs comme seuls porteurs de valeurs et d'opérer plutôt une confrontation entre les rationalités et les sens donnés à l'action dans les différents modèles de système alimentaire. Elle invite notamment à interroger des formes de dialectiques entre les initiatives, en cherchant à comprendre comment les modèles développés en dehors du marché influencent d'éventuelles transformations au sein de ce dernier, et vice-versa. La notion d'encastrement apparaît alors centrale pour appréhender la façon dont des acteurs économiques *a priori* conventionnels tels que les intermédiaires de la distribution se positionnent par rapport aux perspectives de transition dans le système alimentaire. Ce cadre théorique remet en question la rupture induite par la définition historique d'alternative qui « en faisant couple avec celle de modèle dominant [...] tend à représenter seule l'idée de changement, oblitérant la complexité des dynamiques dans la sphère de l'alimentation, auxquelles le modèle dominant participe de fait » (Allaire, 2016, p. 409). Il nous semble cependant qu'elle ne la disqualifie pas pour autant, mais invite à l'étudier au prisme des discours portés par les acteurs du modèle dominant sur le système alimentaire, en prenant au sérieux les revendications de transition portées par une partie d'entre eux. R. Le Velly propose ainsi d'analyser en quoi les acteurs qui cherchent à développer des alternatives sont porteurs d'une « promesse de différence [...] source de transition dans les systèmes alimentaires » (Le Velly, 2017b, p. 153). Caractériser ce qui fait une promesse de différence invite à accorder une attention spécifique au discours que les acteurs portent sur leurs activités, révélateurs du rôle qu'ils entendent jouer dans le système alimentaire et du sens qu'ils souhaitent donner à leur activité. Dans ce contexte, la promesse guide la mise en œuvre des projets, mais aussi son évaluation par les individus qui les portent : « ces promesses de différences ne

²⁶ Extrait original : « Rather than the self-interested movements of atomized, `rational economic actors, as assumed by neoclassical economics, economic behavior is embedded in and mediated d by a complex, often extensive web of social relations »

sont pas des “promesses en l’air”. La preuve en est que les acteurs s’y réfèrent constamment pour évaluer leurs actions” » (Le Velly, 2017b, p. 155). Finalement, R. Le Velly, qui analyse des groupes ou des initiatives porteuses d’une promesse de différence, propose de chercher l’alternative dans les modes de régulation qu’ils suggèrent à travers leurs pratiques, les interactions qu’ils favorisent et les normes d’échanges qu’ils construisent. Ces « activités qui "contribuent à constituer le collectif et à régler les rapports en son sein" » (Le Velly et Bréchet, 2011) entretiennent un lien avec les régulations conventionnelles, *a minima* parce qu’elles sont construites en réaction à ces dernières. De ce point de vue, « ce sont les activités de régulation alternatives et conventionnelles qui sont hybridées dans les systèmes alimentaires alternatifs. Il s’agit finalement de comprendre comment les systèmes alimentaires se constituent au croisement d’activités de régulation alternatives et conventionnelles » (Le Velly, 2017, p. 156).

À l’échelle « micro », on peut aussi envisager l’encastrement selon le cadre théorique proposé par Mark Granovetter, l’un des tenants de la nouvelle sociologie économique. Selon ce dernier :

« L’action économique est “encastrée” au sein de réseaux de relations personnelles. [...] L’institution telle qu’elle existe actuellement ne s’explique pas en termes d’efficacité; d’autres facteurs sont à prendre en compte, en particulier les réseaux de relations personnelles qui déterminent quelle solution a été effectivement adoptée » (Laville, 2008, paragr. 3).

Cette théorie de l’encastrement invite à étudier les logiques réticulaires qui président à la structuration des échanges et au positionnement des acteurs par rapport au marché. En d’autres termes, les choix réalisés par les individus à l’origine des circuits, qu’ils soient présentés comme alternatifs ou non, sont régis par leur inscription dans des réseaux qui leur apportent des ressources spécifiques, qu’il est nécessaire d’interroger pour comprendre les stratégies qu’ils adoptent. Cette approche, qui est complémentaire de l’encastrement tel qu’il a été théorisé par Polanyi puis discuté par des chercheurs contemporains (Laville, 2008; Le Velly, 2002), ouvre la voie à une analyse pluri-échelle : celle individuelle des trajectoires, qui donne accès à des ressources et à un réseau; celle collective, associée aux normes et modes de régulation associés aux réseaux dans lesquels s’insèrent les intermédiaires; celle plus systémique qui interroge comment ces configurations d’acteurs orientent le rôle joué par les échanges marchands dans une configuration sociale, culturelle et politique donnée.

Conclusion du chapitre 2

Étudier les commerçants plutôt que le commerce suppose de s'intéresser à l'articulation entre leurs pratiques et le sens qu'ils accordent à leur activité, en lien avec leur trajectoire personnelle et professionnelle. Pour saisir de quelle manière ils infléchissent le fonctionnement du système alimentaire, il est pertinent d'étudier en particulier leurs stratégies d'approvisionnement, qui matérialisent les liens qu'ils entretiennent avec les territoires liés à la production, à la transformation, au transport et au stockage des marchandises.

Dans la mesure où cette question a été peu étudiée par la géographie et la sociologie dédiées aux rapports des commerçants au territoire, la mobilisation des *alternative food studies* s'avère indispensable pour comprendre ce pan de leur activité. Ces dernières ont cependant, historiquement, les limites inverses : si elles permettent, à travers la notion d'alternative, de cerner les caractéristiques d'initiatives qui se présentent comme des actrices de la transition, peu de place a été accordée dans un premier temps aux acteurs du système alimentaire agro-industriel. Nous retenons cependant de ces travaux des éléments fondamentaux pour définir les caractéristiques des alternatives contemporaines, appréhendées notamment sous l'angle de la reterritorialisation : un renforcement de la proximité spatiale et relationnelle entre producteurs et consommateurs, une remise en question des modes de répartition de la valeur ajoutée au sein du système alimentaire, et, enfin, la valorisation de formes de régulations portées par les collectivités territoriales, notamment urbaines, sous la forme d'une gouvernance alimentaire. Ces axes de transition ont aussi été portés par certains acteurs conventionnels – c'est-à-dire issus du système alimentaire agro-industriel – comme l'ont bien montré les recherches qui prennent comme objets d'études les circuits courts et de proximité. De fait, la spécificité des intermédiaires de la distribution réside justement dans leur position hybride par rapport à la transition : ceux qui revendiquent d'y participer s'inscrivent dans la continuité d'une catégorie professionnelle historique du système alimentaire.

Les alternatives qu'ils proposent partent donc de cette position et c'est en ce sens que la notion d'encastrement permet de saisir la spécificité de leur inscription dans une perspective de transition. Cette spécificité donne tout son intérêt à l'étude des commerçants indépendants plutôt que d'autres initiatives qui émergent *a priori* en dehors du marché. En effet, cela implique d'une part que certains commerçants considèrent qu'ils peuvent partir de leur exercice conventionnel du métier pour contribuer à la transition, d'autre part qu'il existe potentiellement des personnes qui choisissent de devenir commerçantes pour participer à la transition, c'est-à-dire d'adopter une profession représentative du système alimentaire agro-industriel pour y proposer une alternative. Ces parcours invitent de nouveau à articuler l'échelle individuelle du sens accordé à la profession, à celle collective qui induit cette fois-ci de s'interroger sur la manière dont la profession est définie ou redéfinie pour proposer des trajectoires de transition. En outre, la théorie de l'encastrement permet ici de proposer

une analyse fine de la configuration sociale, économique et politique qui gouverne les formes d'interaction avec la biosphère induites par l'approvisionnement.

Cette approche va également dans le sens d'une approche non normative de la transition. Il s'agit en effet d'analyser ces perspectives de transition pour ce qu'elles sont, c'est-à-dire non au regard d'une trajectoire qui serait souhaitable ou articulée autour d'une définition fixe, mais plutôt en fonction du sens que les professionnels lui accordent et de la façon dont ils l'adaptent selon les contraintes ou opportunités issues du marché dans lequel ils s'insèrent. Cela ouvre donc enfin la voie à une analyse dynamique, au croisement des trajectoires individuelles et de transition.

Chapitre 3. Les primeurs parisiens et leurs stratégies d’approvisionnement

À plusieurs reprises dans les chapitres 1 et 2, il est fait mention de l’approche dynamique et relationnelle privilégiée pour étudier la participation des commerçants à la transition socio-écologique. Le caractère dynamique de l’analyse est en premier lieu dicté par la problématique en elle-même. Il s’agit en effet de s’interroger sur un certain rapport des commerçants au changement, qu’ils cherchent à l’initier, s’y adaptent ou y résistent de manière plus ou moins affirmée. Cependant, le parti pris adopté est également d’étudier comment évolue ce rapport au changement au cours d’une carrière, ou comment il est appréhendé par les professionnels selon leur propre trajectoire. De même, la dimension relationnelle est polysémique. En premier lieu, s’intéresser au système alimentaire suppose d’accorder une grande attention aux interactions entre les acteurs qui s’y impliquent, donc aux relations qu’ils entretiennent – ou non. L’intérêt porté à la transition socio-écologique renvoie aussi à une velléité de compréhension des modalités selon lesquelles sont construites les relations entre les sociétés et la biosphère. Elles se matérialisent ici par l’approvisionnement des commerçants. Le parti pris de privilégier une analyse dynamique et relationnelle renvoie donc à plusieurs questions de recherches et à un ancrage théorique précis, qui sont détaillés dans un premier sous-chapitre.

Le deuxième sous-chapitre présente de manière détaillée le cas d’étude retenu et ses apports pour répondre à la problématique de recherche. L’enquête de terrain porte en effet sur une catégorie de commerçants en particulier, les primeurs. La filière fruits et légumes à laquelle ils appartiennent est emblématique du mode de structuration des échanges dans le système alimentaire. En outre, le faible degré de transformation des produits renforce le rôle joué par les commerçants, mais aussi leur capacité à initier des transformations dans leur circulation des territoires de production vers ceux de consommation. Il en résulte une diversité importante de stratégies vouées à transformer le système alimentaire, qui se manifeste particulièrement à Paris, le périmètre retenu pour l’enquête de terrain. La capitale se caractérise par une densité exceptionnelle de commerces indépendants spécialisés, adaptée pour comparer les trajectoires, stratégies et représentations des primeurs selon leur rapport à la transition.

Le troisième sous-chapitre détaille la méthodologie adoptée pour l’enquête de terrain. Elle articule l’analyse des pratiques et représentations individuelles des commerçants à celle de processus plus généraux de transformation du système alimentaire, initiés notamment par des acteurs publics et parapublics. Pour caractériser les modes d’approvisionnement conventionnels et alternatifs, l’enquête de terrain a comporté deux étapes : une première par questionnaire auprès de l’ensemble des primeurs parisiens, une seconde par entretiens plus approfondis avec ceux qui s’inscrivent dans une perspective de transition du système alimentaire.

3.1 – Problématique et hypothèses de recherche

Nous cherchons à comprendre comment, à quelles conditions et dans quelle mesure les commerçants indépendants participent à la transition socio-écologique du système alimentaire. Il s'agit donc d'aborder le rôle de ces professionnels selon trois angles. Le « comment » invite à s'interroger sur les pratiques adoptées par les commerçants indépendants, au prisme de leur impact sur le fonctionnement du système alimentaire. Il témoigne également de l'intérêt porté à la matérialisation territoriale des stratégies adoptées dans une perspective de transition. Se demander « à quelles conditions » les commerçants transforment le système alimentaire implique d'étudier ce qui sous-tend leurs pratiques, ainsi que les ressources et les réseaux nécessaires pour mettre en œuvre un projet de transition. Enfin, nous nous demandons quelle mesure ils participent à la transformation du système alimentaire dans le sens où l'un des objectifs de ce travail est de confronter les trajectoires alternatives à celles conventionnelles, pour identifier des points de ruptures mais aussi, éventuellement, des stratégies partagées. Trois hypothèses sont proposées pour répondre à ces questions.

La première hypothèse est que les commerçants indépendants peuvent effectivement contribuer à une transition du système alimentaire, mais que cette participation doit être analysée à l'aune de leur inscription dans un marché. Cette situation fait la spécificité des intermédiaires de la distribution, par rapport à d'autres types d'acteurs qui revendiquent de participer à la transition en proposant des alternatives au marché. Faire cette hypothèse implique ainsi d'interroger la notion d'alternative, en étudiant comment elle est saisie par les commerçants. On considère que les alternatives revendiquées par certains commerçants indépendants « [rendent] compte de l'existence de plusieurs modalités d'organisation de la production, des échanges et de la consommation alimentaire [et restituent] la capacité des acteurs à connaître et à critiquer le système "conventionnel", ainsi qu'à concevoir et construire des formes d'organisation différentes » (Le Velly, 2017b, p. 149). Cette posture s'inscrit dans la continuité des travaux qui ont étudié le rôle des intermédiaires de la distribution dans le développement de circuits courts ou de proximité. Ce parti pris invite à s'interroger sur le sens que les commerçants donnent au caractère alternatif de leur approvisionnement. Il suppose donc d'adopter une démarche inductive quant à leurs intentions et leurs finalités. Nous ne postulons pas donc pas que toutes les stratégies qu'ils déploient contribuent effectivement à une transition du système alimentaire, raison pour laquelle l'expression d'« inscription dans une perspective de transition » est privilégiée. Elle indique l'intention des commerçants d'y participer sans exiger que cette intention participe dans les faits à une transformation radicale du système alimentaire.

Il ne s'agit pas pour autant de se désintéresser de la façon dont cette perspective se matérialise et plus particulièrement comment elle s'incarne dans la territorialisation des activités commerciales.

Ainsi, la deuxième hypothèse est que cette inscription dans une perspective de transition transforme la territorialisation du métier de commerçant, selon deux dimensions. La première peut être qualifiée de verticale, dans le sens où la transformation du système alimentaire passe par une transformation des pratiques d'approvisionnement et de leur territorialisation. Appliqué à l'ensemble du système alimentaire, l'approvisionnement peut être entendu comme le « flux amont contribuant à l'existence des populations agglomérées [d'un] territoire » (Bognon, 2014, p. 42). Cette notion englobe les étapes de production, de distribution et de consommation alimentaire sur un espace donné. Chacune d'entre elles dispose de logiques et jeux d'acteurs propres bien qu'interdépendants. Appréhendé au prisme des commerçants indépendants, l'approvisionnement désigne l'ensemble des flux amonts induits par l'exercice de leur activité. Tout en conservant ses dimensions technique, matérielle et interactionnelle, le périmètre d'étude est restreint à une étape – la distribution – et une catégorie professionnelle – les commerçants indépendants isolés. L'approvisionnement constitue donc l'activité par laquelle ces professionnels interviennent sur le métabolisme urbain. Cependant, l'inscription dans une perspective de transition se manifeste également à l'échelle du point de vente, selon une territorialisation que l'on peut cette fois-ci qualifier d'horizontale. Elle renvoie au rapport au territoire à l'échelle de la boutique et de son inscription dans un quartier donné, ce qui implique d'étudier aussi comment les stratégies d'implantation et de mise en scène commerciales participent à la transition du système alimentaire.

La troisième hypothèse est qu'il faut prendre comme point de départ les commerçants plutôt que les commerces pour saisir le rôle fondamental joué par les parcours, les réseaux et les représentations dans la construction des stratégies. Ces dernières ne sont pas appréhendées sous un angle rationaliste, qui postule « l'existence d'acteurs, mus par des intérêts, capables d'élaborer des plans coordonnés d'actions et d'évaluer les conséquences visibles de leurs choix » (Paugam, 2010, p. 100). Les stratégies sont considérées dans un sens sociologique, c'est-à-dire comme des choix réalisés par les personnes en fonction de fins qu'ils se sont fixées, de la représentation qu'ils se font de leur rôle et du système de contraintes dans lequel ils s'inscrivent. Plutôt que rationnelles, les stratégies sont donc raisonnables :

« Les [individus] sont beaucoup moins bizarres ou abusés que nous ne tendrions spontanément à le croire, et cela précisément parce qu'ils ont intériorisé, au terme d'un long et complexe processus de conditionnement, les chances objectives qui leur sont offertes, et parce qu'ils savent lire l'avenir qui leur convient, qui est fait pour eux et pour lequel ils sont faits (par opposition à ce dont on dit : "ce n'est pas pour nous"), par des anticipations pratiques appréhendant, à la surface même du présent, ce qui s'impose sans délibération comme "à faire" ou "à dire". La dialectique des espérances subjectives et des chances objectives est partout à l'œuvre dans le monde social et, la plupart du temps, elle tend à assurer l'ajustement des premières aux secondes » (Bourdieu, Wacquant, 1992, p. 105)

Appliquée aux commerçants indépendants, cette définition de la stratégie invite à croiser leurs pratiques et la façon dont ils les justifient. Elle suppose également d'étudier comment leur mise en

œuvre est déterminée par les ressources dont ils disposent et les réseaux dans lesquels ils s'insèrent. Enfin, dans la mesure où les stratégies apparaissent comme des ajustements, elles permettent d'accorder une agentivité à ceux qui les mettent en œuvre. Il s'agit donc de s'intéresser à la façon dont les commerçants font évoluer leurs pratiques, mais aussi le sens qu'ils donnent à leur profession et à leur rôle dans la transition.

Nous privilégions donc une analyse dynamique, qui confronte les trajectoires des intermédiaires et le processus de transition du système alimentaire vers un modèle reterritorialisé. L'inscription dans une perspective de transition peut ainsi intervenir à des moments différents dans le parcours professionnel des commerçants : si elle accompagne voire justifie l'entrée dans le métier de certains d'entre eux, elle peut s'apparenter à une perturbation externe pour d'autres déjà installés. La transition est donc susceptible de modifier la configuration territoriale dans laquelle les commerçants indépendants exercent leur activité. De leur côté, ils peuvent également être des moteurs des transformations du système alimentaire. Ce sont ces transformations qui sont analysées, ainsi que les éléments qui les déterminent et les orientent. Cette approche justifie la troisième hypothèse, selon laquelle il est nécessaire de prendre comme point de départ l'ensemble des commerçants. La démarche est d'abord pragmatique, dans la mesure où il peut exister des stratégies d'adaptation qui ne font pas l'objet d'une communication publique et sont ainsi difficiles à appréhender sans interroger dans un premier temps l'ensemble des commerçants dans un périmètre donné sur leur rapport à la transition. Elle est en second lieu guidée par la première hypothèse, qui suppose que l'on ne peut pas saisir le caractère alternatif des stratégies mises en œuvre par les commerçants sans interroger comment elles se déploient en réaction aux pratiques, représentations et réseaux qui lui préexistent. Cela rejoint la nécessité d'étudier les stratégies dans leur dimension relationnelle, c'est-à-dire en étudiant la spécificité des réseaux dans lesquels s'inscrivent ceux qui revendiquent de participer à la transition. Ces réseaux peuvent être liés à la gouvernance alimentaire territoriale telle qu'elle est déployée par certaines collectivités territoriales. Nous définissons cette gouvernance comme un agencement institutionnel, porté par des acteurs publics ou parapublics, dans lequel les intermédiaires sont plus ou moins impliqués, mais par rapport auquel ils sont amenés à se positionner, en l'anticipant, en y participant activement ou en s'y adaptant, voire en y résistant. Plus largement, nous supposons que d'autres réseaux d'acteurs engagés dans un processus de transition peuvent influencer les pratiques des commerçants et leur donner accès, sous certaines conditions, à des ressources pour transformer le système alimentaire.

3.2 – Les primeurs parisiens : acteurs emblématiques mais peu visibles

La problématique et les hypothèses de recherche impliquent de travailler sur un périmètre à la fois restreint et dense, pour mener une enquête approfondie et bénéficier d'éléments de comparaison des trajectoires, pratiques et représentations que les commerçants indépendants mettent en œuvre.

Le cas parisien correspond à cette configuration. Paris dispose d'une structure commerciale dense et diversifiée, tandis que la coexistence de plusieurs cadres de gouvernance alimentaire territoriaux permettent de se demander dans quelle mesure les intermédiaires y participent (3.2.a). L'étude de cas porte sur la filière des fruits et légumes, qui est particulièrement représentative à la fois du mode de structuration du système alimentaire contemporain et des modèles de distribution qui cherchent à la transformer (3.2.b).

3.2.a – À Paris, un paysage commercial dense et une gouvernance alimentaire originale

Plusieurs éléments justifient le choix de la ville de Paris comme cas d'étude. Il s'agissait en premier lieu d'un terrain cohérent avec le contexte de réalisation de notre thèse, financée dans le cadre d'une convention industrielle de formation par la recherche (CIFRE) par Paris&Co (encadré 3.1), une agence de développement économique et d'innovation. Cette association de droit privé accompagne le déploiement de l'innovation à Paris et dans la Métropole du Grand Paris, à travers plusieurs activités telles que l'incubation de jeunes entreprises, l'animation et l'organisation d'événements et, depuis 2010, la coordination de programmes d'expérimentation urbaine. Ces métiers se déclinent dans onze plateformes sectorielles, spécialisées chacune dans un secteur d'activité²⁷. Le mode de gouvernance et de financement de Paris&Co mêle des acteurs privés et publics. Ainsi, en 2019, plusieurs grands groupes et établissements de taille intermédiaire (ETI) participaient à hauteur de 44 % au financement de la structure, les entreprises accompagnées dans le cadre de programmes d'incubation à 22 % et les acteurs publics et institutionnels à 34 % (Paris&Co, 2019). Cette répartition du financement de l'association se retrouve chez Smart Food Paris, la plateforme dédiée à l'innovation dans le secteur alimentaire et dont les partenaires sont à la fois des structures publiques ou parapubliques et des entreprises du secteur privé²⁸. Ce regroupement de parties prenantes du système alimentaire constituait un cadre privilégié pour entrer en contact avec des acteurs franciliens, métropolitains et parisiens. Il permettait également d'observer comment ces institutions participent à la gouvernance alimentaire territoriale, par exemple à l'occasion d'événement organisés par Smart Food Paris. La diversité des collectivités partenaires de la plateforme est aussi exemplaire de l'intérêt porté par ces dernières à la transition du système alimentaire. Lors du démarrage de la thèse, en septembre 2018, plusieurs collectivités entamaient ou institutionnalisait cette mobilisation, avec différents états d'avancement :

- Certaines collectivités proposaient d'ores et déjà des textes plus ou moins contraignants liés à la gouvernance alimentaire. La Région Île-de-France a inscrit dès 2013 un « défi alimentaire »

²⁷ Ces secteurs sont le sport, la santé, l'alimentation, la ville, le tourisme, l'événementiel, l'édition numérique, les industries culturelles et sportives, l'e-sport, la finance et les assurances, les ressources humaines.

²⁸ En mars 2022, les partenaires de Smart Food Paris étaient METRO, Tetra Pak, Traiteurs de France, l'association nationale des industries alimentaires, Sorbonne Université, la banque publique d'investissement, la régie immobilière de la ville de Paris, la mairie de Paris, la métropole du Grand Paris et Île-de-France Terre de Saveurs – anciennement Cervia.

dans son schéma directeur (Région Île-de-France, 2013, p. 42) et la mairie de Paris a publié en 2018 une Stratégie pour une alimentation durable, dans laquelle elle identifie quatre axes pour le développement d'un « système alimentaire plus durable, plus inclusif, plus résilient » (mairie de Paris, 2018a, p. 3).

- D'autres administrations étaient en train de développer une politique alimentaire. C'était par exemple le cas de la Métropole du Grand Paris, qui menait une réflexion sur la mise en œuvre d'un plan alimentaire, matérialisée par l'organisation de rencontres agricoles du Grand Paris au cours des années 2018 et 2019 (Métropole du Grand Paris, 2020) et adossée à son service Nature en Ville. De même, l'Établissement public territorial Grand Paris Sud-Est Avenir entamait la construction de son projet alimentaire territorial, en complément d'un plan climat-air-énergie territorial élaboré en 2018.
- Une dernière catégorie de collectivités avait mis en place en 2018 un certain nombre de dispositifs non directement dédiés à l'alimentation, mais qui mentionnaient ce secteur ou cherchaient influencer indirectement son fonctionnement. C'est notamment le cas de plans d'action dédiés à l'agriculture tels que celui initié par le département du Val-de-Marne, qui fait mention d'une volonté de faire évoluer les modes de consommation alimentaire par la commande publique (Conseil départemental du Val-de-Marne, 2018).

Cette diversité des cadres de gouvernance ne constitue cependant pas une spécificité de l'Île-de-France. La mise à l'agenda récente et la multiplication des échelles d'action sont en effet caractéristiques des politiques mises en œuvre à l'aune de la reterritorialisation du système alimentaire (Billion, 2017; Bodiguel, Bréger, Maréchal, Rochard, 2021; Brand, 2018). En revanche, l'Île-de-France a la particularité de comprendre « une surreprésentation²⁹ des maillons aval [par rapport au reste de la France] : commerce de détail et restauration/traiteurs; une sous-représentation des maillons amont : agriculture et industries agro-alimentaires; un poids important du commerce de gros en lien avec la présence du [marché d'intérêt national] de Rungis » (de Biasi, Cocquière, et al., 2015, p. 8). Cette forte densité de commerces de détail, articulée au nœud logistique que constitue le MIN de Rungis, est particulièrement pertinente dès lors que l'on cherche à comprendre le rôle joué par les intermédiaires dans un processus de transition. D'une part, elle permet d'étudier de potentielles hybridations adoptées par les commerçants indépendants dans leurs stratégies d'approvisionnement, entre recours aux grossistes du MIN et développement d'autres circuits. D'autre part, la densité inédite de commerces de détail alimentaire en l'Île-de-France – ils représentaient 75 % des établissements du secteur alimentaire en 2012³⁰ (de Biasi, Delaporte, Ropital, 2015) – offre des

²⁹ La surreprésentation est ici évaluée en fonction des volumes d'emplois consacrés à chacun de ces secteurs

³⁰ Les établissements du secteur alimentaire retenus dans l'étude citée sont les suivants : exploitations agricoles, industrie alimentaire, commerce de gros alimentaire, commerce de détail alimentaire, restauration et traiteurs.

conditions optimales pour mener une analyse comparée des stratégies des commerçants indépendants.

Prendre l'Île-de-France pour cadre de recherche permet enfin de s'inscrire dans la continuité d'une série de travaux de recherche ou institutionnels qui se sont intéressés au métabolisme francilien (Barles, 2007; Bognon et al., 2018) ainsi qu'aux jeux d'acteurs qui y sont associés (de Biasi, Cocquière, et al., 2015). Ce travail de recherche est ainsi complémentaire de celui de Sabine Bognon, consacré aux transformations de l'approvisionnement alimentaire dans la métropole parisienne (2014). Étudier le cas francilien permet aussi de compléter un corpus d'études menées sur d'autres terrains en France, en particulier dans le cadre du programme Formes urbaines et gouvernance alimentaire, où les chercheurs impliqués se sont intéressés aux métropoles du Grand Ouest et de Rhône-Alpes (FRUGAL, 2016, cf. chapitre 2).

Encadré 3.1 - Une thèse en CIFRE

Cette thèse a été réalisée dans le cadre d'une convention industrielle de formation par la recherche (CIFRE). Ce dispositif, piloté par l'agence nationale de recherche et technologie (ANRT) « permet à une entreprise, une association ou une collectivité de bénéficier d'une aide financière étatique pour l'embauche sur trois ans d'un-e jeune chercheur-e dont les travaux de recherches conduiront (a priori) à la soutenance d'une thèse en vue de l'obtention du grade de docteur-e » (Renault Tinacci, 2020, paragr. 11). En contrepartie de l'embauche du doctorant, la structure d'accueil perçoit une subvention annuelle. Outre un contrat de travail en CDD ou CDI, la CIFRE s'appuie sur la signature d'un contrat de collaboration liant l'entreprise et le laboratoire de recherche qui statue sur l'organisation du temps de présence du doctorant, les éventuelles contributions financières de l'entreprise à l'activité du doctorant, la confidentialité des données et la propriété intellectuelle des productions liées au doctorat. Cette contractualisation a pour objectif de garantir un cadre de travail propice à la réalisation d'une recherche rigoureuse sur le plan académique.

J'ai rejoint Paris&Co en septembre 2018, d'abord dans le cadre d'un CDD classique qui m'a permis de démarrer mon travail de recherche durant la phase d'évaluation du dossier par l'ANRT. La CIFRE a débuté officiellement en février 2019 et s'est achevée en avril 2022, à la suite d'un prolongement de 3 mois accordé dans le cadre de la crise sanitaire liée à l'épidémie de covid-19. J'ai fait partie de l'équipe dédiée à la gestion de la plateforme Smart Food Paris, où j'occupais un poste de chargée de mission. Mon rattachement à cette association a facilité la prise de contact et de rendez-vous avec des collectivités impliquées dans la gouvernance alimentaire territoriale, puisque certaines sont partenaires de Smart Food Paris. Cet accès privilégié a été complémentaire à mon enquête de terrain auprès des commerçants indépendants, qui ne sont pas le public privilégié des actions menées par Paris&Co. Pour les solliciter dans le cadre d'un questionnaire ou d'un entretien (cf. 3.3), je me suis présentée comme doctorante ou étudiante plutôt que comme chargée de mission dans l'équipe Smart Food Paris.

Si l'avancement de la thèse était abordé en point d'équipe ou lors de réunions annuelles avec la direction de Paris&Co, l'association n'a pas exercé d'influence dans la définition de la problématique, du terrain et de la méthodologie de recherche. Je restituais régulièrement les connaissances issues de mon enquête de terrain sous la forme d'une expertise transmise à mes collègues et aux différents interlocuteurs de Smart Food Paris – créateurs d'entreprises ou partenaires notamment. J'ai donc été impliquée dans la création de contenus destinés à un public interne et externe à la plateforme, sous la forme d'articles ou encore d'animation de tables rondes. S'ils m'ont permis d'acquérir des compétences en termes de vulgarisation de mes thématiques de recherche, ils n'ont pas été réexploités directement dans le cadre de mon travail de recherche. Mon expérience a donc plutôt été caractérisée par une forme de complémentarité, dans les interlocuteurs avec qui j'ai été amené à échanger et dans les missions qui m'ont été confiées.

Il serait erroné d'affirmer pour autant que ce mode de financement n'a pas eu d'influence sur mon travail de recherche. Du fait même de l'objectif qu'il poursuit, « le dispositif CIFRE constitue une figure de médiation par ses incidences sur la production de connaissance, car en retour les requêtes émises par les différents acteurs et actrices (académiques, décideurs, techniciens, associatifs) l'interpellent et sont susceptibles de modifier les cadres de la recherche. La médiation constitue dès lors le processus par lequel un tiers extérieur (institutions, décideurs, financeurs ou leurs interrelations) intervient directement ou indirectement sur la production de la connaissance scientifique » (Renault Tinacci, 2020, paragr. 5). Cette médiation s'est incarnée lors de mon expérience chez Paris&Co, où la présentation de mes thématiques de recherche a fait l'objet d'interprétations diverses par les salariés de l'entreprise, les entrepreneurs accompagnés ou encore les partenaires de l'association. En particulier, elle était fréquemment appréhendée sous l'angle de la logistique et donc dans une perspective d'optimisation (Lièvre, 2007) des circuits d'approvisionnement adoptés par les commerçants indépendants. De même, la question de la traduction de mes résultats de recherche en leviers d'action sur le système alimentaire s'est rapidement posée dans les échanges que j'ai pu avoir certains interlocuteurs. Ce sont notamment ces interactions qui m'ont incitée à me questionner, sur le plan théorique, sur les modes d'appréhension non normatives des transitions dans le système alimentaire.

Dans la mesure où cette thèse ne repose pas sur une démarche d'observation participante, la spécificité de la CIFRE occupe finalement une place marginale dans ce manuscrit. Elle a cependant joué un rôle important dans ma socialisation professionnelle, y compris dans le champ universitaire. De nombreuses thèses sont réalisées dans le cadre d'une CIFRE au sein de l'UMR Géographie-cités et de manière générale dans les sciences sociales, ce qui a nourri des réflexions avec les doctorants et encadrants sur les spécificités de ce type de contrat, à l'intérieur de l'UMR mais aussi en lien avec des jeunes docteurs ou doctorants rattachés à d'autres laboratoires et écoles doctorales. En complément d'une littérature et d'évènements scientifiques dédiés à cette thématique (Bataille, Lacroix, Thiriou, 2022; Biau, Fenker, Zetlaoui-Leger, 2021; Citron, Maulat, 2014), nous avons par exemple conçu une formation doctorale dédiée à la rédaction d'un guide pratique de la CIFRE.

Parmi les communes franciliennes, Paris est apparue comme un périmètre d'étude pertinent, sur le plan politique et commercial. Une première comparaison des différents cadres de gouvernance alimentaire mis en œuvre en Île-de-France nous a en effet permis de constater que c'est dans la Stratégie de Paris pour une alimentation durable que les commerçants indépendants sont les plus mobilisés (cf. chapitre 4). Cela peut notamment s'expliquer par la structure commerciale dense et diversifiée de la capitale. Parmi les villes les plus densément peuplées en France, elle était en 2019 la plus dense en termes de commerces alimentaires (Bouvier, Mohrt, 2021). Cette configuration est également exceptionnelle au regard du reste de l'Île-de-France : en 2006, dans la quasi-totalité de la capitale, il était possible de trouver dix commerces alimentaires ou plus dans un rayon de 500 m,

tandis que dans le reste de la région ce niveau d'accessibilité se retrouvait uniquement dans certaines polarités commerciales au rayonnement communal, voire intercommunal (Mangerey, 2011). Cette densité concerne tout particulièrement le commerce alimentaire spécialisé³¹ dans lequel les statuts indépendants sont surreprésentés (Figure 3.1). Ce type d'activité contribue largement à la structuration du paysage commercial parisien, autour notamment de polarités dédiées à la consommation alimentaire dans des commerces de bouche. En dehors de ces centralités, on trouve également des modes d'implantation plus diffus, qui contribuent à la diversité des rapports au territoire des commerçants. Cette organisation offre la possibilité d'une analyse comparative poussée, attentive à la façon dont les pratiques d'approvisionnement influencent les stratégies de localisation de ces professionnels dans Paris.

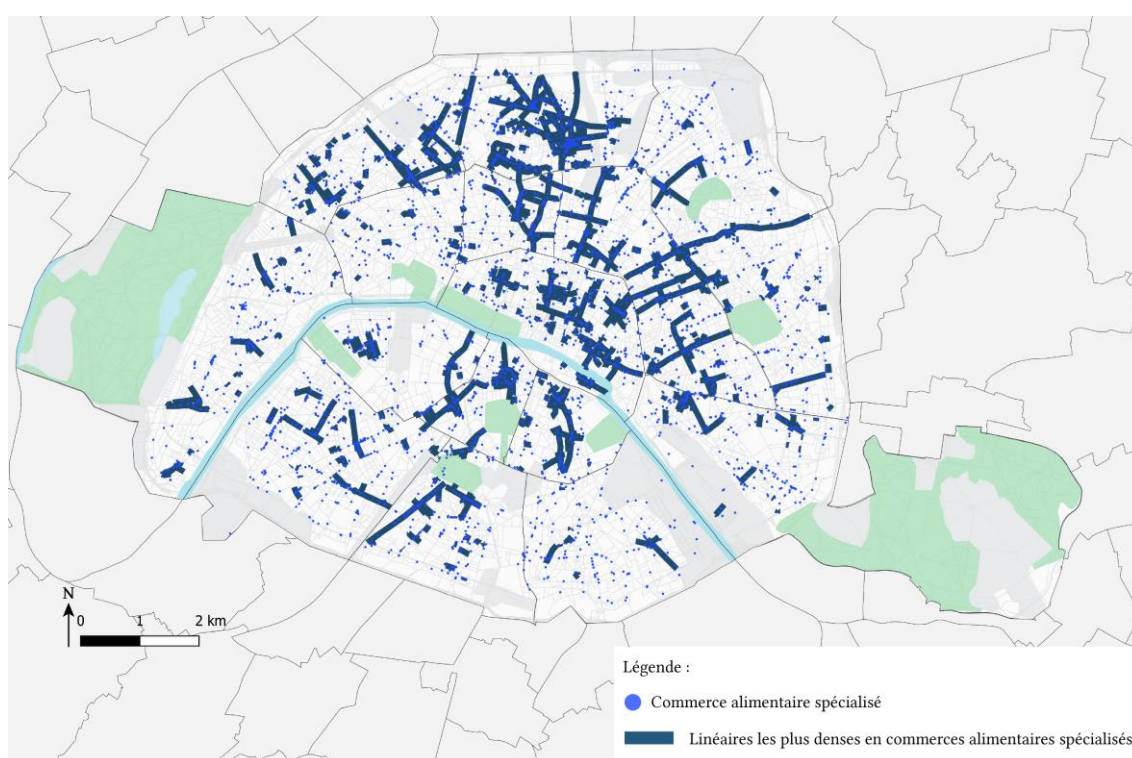


Figure 3.1 – Répartition des commerces alimentaires spécialisés, Paris, 2020

Source : BDCOM (APUR 2020) /Traitement : QGIS, Adobe Illustrator

³¹ L'Atelier parisien d'urbanisme regroupe dans cette catégorie les activités suivantes : boucherie-charcuterie, boulangerie-pâtisserie, commerce de détail de boissons, poissonnerie, vente de fruits et légumes, charcuterie-traiteur-épicerie fine, chocolaterie-confiserie, crèmerie-fromagerie, glacier, pâtisserie, produits alimentaires spécialisés régionaux et étrangers, commerce de détail de thé et café. Cette catégorisation rejoint celle proposée par l'INSEE, qui regroupe dans les commerces alimentaires spécialisés « les entreprises purement commerciales (codes NAF rév.1 commençant par 52) et l'artisanat commercial (codes commençant par 15) » (De Kermadec, 2011, p. 4). La différence entre les deux définitions réside dans la plus grande finesse de la grille proposée par l'APUR, qui comprend douze types de commerce quand l'INSEE en propose huit, qui contiennent eux-mêmes des sous-types. Le détail de la catégorisation de l'APUR peut s'expliquer par la spécificité de l'armature commerciale parisienne, dans laquelle certaines spécialités comme les pâtisseries, les chocolateries ou les commerces de détail de thé et de café connaissent un fort développement (Bouvier, Mohrt, 2021).

Enfin, en prenant Paris comme terrain d'étude, nous avons pu bénéficier des travaux très approfondis de quantification et de description de l'offre commerciale menés par l'Atelier parisien d'urbanisme (APUR) dans le cadre de son observatoire du commerce. Cet observatoire s'adosse à une base de données baptisée BDCOM, mise à jour tous les trois ans à partir d'un recensement à l'adresse des activités accueillies dans les rez-de-chaussée parisiens. Cela a permis d'avoir une première vision très précise des évolutions du commerce alimentaire à Paris entre 2000 et 2017, mais également de mener une enquête par questionnaire en porte à porte, en nous appuyant sur les recensements établis lors de l'enquête de terrain.

3.2.b - La filière fruits et légumes, reflet des spécificités du système alimentaire parisien

Outre la définition d'un périmètre d'étude, nous avons aussi choisi d'étudier le cas d'une filière en particulier, celle des fruits et légumes. Ce choix est guidé par le rôle central joué par les filières dans la structuration du système alimentaire. Nous entendons par ce terme « un ensemble d'acteurs et de processus technologiques qui concourent à l'élaboration et à la commercialisation d'un produit ou d'un groupe de produits » (Rastoin, Ghersi, 2010, p. 123). Cet ensemble d'acteurs se structure autour d'organisations professionnelles dédiées, qui peuvent agir à travers la législation sur le type d'aliments produits et la contractualisation entre producteurs et distributeurs. De ce point de vue les filières, construites historiquement autour de type de produits, sont des modes d'organisation institutionnels centraux dans l'organisation du marché économique. Elles se sont d'ailleurs développées au lendemain de la Seconde Guerre mondiale autour de cet objectif d'adaptation des structures agricoles à l'économie de marché (Naves, 2016).

Si les filières partagent des éléments de structuration, chaque type de produit a des spécificités en termes d'organisation institutionnelle et de types de problèmes mis à l'agenda depuis la seconde moitié du XXe siècle. La délimitation des filières en fonction des aliments s'explique en outre par les contraintes propres à chaque type de produits, selon son mode de production, son degré de transformation ou encore ses spécificités de consommation. C'est à ces différents titres que les fruits et légumes constituent une filière pertinente pour aborder notre problématique. En tant que produits frais et rapidement périssables, leur circulation est marquée par de nombreuses contraintes, qui rendent d'autant plus visibles les enjeux d'interaction entre la biosphère et la construction sociale du marché :

« Certains points sont communs et justifient une approche de l'ensemble des fruits et légumes. En premier lieu et du point de vue technique, les fruits et légumes font partie de la catégorie des "produits frais" de l'univers alimentaire, c'est-à-dire qu'ils sont consommables en l'état [...]. Cette caractéristique implique notamment un traitement (chaînes de lavage, calibrage et conditionnement), des emballages (un *packaging*) et une logistique (transport et stockage sous froid positif) particuliers. En second lieu, les structures et le fonctionnement des marchés sont identiques pour les deux types de produits, à quelques nuances près » (Rastoin, Ghersi, 2010, p. 128).

La structure et le fonctionnement des marchés auxquels J.-L. Rastoin et G. Gherzi font référence renvoient notamment à l'organisation des métiers qui concourent à la structuration du système de production et de distribution des fruits et légumes. Les syndicats professionnels de l'agroalimentaire sont en effet divisés en fonction de métiers – qui correspondent à des étapes de la chaîne alimentaire – et de types de produits. Cela influe sur les modalités de transformation du système alimentaire, puisqu'en France ces interprofessions assument un rôle réglementaire, associé au versement d'une contribution volontaire obligatoire versée par tous les membres des filières concernées³². En 2017, dans le cadre des états généraux de l'alimentation, les interprofessions ont notamment été chargées de concevoir chacune un plan de développement et de transformation des filières agricoles et agro-alimentaire, visant notamment à « fixer des objectifs de restructuration interne aux interprofessions, des objectifs de montée en gamme sur le bio, sur les signes de qualité, des objectifs environnementaux et sociétaux, des programmes de recherche agricole, de ciblage des investissements. » (ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, 2020). Or les prises de position de ces interprofessions, du fait de leur obligation de représentativité, doivent émaner d'accords entre tous les métiers de la filière tels qu'ils sont configurés dans le modèle conventionnel. L'appréhension par l'interprofession des fruits et légumes frais (Interfel) de certaines limites du fonctionnement du système alimentaire traduit bien l'enjeu de défense d'une certaine inertie de l'organisation des filières :

« Représentant d'Interfel : Même la question de la saison pose problème, parce que c'est toujours la saison quelque part, surtout quand on fait de l'import, donc on est sur des communications génériques, on est sur l'importance de consommer des fruits et légumes frais. [...]

Question : Et de ce point de vue, il y a à différentes échelles des réflexions sur la transformation des systèmes alimentaires, comment est-ce que vous vous intégrez à ce type de discussions ?

Représentant d'Interfel : [...] On parle de relocalisation, on parle de réintroduction de producteurs et de production, mais honnêtement quelque part c'est pas notre sujet. Parce que nous si on rentre là-dedans, on ne pourra pas y entrer sans impliquer l'ensemble des autres maillons de la filière, et si on incite un producteur à s'installer quelque part, il faudra qu'on le fasse dans le cadre de l'interprofessionnelle, donc ça veut dire qu'il faudrait qu'on puisse garantir que l'ensemble des autres acteurs soient impliqués »

Entretien avec des représentants d'Interfel, interprofession des métiers des fruits et légumes frais, 2019.

De fait, la structuration de la filière des fruits et légumes est intrinsèquement liée aux modes de régulation et aux formes de domination qui caractérisent les relations des producteurs et représentants de l'aval de la chaîne d'approvisionnement, notamment les acteurs de la grande distribution à partir des années 1960. L'adaptation de l'activité agricole aux impératifs de l'économie de marché est passée par une intensification mais également une standardisation de la production des

³² Cette contribution est régie par les articles L. 632-1 à L. 632-12 du code rural et de la pêche maritime.

fruits et légumes, destinée à faciliter le développement d'un marché dans lequel ils sont normalisés, c'est-à-dire comparables en termes de goût mais surtout d'apparence. Cet impératif constitue un changement important dans l'organisation de la production et de la distribution des fruits et légumes, caractérisée jusqu'au milieu du XXe siècle par un degré important d'atomisation :

« Ainsi, un des premiers problèmes construits par les acteurs de la filière, et les producteurs en particulier, est celui de l'atomisation de la production, se traduisant par sa domination par les intermédiaires présents à tous les stades de la mise en marché. La filière des fruits et légumes frais va donc se doter d'institutions portant sur l'organisation du marché, en cherchant notamment à regrouper l'offre pour modifier la structure des relations concurrentielles au profit des acteurs de l'amont ainsi qu'à clarifier l'organisation des circuits de distribution en organisant un réseau de distribution moderne » (Naves, 2016, p. 48).

Dans le secteur des fruits et légumes, les intermédiaires ont donc fortement orienté la structuration de la filière, selon deux axes. Le premier, plus tardif, a été mené par les entreprises de la grande distribution. L'internalisation des activités de logistique a contribué à renforcer l'influence de ces entreprises dans la définition des types de produits cultivés en France. De ce point de vue, ce mode de distribution est bien distinct de celui auquel participent les commerçants indépendants, qui est fortement orienté par l'existence des Marchés d'intérêts nationaux (MIN) et les modes de régulation des échanges qui y sont associés. En Île-de-France, le MIN de Rungis, fondé en 1969, constitue un point nodal du système alimentaire³³. Il est divisé en cinq secteurs, qui correspondent chacun à une filière – fruits et légumes, produits carnés, produits laitiers et avicoles, produits de la mer et horticulture – et celle des fruits et légumes en est la locomotive : ils représentent 30 % de sa surface, pour 71 % des arrivages et 43 % du chiffre d'affaires réalisé en 2019 (Semmaris, 2020a). Le rôle des MIN à leur ouverture était de contribuer à la création d'un marché de concurrence pure et parfaite s'appuyant entre autres sur une uniformisation des marchandises alimentaires, par exemple à travers la création de calibres des produits (Bernard de Raymond, 2013). Dans les faits, cette ambition a été inégalement satisfaite selon les secteurs. Dans le cas des fruits et légumes notamment, qui a été étudié de manière approfondie par Antoine Bernard de Raymond, elle s'est « heurtée aux pratiques des grossistes, qui visaient à pallier l'imperfection de l'information, due aux faits que les produits semblent échapper à la prise des normes qu'on leur applique » (2013, p. 89). La variabilité liée aux produits frais, si elle a été en partie encadrée par les institutions en charge du fonctionnement de la filière, reste donc un facteur important pour expliquer les modalités d'interaction entre producteurs ou groupements de producteurs et grossistes, ainsi qu'entre grossistes et détaillants. Elles continuent

³³ La SEMMARIS et le bureau d'études AND International estiment qu'en 2009 les arrivages au MIN représentaient 40 % des fruits et légumes, 20 % des produits carnés, 27 % des produits aquatiques et 8,5 % des produits laitiers consommés dans la région (Cogoluenhes, Renault, 2011). Il est d'autant plus central pour les détaillants sédentaires ou de marchés de plein vent, qui représentaient, selon la même étude, la moitié des ventes du MIN en 2009.

ainsi de se caractériser par une forte personnalisation des échanges, qui vise à pallier les limites d'informations normées sur les produits et leurs propriétés.

La variabilité fait aussi des fruits et légumes des cibles privilégiées du déploiement de modes d'approvisionnement qui cherchent à contourner la filière telle qu'elle se structure historiquement. À Paris, l'augmentation de l'offre d'alimentation dite durable³⁴ passe ainsi tout particulièrement par l'ouverture de magasins spécialisés dans la vente de fruits et légumes. De même, la croissance du nombre de points de vente primeurs est portée par ce type de commerces : les entreprises Au Bout du Champ, Les Saisonniers ou Paysans Vrac, spécialisées dans les circuits courts de proximité, représentent ainsi à elles seules 23 ouvertures entre 2014 et 2021 sur un total de 63 nouveaux primeurs inaugurés sur la période. Ce dynamisme est propre à la filière fruits et légumes à Paris puisque l'APUR estimait en 2018 que « parmi les primeurs parisiens, la part des épiceries bio et locales est [...] de 20 %, tandis qu'elle n'est que de 2 % pour l'ensemble des magasins alimentaires spécialisés de Paris » (Laithier, Vauléon, 2018a, p. 8). On peut là encore mettre cette surreprésentation en rapport avec les particularités des produits et de leur mode de distinction. Bien que certains fruits et légumes soient concernés par des signes d'identification de la qualité et de l'origine³⁵, cela correspondait en 2020 à 2 % des produits de la filière à l'échelle nationale, soit le plus petit pourcentage du secteur agroalimentaire (Morel, Roussel, 2021). Cette faible certification signifie que chaque intervenant dans la filière dispose d'une autonomie relativement forte dans la définition de critères permettant de valoriser – symboliquement et économiquement – les fruits et légumes qu'il contribue à mettre sur le marché. De ce point de vue, il est d'autant plus important de comprendre comment les primeurs définissent un produit ou un circuit durable pour appréhender selon quelle perspective ils participent à la transition du système alimentaire.

Se concentrer sur les commerces sédentaires exclut du périmètre d'étude les points de vente sur les marchés de plein vent, quand bien même cette catégorie représente une part importante des achats en fruits et légumes à Paris (mairie de Paris, 2018a). Sur le plan pratique, prendre en compte cette catégorie de commerce aurait demandé un temps de terrain de recherche plus important et adapté à leur présence limitée dans l'espace public, qui rend complexe la prise de contact ainsi que la passation de questionnaires et d'entretiens tels que nous les avons menés avec les primeurs sédentaires. Être commerçant sur un marché de plein vent implique également un rapport différent au territoire de vente. Ainsi, bien que le rapport au territoire soit appréhendé en premier lieu au

³⁴ La notion de durable fait ici référence à la définition proposée par l'APUR, dont sont tirés les statistiques citées dans le reste du paragraphe. L'alimentation durable se caractérise ainsi par « la labellisation des produits (Bio, Label Rouge, MSC...), par l'origine des produits (plus de transparence et plus faible empreinte carbone) et par des produits frais et bruts. » (Laithier, Vauléon, 2018, p. 4)

³⁵ Les signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) sont une garantie officielle du respect par des produits agroalimentaires de certaines caractéristiques. L'appellation d'origine contrôlée, l'appellation d'origine protégée et la spécialité traditionnelle garantie sont des certifications liées à l'origine ou au respect d'un mode de production ou de transformation traditionnel. Le sigle Label Rouge renvoie à un niveau de qualité des produits alimentaires et la mention Agriculture Biologique certifie un mode de production.

prisme de l'approvisionnement, son articulation avec la boutique et ses alentours constitue un axe central du questionnement, aussi bien dans une dimension symbolique – notamment la mise en scène commerciale – que fonctionnelle – choix de la localisation, utilisation des espaces de stockage, organisation de la livraison... Ces dimensions se retrouvent dans les marchés de plein vent, mais leur lien avec le territoire répond à des logiques différentes que dans le commerce sédentaire. De même, les trajectoires personnelles et professionnelles des commerçants sont spécifiques et donnent lieu à une grande diversité de rapports au métier, qui risquait de constituer une difficulté dans la construction de l'objet de recherche (Navarro, 2017). Enfin, il existe une étude récente, réalisée par Sabine Bognon dans le cadre de sa thèse (2014), sur le rôle joué par ce type d'activités dans la transition du système alimentaire à Paris. Il nous est apparu plus pertinent de nous inscrire dans la complémentarité de ses recherches de ce point de vue. Nous avons malgré tout retenu dans notre périmètre d'étude les marchés couverts quotidiens, dans lesquels on peut retrouver des types de pratiques qui s'apparentent à celles du commerce sédentaire.

3.3 – Une enquête de terrain en trois étapes

Pour étudier le positionnement des primeurs par rapport à la transition du système alimentaire, nous avons eu recours à des méthodes mixtes. Une enquête préliminaire a été dédiée à l'analyse du jeu d'acteurs et du cadre de gouvernance associé au fonctionnement de la filière fruits et légumes à l'échelle de la région Île-de-France (3.3.a). Un état des lieux des pratiques d'approvisionnement des primeurs à Paris a été réalisé dans un deuxième temps, à partir d'une enquête par questionnaire (3.3.b). Elle a été approfondie par une série d'entretiens auprès de certains commerçants, que nous avons interrogés sur l'articulation entre leur inscription dans une perspective de transformation du système alimentaire, leurs trajectoires professionnelles et leurs représentations du métier (3.3.c). Pour simplifier la mobilisation des données issues de cette enquête dans la suite du texte, l'enquête de terrain dans son ensemble a été baptisée « NRPrimParis 2020 ». Ce terme désigne donc à la fois l'enquête préliminaire, celle par questionnaire et celle par entretien, ainsi que la production photographique issue des observations de terrain.

3.3.a – Une enquête préliminaire pour contextualiser le rôle des commerçants indépendants dans le système alimentaire francilien

Une première série d'entretiens, menée principalement auprès d'acteurs institutionnels impliqués dans le fonctionnement et la transformation du système alimentaire à l'échelle francilienne, a permis de mieux contextualiser l'enquête de terrain auprès des primeurs. Cette phase d'enquête s'est déroulée essentiellement entre les mois de mars et mai 2019, au cours desquels seize entretiens ont été réalisés (Tableau 3.1).

Tableau 3.1 – Entretiens réalisés auprès d’acteurs institutionnels parisiens, métropolitains et franciliens, 2018-2019

Date	Institution	Poste	Durée
Filière fruits et légumes			
<p>Objectifs :</p> <p>Comprendre le fonctionnement de la filière fruits et légumes et les jeux d’acteurs afférents</p> <p>Analyser le positionnement des institutions représentatives par rapport aux perspectives de transformation du système alimentaire</p>			
22/03/2019	Saveur Commerce – Fédération nationale de syndicats de commerçants spécialisés dans les fruits et légumes	Secrétariat général	1 h 20
18/04/2019	SFL - Syndicat du commerce de gros en fruits et légumes de Rungis	Direction	1 h
18/04/2019	SEMMARIS – Secteur Fruits et Légumes	Gestion du secteur Fruits et Légumes au MIN de Rungis	Visite guidée 40 min
19/04/2019	Interfel – Interprofession de la filière fruits et légumes frais en France	Direction Produits et Qualité, coordination des activités régionales	45 min
Acteurs publics et parapublics en charge du commerce			
<p>Objectifs :</p> <p>Analyser les modes d’intervention sur les activités commerciales alimentaires et en particulier l’approvisionnement</p> <p>Interroger les liens éventuels entre les dispositifs dédiés au commerce et les cadres de gouvernance alimentaire territoriale</p>			
08/03/2019	Métropole du Grand Paris	Pôle développement économique et attractivité	1 h
18/03/2019	Chambre de commerce et d’industrie de Paris Île-de-France	- Pôle vie institutionnelle et études - Élu	1 h 30
05/04/2019	Chambre de commerce et d’industrie de Paris Île-de-France	Service transmission de commerces	1 h 20
25/04/2019	Société d’économie mixte d’animation économique au service des territoires (SEMAEST)	Direction de la communication, de l’animation et des partenariats	1 h

27/05/2019	Groupement d'intérêt économique Paris Commerces ³⁶	Direction	1 h
Gouvernance alimentaire territoriale			
Objectifs :			
Identifier les cadres de gouvernance alimentaire territoriale à l'échelle francilienne, leurs caractéristiques et leurs formes d'interaction			
Analyser le mode de prise en compte des activités commerciales et en particulier du commerce indépendant			
20/12/2018	Direction des Espaces verts et de l'Environnement de la mairie de Paris	Agence d'Écologie urbaine – gestion de projet Alimentation durable	1 h 15
12/03/2019	Île-de-France Terre de Saveur (ex Cervia) - association de la Région en charge de la valorisation de la production et de la transformation francilienne.	Conseiller technique	1 h 30
08/04/2019	Cabinet en charge des Transports, de la Voirie, des Déplacements et de l'Espace publics à la mairie de Paris	Direction du cabinet	45 min
15/07/2019	Établissement Public Territorial Grand Paris Sud Est Avenir	Direction Développement Durable – Responsable de l'élaboration du <i>Plan alimentaire territorial</i> de l'EPT	1 h 30
26/09/2019	Direction des Espaces verts et de l'Environnement de la mairie de Paris	Service des Sciences et techniques du végétal et de l'Agriculture urbaine	1 h 30
Système alimentaire francilien			
Objectif : Entretiens d'approfondissement de rapports institutionnels dédiés au fonctionnement du système alimentaire parisien ou francilien			
07/03/2019	Atelier parisien d'urbanisme	Chargé d'étude – Rapport sur l'alimentation durable à Paris	1 h 15
04/04/2019	Institut Paris Région	Chargées d'étude – Rapport sur les filières courtes de proximité au sein du système alimentaire francilien	1 h 15

Source : NRPrim Paris 2020 ; Mis en page d'après (Lehec, 2018)

³⁶ Le GIE Paris Commercess regroupe les trois bailleurs sociaux de la mairie de Paris – Paris Habitat, RIVP et Elogie-Siemp – et assure la commercialisation de leurs locaux en pieds d'immeuble.

Trois entretiens ont été réalisés auprès de représentants de syndicats professionnels impliqués dans la structuration de la filière fruits et légumes à l'échelle francilienne. L'objectif de ces rencontres était d'une part de mieux comprendre le fonctionnement de cette filière et les jeux d'acteurs qui la caractérisaient, et d'autre part d'analyser leur positionnement par rapport à la transformation du système alimentaire, en tant qu'instances représentant les acteurs de la filière auprès des acteurs publics. Nous avons également sollicité des entretiens auprès de structures publiques et parapubliques participant à l'accompagnement des activités commerciales aux échelles parisiennes et franciliennes. Il s'agissait d'aborder avec ces acteurs la place accordée aux commerçants qui revendiquent de participer à la transition du système alimentaire. Enfin, un dernier axe de cette enquête de contextualisation a concerné plus spécifiquement les acteurs publics et parapublics qui prennent part à la construction de cadres de gouvernance alimentaire territoriale. Ces derniers ont été notamment interrogés sur le rôle des commerçants indépendants dans les dispositifs qu'ils mettaient en place. Cette phase d'enquête s'est concentrée sur l'action de la mairie de Paris, mais a été complétée par des entretiens auprès d'institutions opérant à d'autres échelles pour saisir les niveaux de compétences exercées vis-à-vis du fonctionnement du système alimentaire.

Ces entretiens de contextualisation avaient pour objectif de mieux cerner les jeux d'acteurs institutionnels autour du système alimentaire francilien et leurs échelles de déploiement, autant d'éléments détaillés dans le chapitre 4. Le choix de privilégier l'analyse d'une seule filière a également été conforté par les rencontres avec différents représentants de celle des fruits et légumes, qui ont mis au jour leur dimension structurante dans le métier des commerçants indépendants. De même, les entretiens menés autour de la définition de cadres de gouvernance alimentaire à différentes échelles, associés à une analyse de la littérature institutionnelle à ce sujet (de Biasi et Ropital, 2017 ; GPSEA, 2019 ; Région Île-de-France, 2013 ; mairie de Paris, 2018) ont permis de resserrer le périmètre de l'enquête de terrain de façon cohérente avec les modes de prise en compte du commerce dans les politiques alimentaires.

Ces entretiens ont été l'occasion de recueillir les réactions des acteurs institutionnels à propos de la thématique de recherche et d'en préciser progressivement les contours. En particulier, au même titre que dans le cadre de la CIFRE (encadré 3.1), la question des stratégies d'approvisionnement des commerçants a souvent été appréhendée par nos interlocuteurs sous l'angle de la logistique. Si elle prend en compte une partie des enjeux étudiés, cette approche ne permet pas complètement d'appréhender l'articulation entre les stratégies mises en œuvre par les commerçants et leur trajectoire professionnelle ainsi que leur représentation du métier. En outre, il s'agit d'un cadre théorique et pratique largement développé par les acteurs de la grande distribution qui ont émergé durant la seconde moitié du XXe siècle et, en ce sens, il traduit une représentation située et prescriptive du fonctionnement du système alimentaire.

3.3.b – Un état des lieux des pratiques d’approvisionnement des primeurs à Paris

Chercher à comprendre les déterminants des stratégies d’approvisionnement des primeurs impliquait d’identifier dans un premier temps comment ils se procuraient leur marchandise. C’est dans cette optique que nous avons procédé à une enquête par questionnaire auprès de l’ensemble des primeurs parisiens recensés par l’APUR en 2017. Cette enquête a été menée sur deux périodes : une première allant d’octobre 2019 à février 2020, interrompue par la crise sanitaire liée à l’épidémie de covid-19; une seconde entre juin et juillet 2020. Elle a concerné 344 locaux (Tableau 3.2), qui rassemblent ceux recensés dans la BDCOM 2017 de l’APUR, auxquels s’ajoutent 63 points de vente identifiés au cours de cette phase de terrain. Certaines boutiques n’ont pas été sollicitées. Une partie des locaux recensés par l’APUR étaient vacants ou avaient été remplacés par d’autres activités au moment de notre passage. Néanmoins, nous ne nous sommes pas rendue dans 36 points de vente, par manque de temps et dans la mesure où les questionnaires précédents nous avait permis d’atteindre la saturation, c’est-à-dire « le phénomène par lequel, passé un certain nombre d’entretiens [...], le chercheur ou l’équipe de recherche a l’impression de ne plus rien apprendre de nouveau, du moins en ce qui concerne l’objet sociologique de l’enquête » (Bertaux, 1980, p. 205).

Tableau 3.2 – Locaux visités et de commerçants interrogés lors de l’enquête par questionnaire

	Nombre de locaux
BDCOM 2017	369
Autres locaux (recensement personnel)	63
Nombre total de locaux	432
dont locaux vacants ou non spécialisés	52
dont locaux non visités	36
Dont locaux visités	344
Commerçants interrogés par questionnaire	100
Nombre de locaux concernés	132

Source : NRPrimParis 2020

L’enquête par questionnaire a été réalisée en porte à porte, dans la majorité des cas sans prise de rendez-vous préalable. Ces conditions sont analogues à celles que nous avons adoptées lors de nos précédents travaux de recherche auprès des commerçants indépendants (Rollinde, 2016, 2017). Dans la mesure où ces derniers passent une large partie de leur temps de travail au contact des clients ou auprès de leurs fournisseurs, ils sont généralement peu réactifs aux sollicitations écrites ou téléphoniques. En outre, les enquêtes par questionnaires peuvent rapidement être interprétées par les interlocuteurs comme du démarchage commercial. Il faut donc consacrer un temps à la description

de la démarche scientifique et à l'éthique qui y est afférente – anonymisation, absence de sollicitation commerciale – tâche qu'il est plus aisé de réaliser en face à face pour répondre aux éventuels doutes des primeurs. La passation du questionnaire auprès des propriétaires exploitants de l'activité a été privilégiée. Lorsque cela n'était pas possible, on s'est assuré au préalable que les salariés interrogés étaient responsables du point de vente, spécifiquement en charge de l'approvisionnement ou présents depuis suffisamment longtemps dans l'entreprise pour répondre à l'ensemble des questions de façon précise (encadré 3.2). 100 primeurs ont répondu au questionnaire, pour 132 points de vente, certains partageant le même exploitant. Cela représente 35 % du panel, réparti de manière homogène dans le périmètre d'étude (Figure 3.3). Cependant, cette méthodologie de passation des questionnaires n'a pas été exempte de biais. Il a notamment été plus simple de rencontrer des propriétaires exploitants d'une seule boutique que ceux à la tête de plusieurs points de vente, dans la mesure où ces derniers étaient moins souvent présents dans les boutiques que nous visitions. Cela renvoie également à la structuration des entreprises spécialisées dans les fruits et légumes : dans celles caractérisées par la détention de plusieurs boutiques, les fonctions de vente sont généralement assurées par des responsables salariés, tandis que l'exploitant concentre son activité sur la phase d'approvisionnement et se trouve donc plus souvent au contact des fournisseurs que dans la boutique (cf. chapitre 4).

Le questionnaire (annexe 1) comprenait 42 questions, pour un temps de passation compris entre 20 et 45 minutes. Le choix a été fait de poser un nombre important de questions ouvertes, pour adapter chaque échange au contexte et aux pratiques des commerçants. En ce sens, cette première étape de terrain a permis de récolter un matériau riche y compris en ce qui concerne l'appréhension du système alimentaire par les primeurs interrogés. Six thématiques ont été abordées : le magasin et sa localisation ; les pratiques d'approvisionnement ; l'opinion des commerçants vis-à-vis du système alimentaire et de ses transformations ; leur inscription dans des réseaux institutionnels associés à leur activité ; leurs projets professionnels ; et, enfin, un certain nombre de questions liées à leur position sociale et à la structuration de l'entreprise. Leurs pratiques d'approvisionnement ont été abordées de manière longitudinale, en les interrogeant à différents moments sur leurs éventuelles transformations, ou au contraire les freins à une évolution. C'est aussi dans cette optique que leurs opinions sur le fonctionnement du système alimentaire ont été recueillies, en formulant les questions sous l'angle des changements observés dans le métier ou en leur demandant de réagir à ce que nous appelions des tendances : nouveaux modes de production, développement des circuits courts, attrait pour la saisonnalité, mais aussi des éléments moins directement liés à notre problématique, tel que le développement du numérique dans le commerce, ou celui de services annexes à la vente de produits frais – transformation, livraison, etc. Cela avait pour objectif de jauger la place occupée par les thématiques qui nous intéressaient dans leurs préoccupations. Les réponses à ces questions sont des indicateurs du positionnement des commerçants par rapport au système alimentaire et à ses potentielles transformations, en lien avec les autres questions qui ont permis de contextualiser leurs discours par rapport à leur pratique professionnelle et leur profil sociologique.

Encadré 3.2 - Statut d'exploitant, de responsable et d'employé

Les primeurs interrogés étaient 54 % à être exploitants du point de vente, 15 % en étaient les responsables et 31 % y étaient employés (Figure 3.2). Ces statuts renvoient à des fonctions et des positions hiérarchiques différents.

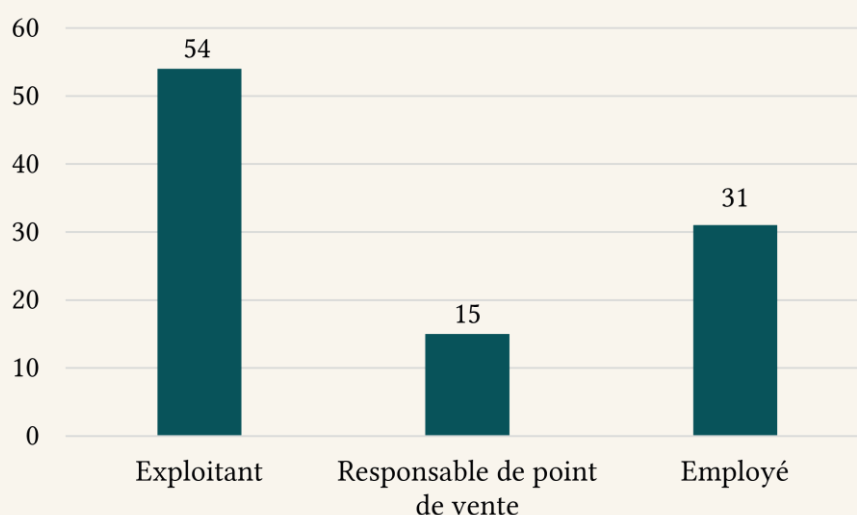


Figure 3.2 - Statut des primeurs interrogés, pourcentage (eff : 100)

Source : NRPrimParis 2020

L'exploitant d'un point de vente détient la propriété du fonds de commerce, ou en assure l'exploitation dans le cadre d'une location-gérance (Braudo, 2022a). Plus largement, sont regroupés sous ce statut dans l'enquête par questionnaire les commerçants qui définissent la stratégie commerciale et d'approvisionnement de l'entreprise. Ils sont également en situation de responsabilité hiérarchique de l'ensemble des personnes travaillant dans leur commerce.

Par responsable de point de vente, nous désignons les personnes en charge de la gestion quotidienne de l'activité, dans les cas où elle n'est pas assurée par l'exploitant. Cette situation s'observe le plus souvent lorsque ce dernier exploite plusieurs points de vente. Le responsable encadre le travail des employés et met en oeuvre la stratégie définie pour sa boutique. Selon les modes de division du travail, il dispose d'une marge de manoeuvre plus ou moins grande pour infléchir cette stratégie (cf. chapitre 4).

Les employés correspondent à la catégorie socioprofessionnelle des employés de commerce, qui regroupe « les personnes qui, en tant que salariées du secteur commercial, exécutent des opérations simples liées à la vente. [...] Les activités couvertes comprennent la plupart des types de vente [et] les tâches d'approvisionnement, de rangement et d'étiquetage des produits au sein des magasins, ainsi que le passage en caisse » (INSEE, 2021).

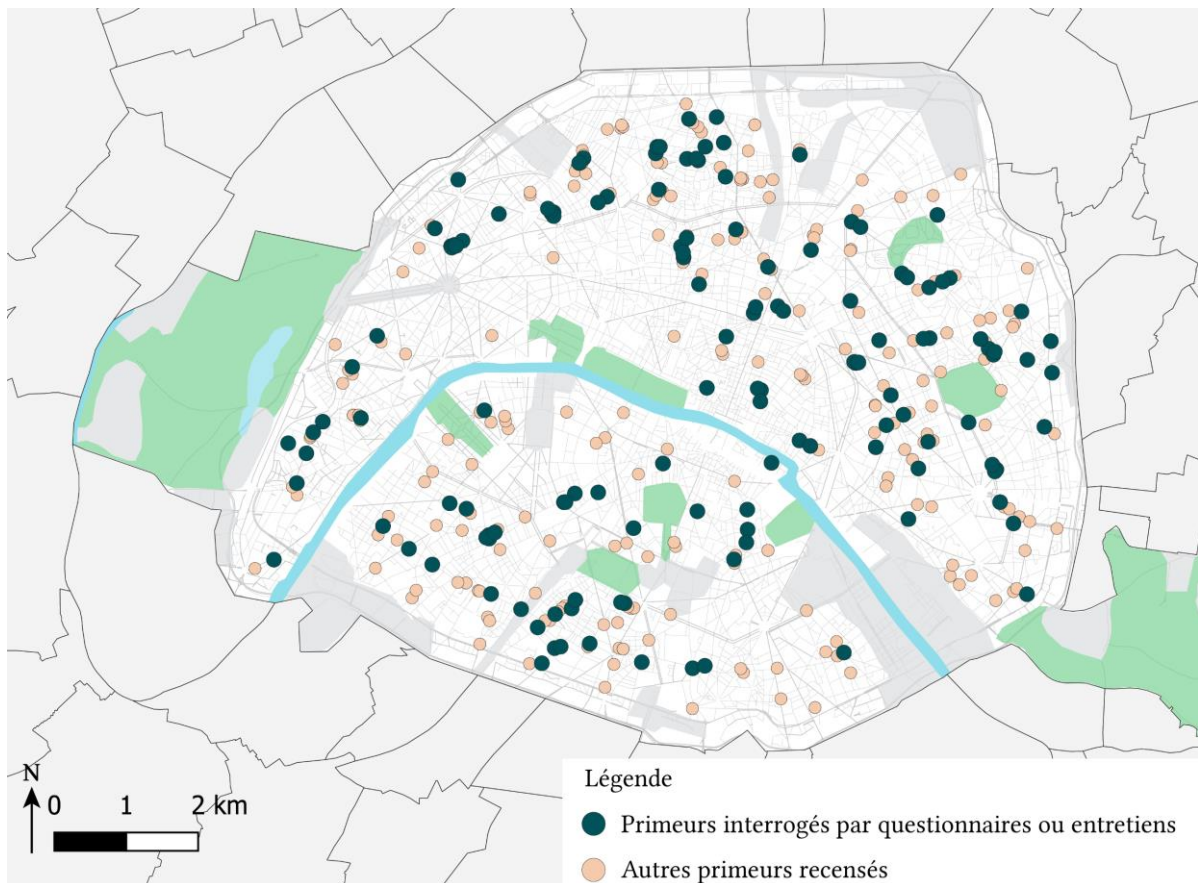


Figure 3.3 – Primeurs rencontrés dans le cadre d’un questionnaire ou d’un entretien, Paris, 2020
Sources : BDCOM (APUR 2020); NRPrimParis 2020 / Traitement : QGIS, Adobe Illustrator

L’un des objectifs des questionnaires était de récolter des données quantitatives sur les flux de matières générés par les primeurs dans le cadre de leur activité. La première phase d’enquête de terrain devait être l’occasion de contribuer à l’analyse du métabolisme territorial lié au système alimentaire à Paris, en estimant à la fois les quantités de fruits et légumes achetés par les primeurs, mais aussi celles des déchets alimentaires générés, à travers une série de questions sur la gestion des stocks et des invendus. Cette ambition a été revue à la baisse, pour deux raisons principales. La première a trait à la nature même des produits concernés par notre enquête, pour lesquels il est difficile de trouver un outil de mesure commun, du moins qui fasse sens pour les primeurs : les quantités achetées varient en fonction des produits, de la saison, du moment de la semaine où les achats sont réalisés... Si nous avons progressivement trouvé des ordres de grandeur pour quantifier les flux, force est de constater qu’ils ne permettent de le faire que de manière très approximative. Les primeurs raisonnaient en majorité en termes de nombre de camions, de palette ou de colis, selon la taille ou le nombre de magasins exploités³⁷. Il est difficile de transcrire ces unités empiriques en

³⁷ les plus grosses entreprises raisonnent en termes de camion, tandis que les plus petites appréhendent leurs achats en termes de nombre de colis.

volumes ou en masses comparables. Le second élément compliquant la quantification est lié au mode d'exercice du métier : pour la majorité des primeurs interrogés, estimer la quantité de marchandise achetée n'avait pas de sens, ils ne disposaient donc pas d'outils de suivi de cette variable. Cette situation représente en tant que tel un résultat important et la détention ou non de chiffres détaillés sur les quantités achetées permet d'opérer des distinctions fortes entre les profils de commerçants. Dans ce contexte, le choix a été fait de recentrer l'enquête sur les logiques d'actions et les modes d'interactions des primeurs dans le cadre de leur approvisionnement. Si une étude plus approfondie autour de cette question devait être menée, les grossistes présents au MIN de Rungis pourraient constituer un point de départ plus pertinent dans la mesure où ils centralisent vraisemblablement plus de données ayant directement trait aux flux de fruits et légumes.

Le traitement des questionnaires a permis de dégager des typologies de pratiques d'approvisionnement et de les relier à des stratégies commerciales et des trajectoires spécifiques. Il a en outre permis de valider ou d'invalider certaines hypothèses, notamment pour ce qui concerne le degré de participation des primeurs aux cadres de gouvernance alimentaire territoriale mis en place par des acteurs publics et parapublics. L'analyse de leurs opinions de manière générale et de leur positionnement par rapport à une perspective de transition du système alimentaire de façon plus spécifique a favorisé l'identification de certains freins et leviers à l'adoption de nouvelles pratiques d'approvisionnement, en lien avec leur représentation du métier. Les questionnaires ont en particulier permis d'appréhender spécifiquement les modes d'hybridation du système alimentaire mis en œuvre par les primeurs dont les modes d'approvisionnement étaient conventionnels, puisque cette catégorie était largement surreprésentée dans notre panel.

En ce sens, cette première étape d'enquête a préfiguré la seconde, consacrée aux déterminants de la construction de la stratégie d'approvisionnement lorsqu'elle s'inscrit dans une perspective de transformation du système alimentaire. Aborder les pratiques des primeurs de manière inductive, c'est-à-dire sans les sélectionner *a priori* selon leur mode d'approvisionnement, a permis de constater que c'est avant tout leur rapport cet approvisionnement qui oriente leur position vis-à-vis du système alimentaire et de ses transformations. Dans ce contexte, l'enquête par questionnaire a été l'occasion d'identifier les primeurs les plus pertinents pour interroger, dans une phase d'entretien, les parcours et les représentations de ceux engagés dans une logique de transition dans le système alimentaire.

3.3.c – Une enquête par entretiens pour relier stratégies d'approvisionnement et rapport au système alimentaire

L'enquête par questionnaires donne un état des lieux des pratiques d'approvisionnement des primeurs à Paris. Elle ne permet pas, en revanche, de comprendre comment celles-ci ont été façonnées au cours de leur carrière. C'est dans cette optique que nous avons réalisé dans un second temps une enquête par entretiens approfondis, centrée sur l'influence de la trajectoire des commerçants et leur

représentation du métier sur leur inscription dans une perspective de transition. Ils reposent sur une démarche compréhensive, visant à identifier les logiques d'actions des commerçants que nous interrogeons (cf. 2.1). Les entretiens ont porté sur deux thématiques principales : la façon dont les commerçants étaient entrés dans le métier et la construction puis l'évolution de leur stratégie d'approvisionnement. Ces deux axes, très centrés au premier abord sur les pratiques des commerçants interrogés, ont constitué un point d'entrée pour aborder, au fur et à mesure de l'échange, le sens qu'ils donnaient à leur activité et les représentations qui y étaient associées. Ces entretiens ne constituent pas des modalités d'accès à des connaissances objectives sur les stratégies des commerçants. Ils sont plutôt appréhendés comme un outil pour comprendre comment ils construisent et mettent en récit leur rapport au système alimentaire et à la transition.

La démarche adoptée emprunte à la méthode de l'analyse biographique, dans le sens où « il s'agit de rendre compte précisément des processus biographiques particuliers qui font qu'un individu fait ce qu'il fait, dit ce qu'il dit et pense ce qu'il pense. Il s'agit en d'autres termes de s'interroger sur la genèse de ses catégories de pensée et d'action » (Giraud, Saunier, Raynaud, 2014, p. 3). Ainsi, l'objectif des entretiens était de chercher à comprendre le rapport entre leur inscription dans une perspective de transition et le récit que les primeurs faisaient de leur trajectoire. L'échange visait ainsi à identifier quels étaient « les éléments qui structurent et orientent en profondeur [leur mode d'exercice du métier et à] repérer et sélectionner dans la réalité les traits pertinents permettant de répondre à la question posée » (Giraud, Saunier, Raynaud, 2014, p. 5), plutôt qu'à recueillir un récit de vie systématique et linéaire. A partir d'une grille recensant différentes thématiques à aborder (Annexe 2), chaque entretien a suivi le fil tracé par les enquêtés pour expliquer le sens qu'ils accordaient à leur pratique. Le récit des primeurs est donc envisagé comme une « "mise en intrigue" : en faisant le récit de sa vie, un individu reconfigure son expérience temporelle, à l'origine confuse, autour d'une intrigue, qui transforme les événements vécus en une histoire. [...] Cette intrigue fait œuvre de synthèse en rassemblant des causes, des buts, des hasards dans l'unité temporelle d'une action totale et complète, représentée de manière linéaire et séquentielle » (Giraud, Saunier, Raynaud, 2014, p 6). En prenant acte de l'hétérogénéité des événements considérés comme significatifs par les primeurs interrogés pour décrire leur rapport au système alimentaire, il a été possible d'identifier certains déterminants de cette diversité. Cela est passé par une lecture critique du discours des commerçants, la comparaison des différents entretiens et leur croisement avec d'autres travaux de sociologie des professions consacrés notamment à l'entrepreneuriat (Chauvin, Grossetti, Zalio, 2014) et aux évolutions professionnelles engagées autour d'enjeux de transition écologique (Viry, 2021).

Vingt entretiens d'une à deux heures ont été réalisés auprès de dix-sept exploitants de boutiques, responsables logistiques ou responsables de points de vente, entre janvier et décembre 2020. Le tableau 3.3 résume leur statut, certaines informations sur leur entreprises et le type d'approvisionnement qu'ils adoptent, à partir d'une typologie détaillée dans la deuxième partie. Ces

informations sont détaillées et complétées par d'autres éléments issus de l'analyse des réponses dans l'annexe 3. Chaque entretien a été enregistré, retranscrit puis communiqué au primeur interrogé pour le tenir informé de l'avancée de la recherche, solliciter un second entretien ou éventuellement recueillir ses réactions. Si la majorité des interviewés disait au départ s'inscrire dans une perspective de transition, quatre entretiens ont été réalisés auprès de commerçants adoptant des pratiques d'approvisionnement majoritaires à Paris, à savoir auprès de grossistes au MIN de Rungis. Ils ont permis d'une part de confirmer un certain nombre d'hypothèses sur les stratégies des primeurs conventionnels formulées suite à l'analyse des réponses aux questionnaires, et d'autre part de constituer une base de comparaison des entretiens réalisés auprès des primeurs se présentant comme alternatifs (cf. deuxième partie). Enfin, certains primeurs sollicités pour un entretien car leurs réponses au questionnaire laissaient entendre qu'ils participaient à la transition, avaient des stratégies, des représentations ou des parcours qui se sont finalement avérés proches des commerçants conventionnels. Ces entretiens permettent d'interroger les formes d'hybridation des stratégies d'approvisionnement.

Tableau 3.3 – Primeurs interrogés lors de l'enquête par entretien, Paris, 2020

Nom de la personne interrogée	Type d'approvisionnement adopté (cf. deuxième partie)	Année de création ou de reprise du commerce	Nombre de points de vente exploités par l'entreprise ³⁸	Statut dans l'entreprise
Cédric	Alternatif	2013	13	Responsable points de vente
Janice	Alternatif	2013	15	Responsable logistique
Tanguy	Alternatif	2014	5	Exploitant
Pauline	Alternatif	2016	9	Exploitante
Matthieu et Laure	Alternatif	2019	9	Exploitants
Franck	Alternatif	2019	2	Responsable points de vente
<hr/>				
Vincent	Hybride	2006	2	Responsable points de vente
Reda	Hybride	2012	2	Exploitant
Philippe	Hybride	2017	2	Exploitant
Sophie	Hybride	2019	1	Exploitante
Samia	Hybride	2020	1	Exploitante
<hr/>				
Bilal	Conventionnel	2001	2	Exploitant
Solène	Conventionnel	2001	4	Exploitante
Yassin	Conventionnel	2001	1	Exploitant
Coralie	Conventionnel	2010	1	Exploitante

Source : NRPrimParis 2020

³⁸ En Île-de-France, au 1^{er} novembre 2021.

Conclusion du chapitre 3

La méthode de recherche présentée dans ce chapitre invite à interroger « la capacité des acteurs locaux à se saisir des ressources naturelles, économiques, sociales ou encore identitaires de leur territoire pour prendre en main leur propre transition socio-écologique » (Buclet, 2015, paragr. 6). Nous nous intéressons à l'agentivité des commerçants indépendants en étudiant les stratégies qu'ils déploient et la façon dont ils les adaptent pour participer à la transformation du système alimentaire. Cette démarche est dynamique dans la mesure où nous cherchons à comprendre comment ils ont construit ces stratégies dans le temps et de quelle manière elles ont évolué, en lien avec la façon dont ils appréhendent le système alimentaire et ses transformations. Elle rejoint aussi des approches relationnelles de la transition puisqu'il s'agit également d'étudier comment la représentation que les commerçants se font de leur rôle s'articule avec leur insertion dans un marché fortement structuré et dans un contexte de mise à l'agenda public de la reterritorialisation du système alimentaire.

La forte personnalisation de l'exploitation des commerces indépendants isolés, le rôle central joué par les filières dans la construction du jeu d'acteurs associé à l'approvisionnement et l'importance des échelles territoriales dans la définition des gouvernances alimentaires justifient de réaliser une étude de cas auprès des primeurs à Paris. Le caractère à la fois emblématique et spécifique de la capitale occupe une place importante dans la définition du périmètre d'étude. Le choix de la filière des fruits et légumes est également guidé par l'existence de caractéristiques qui lui sont propres : le faible nombre de produits labellisés, associé à leur fragilité et au faible niveau de transformation font des commerçants des intermédiaires particulièrement importants pour la construction d'un discours et la mise en place de circuits d'approvisionnement adaptés. Les primeurs sont aussi moteurs, à Paris, de la croissance des modèles commerciaux revendiquant de participer à une transition du système alimentaire (Vauléon, Laithier, 2022), offrant ainsi un contexte propice à la démarche comparative, appréhendée sous deux angles : entre les primeurs conventionnels et ceux alternatifs d'une part, entre les primeurs alternatifs d'autre part, dans la mesure où tous n'adoptent pas la même définition de ce qui fait une transition.

Conclusion de la première partie

Un cadre théorique pluridisciplinaire est nécessaire pour comprendre le rôle joué par les commerçants indépendants dans la transition du système alimentaire contemporain. L'écologie territoriale en constitue un socle important, puisqu'elle invite à considérer de manière conjointe des jeux d'acteurs et leur matérialisation dans les modes de circulation des aliments qui en résultent. Les *alternative food studies*, la sociologie économique et la géographie urbaine complètent ce cadre théorique en offrant des clés théoriques et méthodologiques pour comprendre comment les commerçants construisent leur rapport au territoire et à ses transformations, en lien avec la représentation qu'ils se font de leur rôle au sein de ce dernier d'une part, et dans le marché au sein duquel ils exercent leur activité d'autre part. L'originalité d'un tel positionnement réside dans l'articulation des différentes échelles d'analyse proposées par ces courants de recherche – stratégies individuelles, jeux d'acteurs et sens accordé à la transition systémique. Il s'agit également d'interroger la territorialisation de la profession de primeur en croisant leurs stratégies d'approvisionnement et celles qui concernent l'organisation de leur point de vente et son insertion dans le paysage commercial environnant.

Ce cadre théorique et méthodologique est appliqué selon deux perspectives, complémentaires pour saisir le rôle des commerçants dans les transformations du système alimentaire. La deuxième partie de la thèse, comparative, vise à caractériser les pratiques d'approvisionnement des primeurs à Paris, pour proposer une définition de ce qui fait l'alternative chez ceux qui revendiquent de participer à une transition. Elle s'inscrit au croisement de leurs pratiques et de la représentation de leur rôle au sein du système alimentaire, qui se matérialise notamment dans le discours qu'ils portent sur les critères de sélection des fruits et légumes, ainsi que dans l'organisation logistique autour de l'approvisionnement. En outre, la démarche comparative et inductive invite à explorer comment l'alternative se construit en négatif de stratégies et de trajectoires conventionnelles, très homogènes dans le cas des primeurs et caractérisées par une forte continuité, quand ceux alternatifs revendiquent une rupture à plusieurs niveaux. L'analyse se recentre sur ces commerçants dans la troisième partie de la thèse, qui est consacrée à leur rapport à la transition. Leurs stratégies évoluent au gré d'adaptations qui visent à faire concorder leurs pratiques avec le rôle qu'ils s'attribuent dans le système alimentaire, ce qui contribue au développement d'un marché des alternatives disposant de son jeu d'acteurs et de ses rationalités propres.

Deuxième partie. Qualifier les alternatives au système alimentaire contemporain : analyse comparée des primeurs parisiens

La majorité des travaux qui étudient les mutations du système alimentaire prend comme point de départ des acteurs qui revendiquent de participer à la transition, et montre que cette ambition naît de critiques formulées à l'égard du modèle existant (Bognon et al., 2018). Lorsqu'il s'agit d'intermédiaires de la distribution, les chercheurs insistent également sur les logiques d'hybridation entre des modèles (Dubuisson-Quellier, Velly, 2008). Pour compléter les connaissances sur la participation de ces acteurs à la transition, nous adoptons un parti pris méthodologique différent, en proposant une analyse comparée des primeurs conventionnels et alternatifs. Ce parti pris a d'abord été pragmatique : dans la mesure où ce sont avant tout sur les pratiques d'approvisionnement que reposent les capacités de reterritorialisation des commerçants indépendants, il n'existait pas de moyen pour identifier de manière exhaustive et *a priori* ceux qui s'inscrivaient dans une perspective de transition. La démarche comparative offre également des clés pour mieux qualifier les stratégies alternatives et leurs contributions à la transition socio-écologique. Au regard de quelles pratiques conventionnelles émergent-elles ? Sur quels aspects de l'activité se concentrent-elles et dans quelle mesure cohabitent-elles avec des rationalités d'action propre au système alimentaire dominant ? Les réponses à ces questions permettent de mieux délimiter et qualifier ce qui, chez les primeurs, fait l'alternative. Le périmètre retenu, délimité autour d'une commune et d'une catégorie professionnelle marquée au cours des dernières années par des formes de diversification, autorise une étude représentative des parcours, stratégies et représentations (cf. chapitre 3).

Le chapitre 4 présente un portrait des primeurs et des entreprises qu'ils exploitent. Nous nous focalisons notamment sur leur inscription territoriale, saisie à travers leurs stratégies d'implantation et leur plus ou moins grande prise en compte dans les politiques alimentaires et commerciales déployées aux échelles parisiennes, métropolitaine et francilienne. L'étude du profil de primeurs, de leur localisation et de leur participation à la gouvernance met en lumière des logiques de territorialisation complémentaires de celles étudiées dans la géographie urbaine consacrée aux commerces et aux commerçants. Nous analysons notamment dans quelle mesure l'approvisionnement influence les stratégies de localisation et l'intégration à la gouvernance alimentaire territoriale.

Le chapitre 5 prolonge ce questionnement en opérant une première distinction entre primeurs conventionnels et alternatifs, à partir des fournisseurs auxquels ils ont recours. Le choix d'acheter des fruits et légumes auprès de grossistes au MIN de Rungis, ou directement auprès de producteurs, naît d'un rapport spécifique au système alimentaire, que l'on peut saisir en analysant la trajectoire professionnelle des primeurs et les critères qu'ils retiennent pour sélectionner les produits et circuits d'approvisionnement. En l'occurrence, au-delà du type de fournisseurs sollicités, c'est entre la recherche d'une continuité et la volonté de rupture que se situe la principale démarcation entre primeurs conventionnels et alternatifs.

Le chapitre 6 explore quant à lui la matérialisation des rapports conventionnels et alternatifs au système alimentaire dans les pratiques d'approvisionnement des primeurs. Il s'agit de comprendre comment s'incarnent les « promesses de différence » (Le Velly, 2017a) portées par les primeurs alternatifs, mais aussi comment elles se construisent en lien avec les pratiques adoptées par les primeurs conventionnels. Si les circuits déployés par les premiers naissent par certains aspects contre ceux des seconds, il existe aussi des formes de circulations entre les stratégies alternatives et conventionnelles. Il en résulte une frontière moins étanche qu'il n'y paraît entre ces deux catégories, dont les contours sont déterminés autant par les stratégies adoptées par les primeurs que par la façon dont ils définissent leur rôle dans le système alimentaire.

Chapitre 4. Les primeurs à Paris : profil, localisation et intégration à la gouvernance alimentaire territoriale



Figure 4.1 – *Les Halles*, Léon Lhermitte, 1895

Source : Petit Palais de Paris

Les Halles de Léon Lhermitte (Figure 4.1) illustre plusieurs éditions du *Ventre de Paris* d'Emile Zola, paru pour la première fois en 1873. Le tableau représente en fait Le Carreau, un « marché annexe [aux Halles centrales de Paris] destiné à la vente des fruits et légumes livrés dans la nuit par les cultivateurs et les jardiniers-maraîchers des environs de Paris » (Petit Palais de Paris, 2014). Le choix de représenter des fruits et légumes – et ceux qui les achètent et les vendent – rappelle le rôle tant symbolique que matériel joué par ces aliments dans la structuration de l'approvisionnement parisien. Encore aujourd'hui, c'est la principale filière en termes de quantité d'arrivée et de chiffre d'affaires réalisé par les grossistes au MIN de Rungis, inauguré à la suite du déménagement des Halles centrales en dehors du centre de Paris (Semmaris, 2020a). Les primeurs parisiens, qui figurent parmi les principaux clients des grossistes spécialisés, participent pleinement de ce processus. Leurs boutiques et leurs étals marquent le paysage des rues commerciales dédiées aux commerces de bouche, par une mise en scène commerciale axée sur l'abondance, qui fait échos aux représentations naturalistes de l'approvisionnement en fruits et légumes dans la capitale.

Ce chapitre vise à proposer un portrait contemporain de cette profession, le terme de primeur désignant à la fois les personnes qui exercent le métier et les commerces qu'ils exploitent. Pour les caractériser et saisir les modalités de leur inscription territoriales, plusieurs méthodes sont utilisées.

Certaines sections de l'enquête par questionnaire visaient à recueillir des informations sur le profil socio-économique et le parcours de ces commerçants. Elles offrent des clés pour comprendre de quelle manière s'articulent des trajectoires et des modes d'organisation du travail au sein des entreprises (4.1). Les choix réalisés en matière d'implantation des points de vente, mais aussi de mise en scène ou de prix pratiqués sont quant à eux révélateurs des logiques selon lesquelles les primeurs participent à la construction du paysage commercial parisien (4.2). Enfin, l'inscription territoriale des primeurs passe aussi par les jeux d'acteurs dans lesquels ils s'insèrent. Dans la mesure où ils travaillent sur des produits frais, bruts et concernés par la forte croissance de circuits courts de proximité, ils pourraient être des parties prenantes privilégiés de la gouvernance alimentaire territoriale. La Région Île-de-France, la municipalité parisienne et dans une moindre mesure la Métropole du Grand Paris proposent chacune à leur échelle des cadres pour assurer cette gouvernance. La façon dont elles y intègrent les commerçants est emblématique de la concurrence qui caractérise ce processus, au croisement de leurs agendas politiques et des compétences dont elles disposent (4.3).

4.1 – Portrait des primeurs et de leurs entreprises à Paris

Dans le cadre de l'enquête par questionnaire menée auprès des primeurs à Paris, plusieurs questions visaient à les caractériser, ainsi que les entreprises qu'ils exploitent ou dans lesquelles ils sont salariés. Elles mettent en lumière l'homogénéité de cette catégorie professionnelle, tant dans les profils de ses exploitants, que dans leurs parcours et la structuration des activités. Pour autant, des profils et des types de division du travail, marginaux sur le plan quantitatif, permettent d'identifier des trajectoires commerciales originales et des mutations dans le mode d'exercice métier. A partir d'un portrait des primeurs (4.1.a) et de leurs entreprises (4.1.b), ce sous-chapitre a donc pour objectif d'une part de mettre en avant ce qui fait l'homogénéité de la profession, et d'autre part d'explicitier les modalités de développement de profils ou d'entreprises qui s'écartent du modèle dominant.

4.1.a – Un métier marqué par la continuité

La plus grande homogénéité que l'on observe, lorsque l'on cherche à construire le portrait des primeurs à Paris, a trait au genre : 83 % des exploitants et responsables de points de vente³⁹ interrogés sont des hommes (Figure 4.2.a). Cependant, l'exercice essentiellement masculin de l'exploitation des commerces renvoie moins à une absence de femmes dans le métier qu'à leur relative invisibilisation, ces dernières exerçant le plus souvent des fonctions subordonnées dans l'entreprise, à la vente ou à la comptabilité notamment. Les réponses au questionnaire donnent également à voir la prédominance des entreprises familiales, qui représentent 64 % des structures interrogées (Figure 4.2.b). Dans 21 % des cas, les exploitants et responsables de points de vente ont indiqué que leur épouse était employée

³⁹ Dans la partie 4.1.a, nous nous concentrons sur les caractéristiques socio-démographiques des exploitants et responsables de points de vente, qui représentent 69 % des personnes interrogées lors de l'enquête par questionnaire.

par l'entreprise (Figure 4.2.c). Cela est cohérent avec la répartition historique des tâches dans les activités de commerce de détail, notamment dans les entreprises familiales où les hommes assurent généralement des fonctions de direction tandis que les femmes prennent en charge la vente ou la comptabilité (Abdelnour, Bernard, Gros, 2017; Gresle, 1972; Heyrman, 2020). Ce mode d'organisation reste prégnant dans le secteur du commerce, puisque l'INSEE relevait en 2018 que les métiers d'employés de services comptables et administratifs, secrétaires ou dactylos y étaient assurés à 85 % par des femmes, et qu'elles représentaient 68 % des vendeurs du commerce de détail (Rousset, 2019), tandis que 68% des artisans, commerçants et chefs d'entreprise du secteur du commerce et de l'artisanat commercial étaient des hommes (Figure 4.2.d). Nous observons donc sur notre terrain et pour la spécialité considérée une structuration similaire du travail dans l'entreprise, à un degré accentué qui doit cependant être considéré avec prudence dans la mesure où nous comparons des effectifs et des périmètres différents.

La forte proportion d'entreprises familiales participe à la structuration du métier, mais elle influence également les trajectoires des primeurs. En effet, une partie importante des exploitants ou responsables de points de vente interrogés est composée d'enfants, neveu ou nièce de primeur et ils sont 35 % à embaucher des descendants dans leur entreprise (Figure 4.2.c). L'exercice du métier est donc marqué par une forte continuité. À l'échelle individuelle, les primeurs sont peu nombreux à envisager de cesser leur activité et lorsque c'est le cas – 16 % des répondants (Figure 4.3.a) – il s'agit en majorité de commerçants approchant de l'âge de la retraite. À l'échelle intergénérationnelle, si les primeurs parisiens sont relativement plus jeunes que les commerçants en France (Chardon, Jauneau, Vidalenc, 2021, figure 4.3.b), ce renouvellement démographique passe majoritairement par une transmission de pratiques, de ressources et de réseaux qui concerne les entreprises familiales, mais aussi d'autres types de trajectoires.

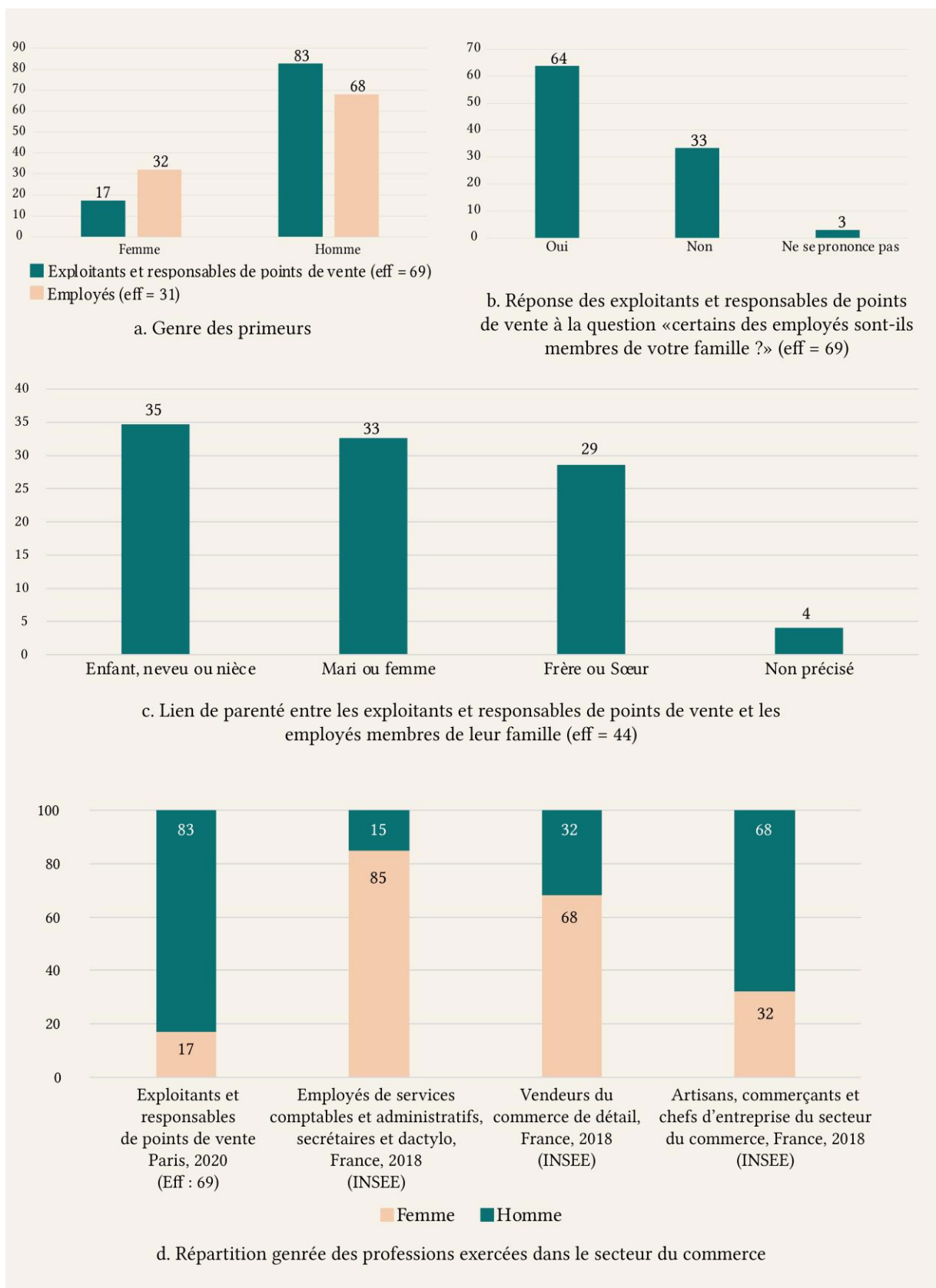
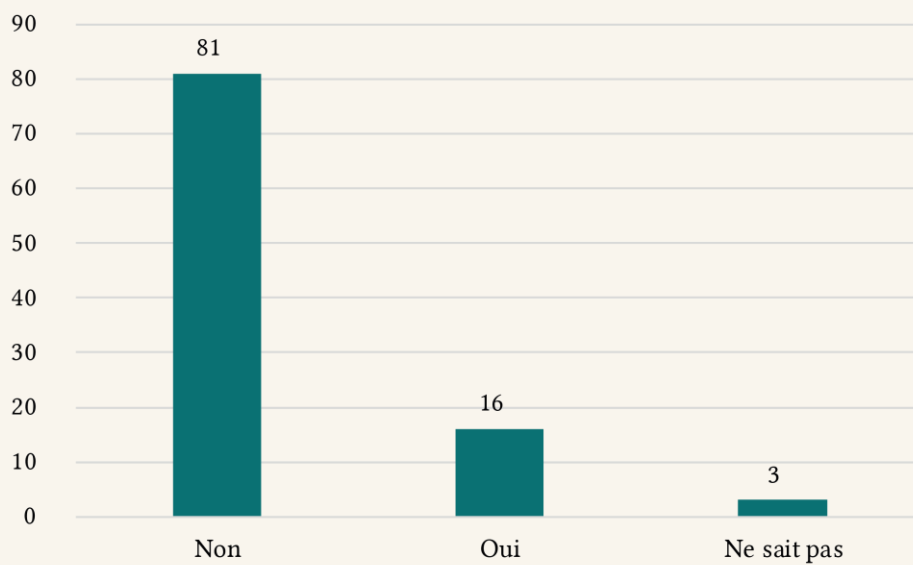
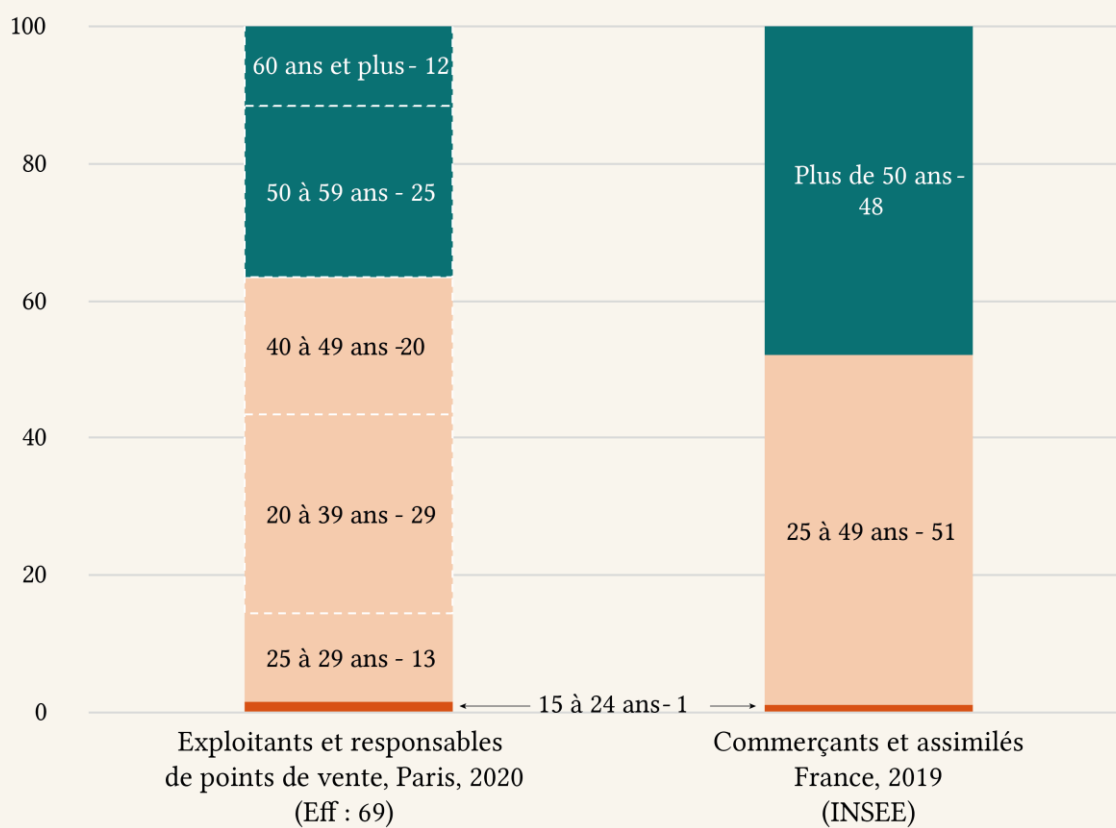


Figure 4.2 – Genre des commerçants, statut familial et fonction exercée, pourcentage
 Source : NRPrimParis 2020 ; INSEE 2018 / Traitement : Microsoft Excel, Adobe Illustrator



a. Projet de cession des exploitants et responsables de points de vente dans les mois à venir (Eff : 69)



b. Âge des commerçants

Figure 4.3 – Age et projet de cession des primeurs et des commerçants, pourcentage
 Source : NRPrimParis 2020, INSEE 2019 / Traitement : Microsoft Excel ; Adobe Illustrator

En particulier, 48 % des exploitants et responsables interrogés sont de nationalité étrangère ou détiennent une double nationalité (Figure 4.4.a), une forte proportion qui illustre le rôle majeur joué par le parcours migratoire dans l'entrée dans le métier. Le cas des primeurs tunisien ou franco-tunisien – 29 % des commerçants interrogés – est représentatif de ce processus. La quasi-totalité d'entre eux nous a indiqué être originaire de Djerba, une île qui se caractérise historiquement par un réseau migratoire très développé autour des activités commerciales. Elise Bernard qualifie la migration à Djerba de « structurelle » (Bernard, 2002, paragr. 7), dans la mesure où dès le XVIII^e siècle le développement économique de l'île s'est orienté vers la pratique du négoce dans d'autres pays du Moyen-Orient, puis principalement en France à partir des années 1950. Émigrer pour travailler dans le commerce de détail alimentaire constitue ainsi une trajectoire professionnelle classique, pour laquelle la diaspora est pourvoyeuse de ressources qui sont fortement sectorisées :

« En effet, la filière commerçante donne la possibilité à tout membre du groupe ethnique d'apprendre le métier et de créer un commerce s'il en a les moyens, sinon d'être employé chez un commerçant de son groupe. [...] Ces liens sont particulièrement importants dans la migration djerbienne. L'ensemble de ces structures préexistait à la migration en France et elles ont permis une organisation précise de l'espace relationnel entre la France et Djerba. Les Djerbiens migrants ou anciens migrants rencontrés insistent beaucoup sur le réseau et la solidarité communautaire garants de leur pratique migratoire. Pour eux il est impensable de partir "à l'aventure" sans savoir où loger et sans avoir des perspectives de travail. Ils mettent aussi en avant le fait que leur migration est une migration "structurée, raisonnée, de valeur". » (Bernard, 2002, paragr. 11)

Les primeurs interrogés lors de notre enquête de terrain vont dans le même sens, plusieurs d'entre eux ayant expliqué leur entrée dans le métier par la présence d'une importante communauté tunisienne dans le secteur des fruits et légumes. Pour autant, sa surreprésentation parmi les nationalités étrangères doit être interprétée avec précaution. Il est en effet permis de penser que notre enquête de terrain sous-estime d'autres communautés, notamment celle issue de la diaspora chinoise ou d'Asie du Sud-Est. En effet, plusieurs travaux scientifiques ont mis en lumière leur présence importante dans le secteur du commerce de bouche à Paris (Li, 2017; Ma Mung, 2014). Par ailleurs, les primeurs interrogés lors de l'enquête de terrain et qui font partie de la diaspora chinoise, cambodgienne ou vietnamienne ont souligné l'importance de cette appartenance pour expliquer leur entrée dans le métier. On peut donc faire l'hypothèse que les réseaux migratoires jouent de manière générale un rôle important dans la structuration du secteur du commerce des fruits et légumes, avéré dans le cas de la communauté tunisienne, mais qui demanderait des investigations complémentaires pour d'autres diasporas.

La continuité induite par l'appartenance familiale ou le parcours migratoire des primeurs se retrouve également dans le type d'emploi occupé au cours de la carrière. En l'occurrence, c'est l'expérience dans la distribution alimentaire qui rassemble une majorité des primeurs : 29 % des personnes interrogées étaient salariées dans un commerce spécialisé dans les fruits et légumes avant

de devenir à leur tour exploitantes ou responsable et 31 % étaient salariées, exploitantes ou responsable dans le secteur alimentaire, le plus souvent dans une entreprise de la grande distribution (Figure 4.4.b).

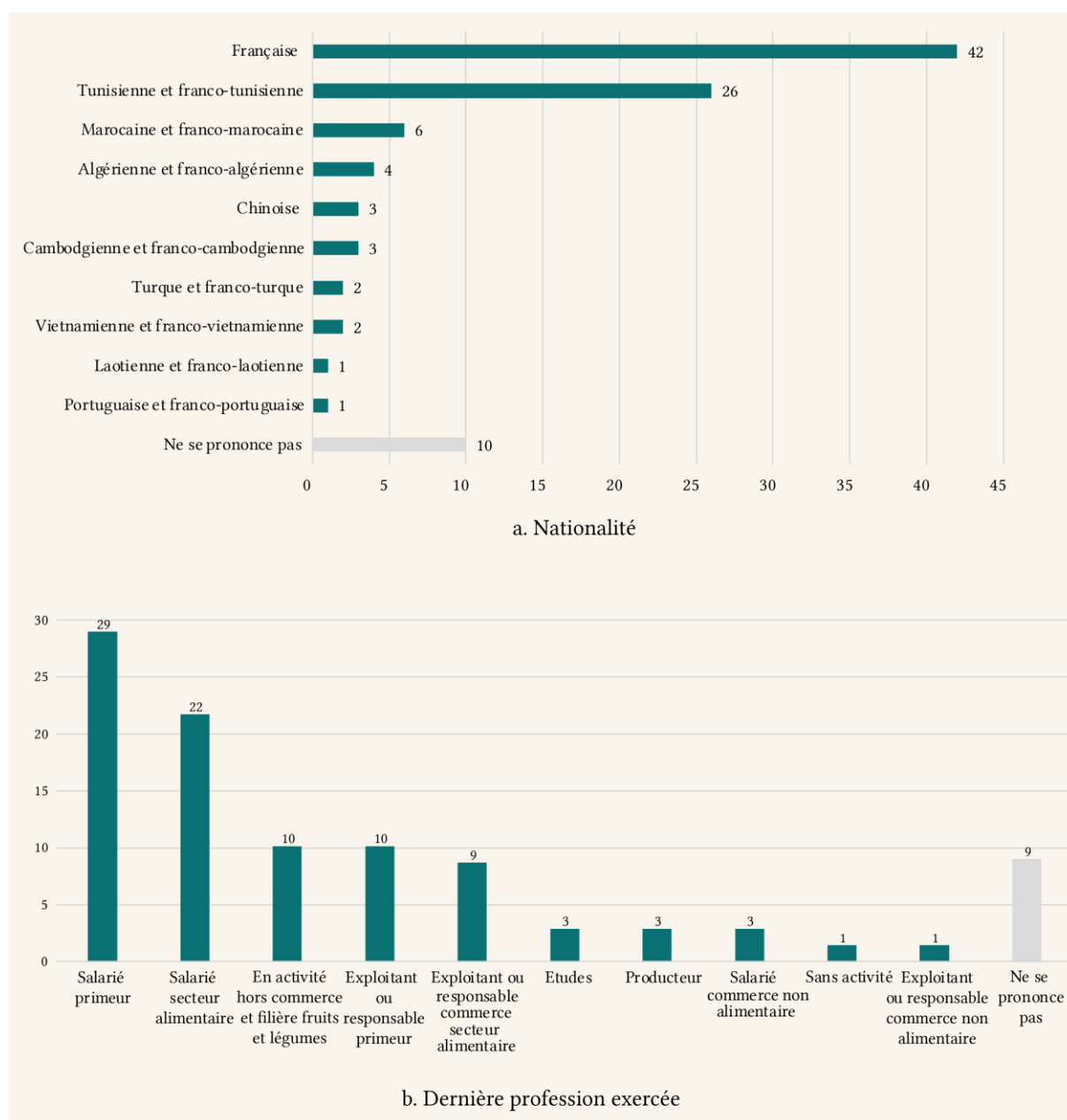


Figure 4.4 – Nationalité et dernière profession exercée par les exploitants et responsables de points de vente, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 69)

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel, Adobe Illustrator

On peut distinguer deux types de trajectoires parmi les commerçants dont le parcours professionnel se caractérise par une telle continuité. Un premier groupe est issu d'une famille de primeur et a acquis des compétences dans l'exercice du métier en aidant ses parents ou oncle et tante durant les périodes extrascolaires. Le passage par la grande distribution est présenté dans ce contexte comme une expérience complémentaire et une forme de prise de distance par rapport à l'organisation

familiale de l'activité, qui s'achève par la reprise du ou des fonds de commerce au moment du départ en retraite des parents, oncle ou tante. Un second groupe a démarré sa carrière dans la grande distribution sans avoir d'antécédents familiaux dans le secteur des fruits et légumes et a développé une appétence particulière pour ce secteur d'activité, ou du moins pour le commerce spécialisé. Dans ce contexte, les compétences mobilisées sont caractérisées par une moins grande continuité que dans les cas de reprises ou lorsque l'entrée dans le métier est fortement liée au parcours migratoire. On retrouve aussi une forme de discontinuité dans le cas des 10 % de personnes interrogées qui ne travaillaient ni dans le commerce, ni dans les fruits et légumes avant de devenir primeur, opérant une reconversion depuis des métiers de cadres, ou au lendemain d'études non spécialisées dans le commerce ou la filière des fruits et légumes – 3 % des primeurs. Ces reconversions constituent un phénomène relativement récent dans la filière des fruits et légumes et plus largement dans le commerce indépendant. Elles sont également marginales, mais sont associées à l'émergence de profils socio-économiques et de rapports au métier qui diffèrent largement de ceux observés dans les trajectoires des commerçants indépendants (Cassely, 2017; Delfosse, 2017; Leblanc, 2017). Les parcours de ces commerçants jouent un rôle important dans le type de réseau mobilisé et, partant, les stratégies d'approvisionnement adoptées (cf. chapitre 5). La catégorie professionnelle des primeurs à Paris est donc fortement structurée autour de profils et trajectoires historiques, qui se perpétuent du fait de l'importance des réseaux familiaux et migratoires dans l'entrée dans le métier. Elle est également marquée par des formes de diversifications que l'on doit à des parcours originaux, dans la grande distribution voire dans des professions éloignées à la fois de la filière des fruits et légumes et du secteur du commerce.

4.1.b – Des commerces homogènes pour une division du travail croissante

Au même titre que les profils des primeurs, la structuration de leurs entreprises est caractérisée par une forte homogénéité, que l'on peut appréhender sous trois angles : les types de locaux et leur mode de détention, l'aménagement des points de vente et les caractéristiques des fruits et légumes mis en avant, enfin la division du travail, qui varie en fonction du nombre de fonds de commerce détenus.

L'organisation matérielle et le mode de détention des commerces spécialisés dans les fruits et légumes est particulièrement homogène et rejoint, au même titre que les profils d'une majorité de primeurs, certaines caractéristiques du commerce indépendant parisien dans son ensemble (Figure 4.5). Près de trois quarts des points de vente ont une surface inférieure à 50 m² (Figure 4.5.a), ce qui est cohérent avec la structure des rez-de-chaussée parisiens dont la surface moyenne est elle aussi de 50 m² (hors établissements d'hébergement), les plus grands locaux étant majoritairement occupés par des réseaux de franchises ou des enseignes (Bouvier, Mohrt, 2021).



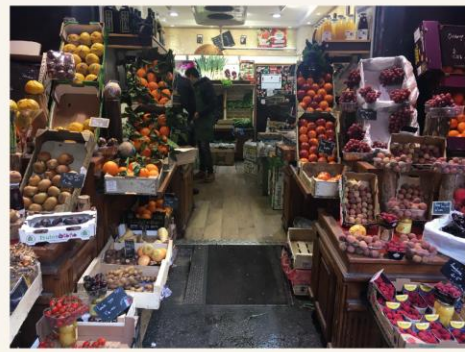
Figure 4.5 – Format et statut de propriété des locaux commerciaux des primeurs, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 100)

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel ; Adobe Illustrator

La taille des locaux est importante pour caractériser l'activité des primeurs. D'une part, les leviers dont disposent les collectivités pour agir sur le commerce sont essentiellement fonciers et leurs marges de manœuvre augmentent avec la surface des points de vente (cf. 4.3). À Paris, la commission départementale d'aménagement commercial, qui contrôle l'implantation d'une partie des commerces, n'est par exemple saisie que pour des surfaces supérieures à 40 m². D'autre part dans le cas des commerces alimentaires spécialisés, l'activité suppose également l'installation d'équipements de conservation des produits. En l'occurrence, 93 % des points de vente de primeurs disposent d'une chambre froide (Figure 4.5.a), pour stocker la marchandise non vendue, certains produits particulièrement fragiles comme les herbes aromatiques ou issus d'une petite transformation – par exemple, des jus ou des soupes. Les chambres froides constituent de ce point de vue un impondérable pour la quasi-totalité des primeurs. Elles conditionnent certains aspects de l'organisation de l'activité, puisque la capacité de stocker quelques jours les fruits et légumes peut influencer la fréquence de réapprovisionnement auprès des fournisseurs. En outre, la présence impérative d'une chambre froide tend à favoriser des reprises de commerces déjà spécialisés dans les fruits et légumes ou *a minima* dans la vente de produits frais. Les modes de transmission des locaux contribuent eux aussi à une continuité dans leur mode d'occupation. 84 % des exploitants ne sont pas propriétaires des murs de leur commerce (Figure 4.5.c) et la location du bail est soumise dans la majorité des cas à des clauses de spécialité, qui stipulent le type d'activité qui peut être exercé dans le local (Ghiglini, 2019). En revanche, ils sont 85 % à être propriétaires de leur fonds de commerce (Figure 4.5.d), un capital immatériel qui « *définit le prix à accorder à l'ensemble des activités pratiquées, voire à ses potentialités, donc à la clientèle actuelle et éventuelle* » (Stanziani, 2007, p. 149). Il est évalué, entre autres, à partir du chiffre d'affaires réalisé au cours des dernières années par l'exploitant qui souhaite le céder. Ces différents aspects contribuent à la continuité observée dans la structuration des activités, qui sont exercées essentiellement dans des locaux spécialisés dans l'alimentaire voire les fruits et légumes. L'acquisition du fonds de commerce repose d'ailleurs au minimum sur un principe de stabilité, sa valeur étant définie par les performances économiques réalisées par le passé et comprenant également un certain nombre d'éléments permettant d'identifier le commerce, tels que sa spécialisation ou son nom.

Enfin, l'homogénéité des formats passe aussi par la mise en scène commerciale. La majorité des commerces disposent d'un étal en extérieur, dans lequel sont exposés des produits d'appels parce que de saisons, en promotion ou particulièrement colorés (Figure 4.6.a). À l'intérieur, les fruits et légumes sont disposés sur des étales ou dans des cagettes contre les murs et lorsque la surface le permet, un étal central oriente le sens de circulation dans le point de vente. Les principales différences de mise en scène sont liées aux propriétés des fruits et légumes que les primeurs souhaitent mettre en avant. Dans la majorité des points de vente, l'utilisation de miroirs, la vivacité des lumières et la construction de pyramides de fruits et légumes donnent une impression d'abondance et permettent aux primeurs de mettre en valeur la diversité des marchandises commercialisées (Figure 4.6.b). Certains

commerçants prennent des distances avec cette mise en scène, notamment lorsqu'il s'agit d'insister sur des modes ou des lieux de production spécifiques. Des principes d'aménagement se dégagent en lien avec ces nouvelles caractéristiques à valoriser. Les entreprises qui commercialisent les fruits et légumes issus de l'agriculture biologique utilisent ainsi de façon récurrente la nuance de vert associée au label AB dans leur devanture et à l'intérieur des boutiques (Figure 4.6.c). Celles qui insistent plutôt sur la proximité aux lieux de production, en mettant par exemple en place un approvisionnement en direct de producteurs, utilisent du mobilier qui rappelle cette proximité, notamment des palettes ou des cageots en bois dans lesquels les fruits et légumes sont présentés en vrac (Figure 4.6.d). Cette mise en scène ne doit pas être confondue avec celle qui prévaut dans les enseignes de hard discount, où l'installation des colis directement dans les rayons vise à réduire les coûts de main-d'œuvre (Filsler, des Garets, Paché, 2020). En effet, lors de notre enquête de terrain, nous avons pu observer comment les fruits et légumes étaient transvasés des colis dans lesquels ils avaient été livrés vers des palettes en bois installées dans les points de vente. Ces dernières visent donc moins à optimiser la gestion qu'à mettre en scène une forme de proximité aux lieux de production et à la naturalité, qui exclut des matériaux comme le plastique ou le carton. Nous verrons de manière détaillée dans la troisième partie de la thèse de quelle manière ces modes d'organisation matérialisent les rapports originaux de certains primeurs au système alimentaire et à ses perspectives de transition.



Les étals à l'extérieur mettent en scène l'abondance et la qualité de l'offre proposée par les primeurs. L'abondance se manifeste par la superposition de caquettes de fruits, qui permettent de créer des effets de cascades dans le cas des clémentines commercialisées dans la photo de gauche. La qualité, elle, est manifestée par une présentation soignée des fruits, dans des barquettes ou par la construction de tableaux - par exemple, les ananas sont têtes bêches dans la photo de gauche et une partie des clémentines sont présentées selon une alternance des produits emballés. La photo de droite, prise en mars 2021, donne également à voir la mise en scène de la diversité de l'offre plutôt que de sa saisonnalité.

a. Etals



A l'intérieur des points de vente, les fruits et légumes sont disposés sur plusieurs étages et à gauche, l'apposition de miroirs au-dessus des étagères renforce encore l'effet d'abondance. On retrouve également une mise en scène soignée, avec notamment des pyramides de fruits à gauche et des barquettes pré-pesées sur la photo de droite. Dans cette dernière, l'étal central crée un sens de circulation dans le point de vente. Cette mise en scène joue aussi un rôle dans la gestion de la vente : la hauteur d'une partie des fruits et légumes et le soin apporté à leur disposition n'incite pas au libre-service et ce sont le plus souvent les vendeurs qui sélectionnent et pèsent les produits.

b. Aménagements intérieur



Ce primeur valorise sa spécialisation dans les fruits et légumes issus de l'agriculture biologique de plusieurs manières : le logo du label AB apparaît sur la devanture, la vitrine et un kakémono. S'y ajoutent des références au bio sur ces différents supports, tels que «100 bio» ou «cultivateur de filières 100 bio». La couleur verte est également omniprésente, ce qui n'est pas le cas chez la majorité des primeurs. L'affiche publicitaire détaille également les spécificités des filières valorisées. L'ensemble de ces éléments de mise en scène rattache ce point de vente à une labellisation reconnue à l'échelle nationale.

c. Devanture d'un commerce spécialisé dans les produits issus de l'agriculture biologique



Les boutiques qui valorisent une proximité - géographique ou relationnelle - aux producteurs et aux lieux de production manifestent aussi cette proximité à travers les matériaux utilisés et la mise en scène commerciale. L'abondance est ici figurée par une disposition en vrac des fruits et légumes, dans des caquettes en bois superposées et librement accessibles par les clients. L'aménagement des locaux est sobre, là encore le bois - sous forme compressée dans la photo de droite - occupe une place de choix. On observe peu de référence à des labels, contrairement aux boutiques spécialisées dans les produits issus de l'agriculture biologique, mais plutôt des informations personnalisées sur les producteurs et les lieux de production, qui font l'objet d'affiches collées au mur (cf. troisième partie).

d. Aménagement intérieur de deux commerces valorisant l'approvisionnement en direct de producteurs

Figure 4.6 – Exemples de mises en scène et d'aménagement commercial de primeurs à Paris

Source : NRPrimParis 2020 ; N. Rollinde / Traitement : Adobe Illustrator

La structuration des entreprises passe enfin par le mode de division du travail, qui s'avère largement déterminé par le nombre de fonds de commerce détenus par les primeurs. Une large majorité d'entre eux exploitent un ou deux points de vente et n'embauchent qu'un à trois salariés (Figure 4.7.a et 4.7.b). Leur nombre augmente avec celui des boutiques exploitées et ce processus s'accompagne d'une division croissante du travail. Dans les entreprises qui détiennent un fonds de commerce, les équipes sont polyvalentes. Un à deux employés s'occupent des activités en magasins, c'est-à-dire la manutention, la mise en place des marchandises et la vente. L'approvisionnement est assuré quasi systématiquement par l'exploitant, ce qui traduit la dimension stratégique de cette tâche dans l'activité commerciale (cf. chapitre 5). Il est parfois assisté par un des employés dévolus à la vente et assure également des fonctions de vente et de gestion de l'activité.

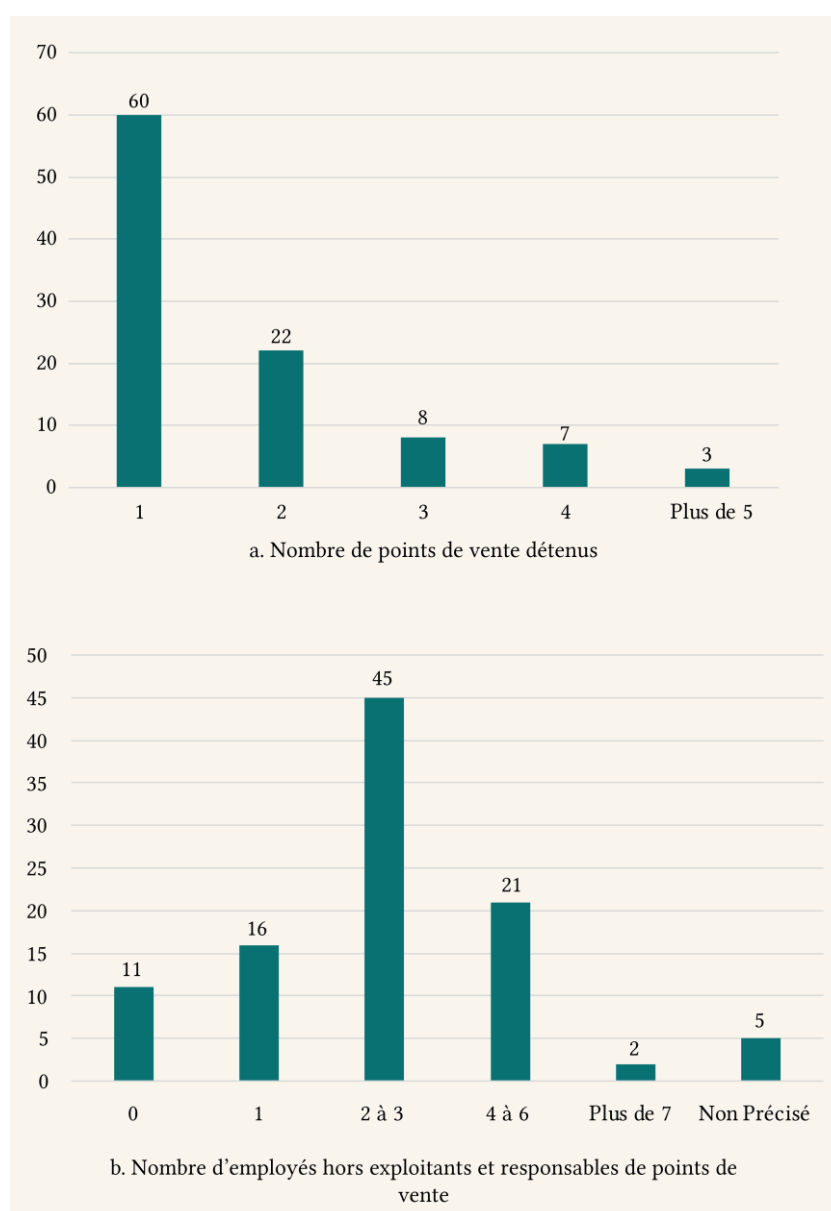


Figure 4.7 – Nombre de points de vente et d'employés chez les primeurs, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 100)

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel, Adobe Illustrator

L'ouverture d'un second point de vente n'est pas associée à une transformation importante de la répartition du travail au sein de l'entreprise, mais elle peut être l'occasion d'accorder la responsabilité d'une boutique à un employé ou un membre de la famille pressenti pour la reprise de l'exploitation à moyen ou long terme. Au-delà de deux fonds de commerce, la répartition des tâches au sein du commerce est plus nettement affirmée. Une partie des employés est chargée de la mise en place et de la vente, ne prend pas part à l'approvisionnement et est supervisée par un responsable de boutique. L'exploitant reste responsable de l'approvisionnement, pour lequel il assure des fonctions de supervision et de planification, à partir d'échanges quotidiens avec ses fournisseurs sur les quantités d'achats et les prix de vente. Ce sont des employés dédiés – des acheteurs – qui récupèrent et transportent au quotidien les fruits et légumes. Enfin, une à deux personnes assurent la gestion administrative et comptable de l'activité, le plus souvent l'épouse de l'exploitant dans les entreprises familiales. Dans une minorité d'entreprises et particulièrement dans celles qui revendiquent de proposer des modes d'approvisionnement qui contournent le MIN de Rungis (cf. chapitre 5), des équipes peuvent également se consacrer à la communication ou à la recherche de partenariats avec des entreprises et des institutions. De même, plus le nombre de points de vente est élevé, plus les tâches effectuées par les employés sont fragmentées et hiérarchisées, par exemple entre des vendeurs et des manutentionnaires, ou entre des responsables des relations avec les fournisseurs et des logisticiens en charge du transport des marchandises. Ce niveau très élevé de division du travail a été observé dans moins de cinq entreprises interrogées par questionnaire, mais ce nombre peut avoir été sous-estimé. En effet, les exploitants étant peu présents en magasin, le taux de refus a été plus important, accentué par le fait que les responsables rencontrés dans ces contextes ne se sentaient pas légitimes pour aborder les questions liées à l'approvisionnement, tâche dans laquelle ils sont peu impliqués.

L'enquête de terrain donne donc à voir une catégorie professionnelle unifiée, tant dans les profils de primeurs que dans la caractérisation des entreprises qu'ils exploitent. Sa structuration renvoie à des schémas récurrents dans le commerce alimentaire indépendant. Ils ne doivent cependant pas invisibiliser des trajectoires individuelles et d'entreprises qui participent aussi à l'organisation du commerce des fruits et légumes à Paris. Le parcours migratoire joue ainsi un rôle important dans l'exercice du métier chez près de la moitié des primeurs, tandis que la division du travail accorde des fonctions différentes aux exploitants. En outre, les trajectoires professionnelles des primeurs les plus jeunes – ou les plus récemment entrés dans le métier – sont marquées par une diversification, qui implique que ces derniers mobilisent des ressources et réseaux acquis dans la grande distribution, voire dans d'autres secteurs d'activités, tels que ceux du service. L'apparente homogénéité du métier ménage en réalité des modes d'exercice marginaux qui ont des effets non négligeables sur la position des primeurs dans la filière des fruits et légumes, que l'on retrouve également lorsqu'on analyse leurs stratégies de localisation dans la capitale.

4.2 – Des choix de localisation révélateurs des stratégies commerciales

Les commerces spécialisés dans la vente de fruits et légumes se caractérisent à Paris par une croissance soutenue depuis 2014. On dénombrait ainsi 401 points de vente en 2020, le niveau le plus élevé depuis la création de la BDCOM par l'APUR en 2000 (Figure 4.8). Cette croissance est inédite, puisque les boutiques primeurs se caractérisaient plutôt, jusqu'en 2014, par une trajectoire stable voire de décroissance, à rebours des tendances d'évolution des commerces alimentaires spécialisés (Figure 4.9).

L'augmentation du nombre de points de vente est venue renforcer la fonction de commerce de proximité assurée par les primeurs et qui se manifeste par leur inscription dans un tissu commercial fortement ancré dans des quartiers résidentiels et des modes de consommation quotidiens (4.2.a). Or, si l'ensemble des primeurs semblent revendiquer cette proximité, tous ne s'appuient pas sur les mêmes critères pour décider de leur implantation. L'enquête de terrain permet d'identifier trois modèles d'organisation, qui sont plus généralement révélateurs d'une diversité de stratégies commerciales (4.3.b). Pour les analyser, nous mobilisons largement la BDCOM éditée par l'APUR, associée aux observations tirées de l'enquête de terrain. Ce matériau a été complété par un relevé des prix réalisé entre octobre et novembre 2021 chez les primeurs que nous avons interrogés par questionnaire. La méthodologie de cette étude est détaillée dans l'encadré 4.1.

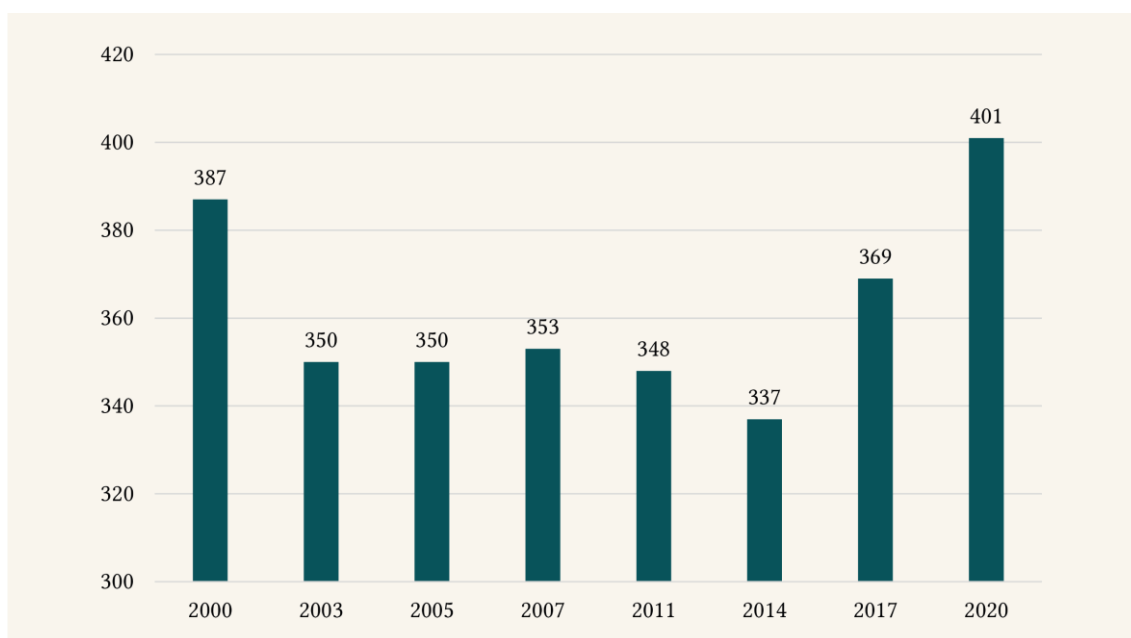


Figure 4.8 – Commerces spécialisés dans les fruits et légumes, Paris, 2000-2020, nombre

Source : BDCOM APUR / Traitement : Microsoft Excel

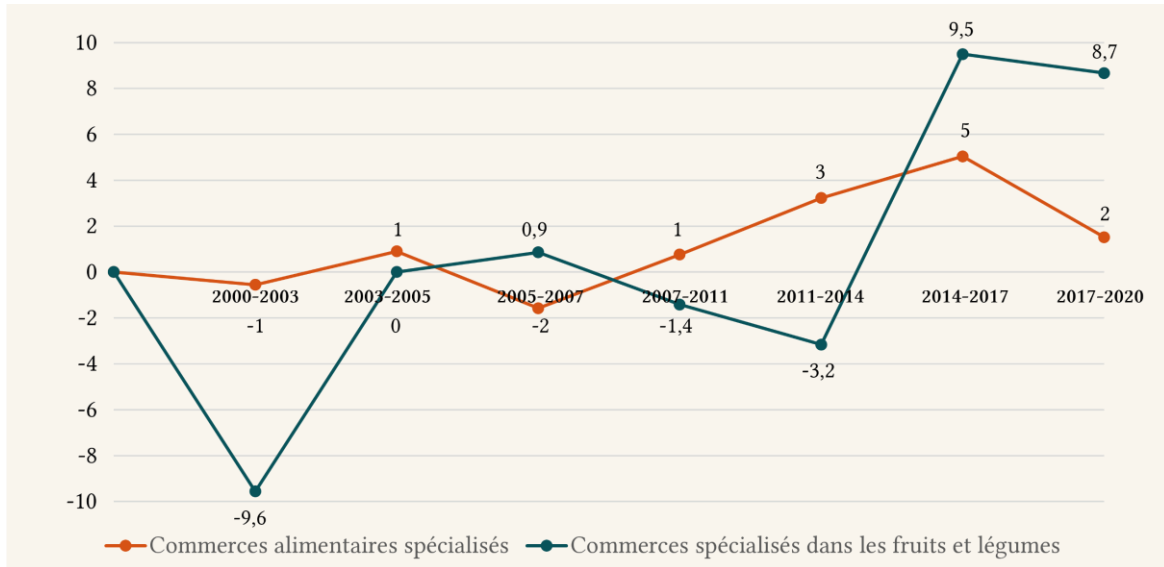


Figure 4.9 – Commerces alimentaires spécialisés et primeurs, Paris, 2000-2020, taux d'évolution annuel moyen

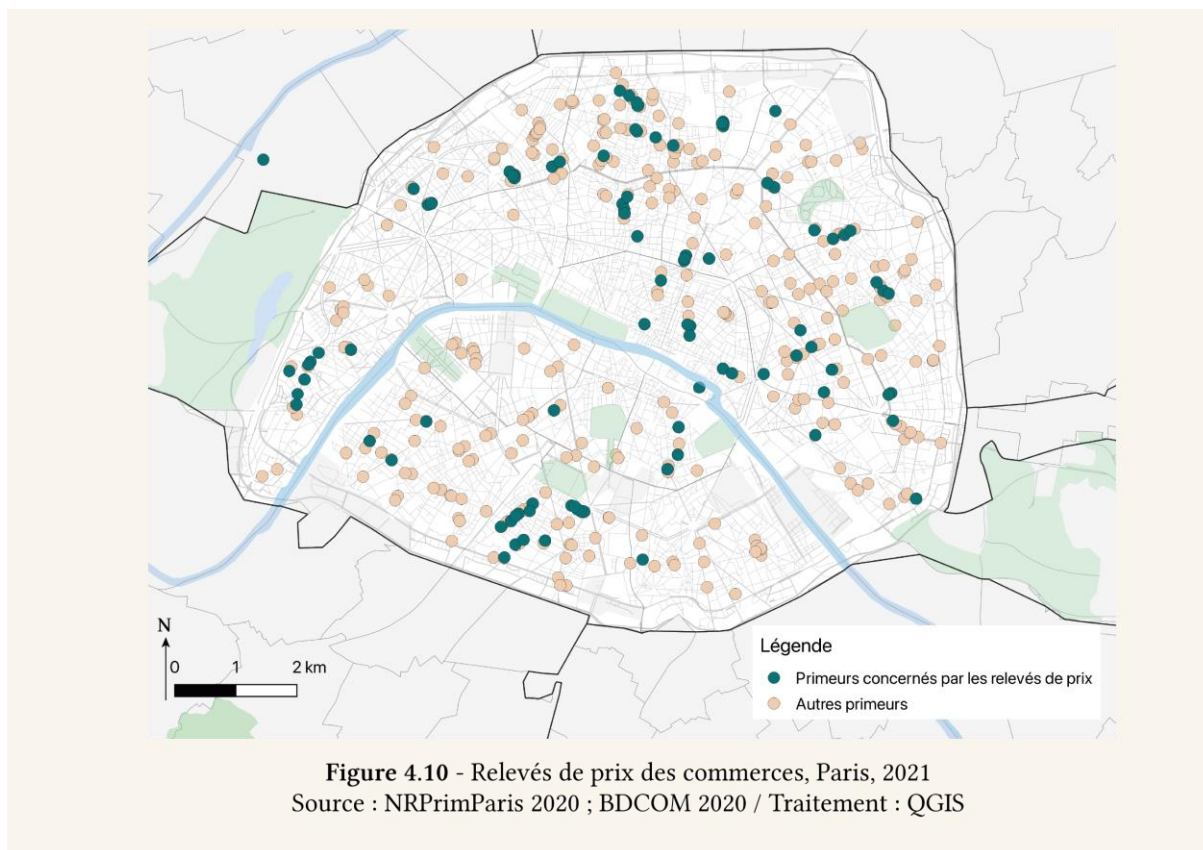
Données : BDCOM APUR / Traitement : Microsoft Excel

Encadré 4.1 - Méthodologie du relevé des prix des primeurs à Paris

Lors de l'enquête de terrain, plusieurs constats nous ont amenée à nous interroger sur les prix pratiqués par les primeurs. En premier lieu, plusieurs personnes interrogées dans le cadre des questionnaires ou des entretiens ont comparé les prix des commerces spécialisés avec ceux de la grande distribution, et ceux pratiqués par les primeurs s'approvisionnant chez des grossistes avec ceux des primeurs privilégiant l'achat en direct de producteur ou dans des territoires proches de la capitale. Or, s'il existe un cours des prix des fruits et légumes, publié quotidiennement par le Réseau des nouvelles des marchés (dispositif piloté par France Agrimer), l'ensemble des personnes interrogées à son sujet ont indiqué qu'il n'était pas fiable pour ce qui concerne le commerce indépendant, a fortiori si l'on cherche à distinguer les prix en fonction des modes d'approvisionnement. Cela s'explique principalement par le fait que primeurs et grossistes ne s'appuient pas sur ces cours pour définir le prix d'achat et de vente des fruits et légumes (Bernard de Raymond, 2003). En outre, il existe des cours à l'échelle de Paris pour la grande distribution, mais pas à celle des arrondissements ou des rues commerçantes.

Dans un premier temps, nous avons cherché à saisir les différences de prix en interrogeant les commerçants sur leur panier moyen, mais cet indicateur n'a pas été fiable. D'une part, un panier moyen élevé ne signifie pas systématiquement que le niveau des prix l'est également : dans certains points de vente, les prix faibles pratiqués visent à augmenter les quantités achetées. D'autre part, 33 % des personnes interrogées ne connaissaient pas le montant de ce panier moyen parce qu'il était variable, selon le jour de la semaine, le début ou la fin du mois, voire la saison. Les réponses aux questionnaires ont été complétées par un relevé des prix de trois fruits et légumes : la pomme Royal Gala (prix en euros au kg), la pomme de terre Charlotte (prix en euros au kg) et la laitue (prix en euros à l'unité). Ces produits ont été sélectionnés dans la mesure où ils sont présents dans la majorité des points de vente, même si les variétés commercialisées peuvent différer. Pour limiter les variations de prix liées aux saisons, les relevés de prix ont été réalisés sur une période restreinte, entre le 15 novembre et le 5 décembre 2021. Nous avons sollicité des proches et nous sommes nous-même rendue à nouveau dans 79 points de vente parmi les 132 concernés par l'enquête par questionnaire ou entretien (Figure 4.10).

Cette méthode présente des biais. Certains quartiers comme le 18^e arrondissement ou l'est du 20^e arrondissement, ont été moins explorés que d'autres. Les primeurs isolés géographiquement sont également moins représentés dans les relevés. En revanche, les relevés ont permis de récolter des données complètes dans un nombre important de centralités commerciales, qui nous ont permis d'y mener des analyses plus poussées. Enfin, bien que nous ayons été attentive dans la construction du questionnaire à distinguer différentes catégories de produits – en fonction de leur origine et de leur mode de production – tous les paramètres liés à leur qualification n'ont pas pu être relevés, notamment ceux liés au calibre des produits, qui ne sont pas systématiquement indiqués sur les panneaux annonçant les prix. Ces relevés de prix ont donc uniquement concerné des points de vente visités lors de l'enquête par questionnaire, pour contextualiser les données recueillies.



4.2.a – Les primeurs, des commerces de proximité

Le commerce à Paris est structuré autour de centralités dont les modes de fréquentation, les degrés de spécialisation et de rayonnement diffèrent. Matthieu Delage, Antoine Fleury et Constance Lecomte (2015) identifient ainsi cinq types de polarités à partir de ces différents paramètres, qui rassemblent la majorité de l'offre commerciale parisienne. Trois types correspondent à des centralités très spécialisées et concentrées, associées à un fort rayonnement touristique et des fréquences de fréquentation faibles. Le quartier des grands magasins, dans le 8^e arrondissement de Paris, est un exemple de ce type de configuration : les clients s'y rendent rarement ou ponctuellement et elle constitue une destination touristique majeure de la capitale. Les deux derniers types, qui rassemblent 84 % des commerces, correspondent à « une forme ordinaire de la centralité parisienne, celle que pratiquent plus ou moins quotidiennement Parisiens et Franciliens venant travailler ou consommer à Paris » (Delage et al., 2015, p. 9). Ces polarités, qui comprennent une grande diversité d'activités, maillent de manière relativement fine une grande partie du territoire parisien. Elles s'organisent autour de linéaires commerciaux présents dans la plupart des arrondissements, tels que les rues marchés. Ces dernières sont caractérisées par la présence de nombreux commerces alimentaires spécialisés et une place importante accordée à la mobilité piétonne. La rue Daguerre, localisée dans le 14^e arrondissement de Paris, est typique de cette configuration (Figure 4.11).



La rue Daguerre, dans le 14^e arrondissement de Paris, est typique de la configuration des rues marchés. La densité commerciale y est forte et l'espace est habituellement dévolu aux trottoirs est occupé par des étals de commerces alimentaires ou par des terrasses de cafés et restaurants. La circulation automobile est interdite dans cette partie de la rue, renforçant la sensation de parcourir les allées d'un marché.

Figure 4.11 – La rue Daguerre, Paris, 2022

Source : NRPrimParis 2020

Les points de vente spécialisés dans les fruits et légumes suivent et contribuent à cette géographie commerciale (Figure 4.12). Si l'on s'intéresse à leur répartition dans Paris, on retrouve le maillage équilibré caractéristique du commerce dans la capitale, à l'exception de certains quartiers peu peuplés ou fortement spécialisés sur le plan commercial, à l'instar des Champs-Élysées. Que ce soit le long de rues très denses d'un point de vue commercial ou dans des pôles de quartier qui le sont moins, les primeurs sont ainsi implantés majoritairement dans des centralités denses en commerces alimentaires spécialisés, qui correspondent aux « formes ordinaires de centralité » décrites par Antoine Fleury, Mathieu Delage et Constance Lecomte (2015, p.9).

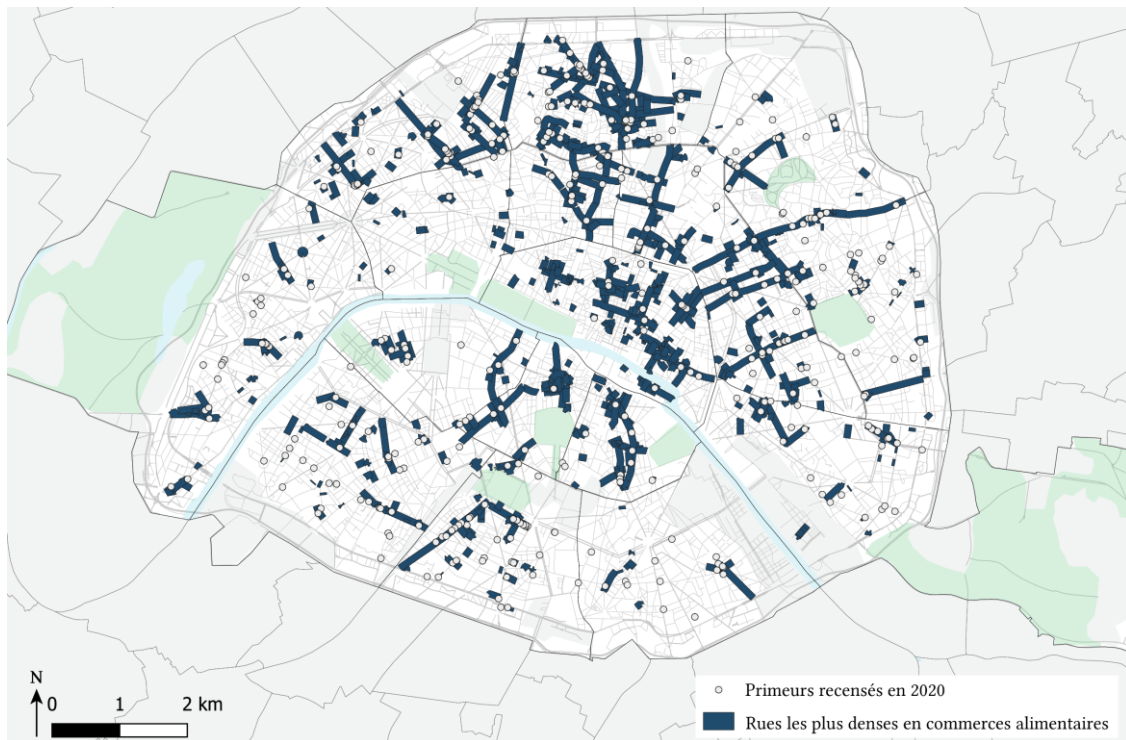


Figure 4.12 – Primeurs et rues les plus denses, Paris, 2020

Source : BDCOM APUR 2020 / Traitement : QGIS, Adobe Illustrator

Les primeurs sont aussi des commerces de proximité au regard des modes de fréquentation qui les caractérisent. 63 % des commerçants interrogés ont indiqué qu’au moins la moitié de leurs clients se rendaient une à deux fois par semaine dans leur boutique, la seconde catégorie la plus représentée étant celle des clients venant quotidiennement (Figure 4.13). Ce sont à ce titre des commerces de quotidienneté (Solard, 2010) dans lesquels les clients sont très majoritairement des habitués, ce qui induit des formes d’interaction spécifiques de la part des commerçants :

« Moi mon truc, c’est le contact, il faut qu’on soit sincère, honnête et puis c’est tout. Il y a des gens qui me demandent mon avis à propos des produits, si c’est bien je dis que c’est bien, si c’est pas bien je dis que c’est pas bien. Les clients qui nous connaissent pas, qui sont pas du quartier, ils disent "oui vous allez tout dire que c’est bien". Je dis non ! On est un commerce de proximité, c’est pas du tourisme. »

Coralie, exploitante d’un point de vente, approvisionnement auprès de grossistes au MIN de Rungis.

Cette spécificité dans le contact aux clients permet de compléter l’approche spatiale de la proximité en explicitant sa traduction dans les pratiques commerciales, par rapport à d’autres polarités ou types d’activités tournées vers des modes de fréquentations ponctuels, voire uniques. Elle justifie une posture commerciale particulière, qui a pour objectif de fidéliser les consommateurs en leur fournissant parfois des services extracommerciaux et ayant un discours plus transparent par rapport à la qualité et au prix des produits commercialisés. Elle explique aussi pourquoi les niveaux de prix pratiqués suivent la géographie des revenus parisiens : les points de vente les plus chers sont

localisés dans l'ouest parisien, qui rassemble historiquement les ménages les plus aisés de la capitale (4.14).

La figure 4.14, si elle permet d'identifier une géographie globale des prix à Paris, met aussi en lumière des logiques spécifiques à l'échelle des centralités commerciales, dans lesquelles on retrouve plusieurs primeurs dont les gammes semblent différentes. Cette diversité peut se manifester à l'intérieur d'une rue commerçante, mais aussi d'une centralité à l'autre (Figure 4.15). Dans la rue Raymond Losserand, ancienne rue de Vanves et aujourd'hui principale rue commerçante de l'ouest du 14^e arrondissement, les deux primeurs dont la moyenne des prix est la plus élevée sont ceux situés au croisement avec la rue d'Alésia, dans laquelle les flux de piétons et routiers sont particulièrement importants. Dans le reste de la rue, les moyennes sont plus faibles, ce qui pourrait nous amener à faire l'hypothèse que plus les commerces sont proches des croisements avec d'autres axes de circulation, plus les prix pratiqués seront élevés, du fait d'un potentiel de clients qui l'est aussi. Pourtant, on observe une situation inverse à quelques mètres dans la rue Daguerre, où les prix les plus faibles s'observent chez les primeurs les plus proches du croisement avec l'avenue du Général Leclerc. Ces points de vente semblent plutôt adopter une stratégie consistant à proposer des niveaux de prix plus faibles pour attirer les clients, renforcée par la possibilité pour les exploitants d'exposer les fruits et légumes sur des étals extérieurs et donc de mettre en scène leur abondance, puisqu'ils sont localisés dans une partie piétonnisée de la rue. Outre la différence de répartition des niveaux de gammes entre les rues Raymond Losserand et Daguerre, il existe parfois des modes de définition des prix différents au sein d'une même entreprise. En effet, les locaux numérotés 1 et 2 sur la figure 4.15 sont exploités par une même structure, Au Bout du Champ, mais les prix ne sont pas identiques. L'analyse des prix permet de ce point de vue de comparer des positionnements différents à l'échelle d'une rue et de confirmer des différences à l'échelle parisienne, mais elle n'est pas suffisante pour comprendre les modes d'implantation des primeurs. En l'occurrence, si tous les commerces s'inscrivent dans une logique de proximité, cet impératif est mis en balance avec d'autres paramètres influençant la localisation des points de vente. La structuration des entreprises joue un rôle important dans ce processus.

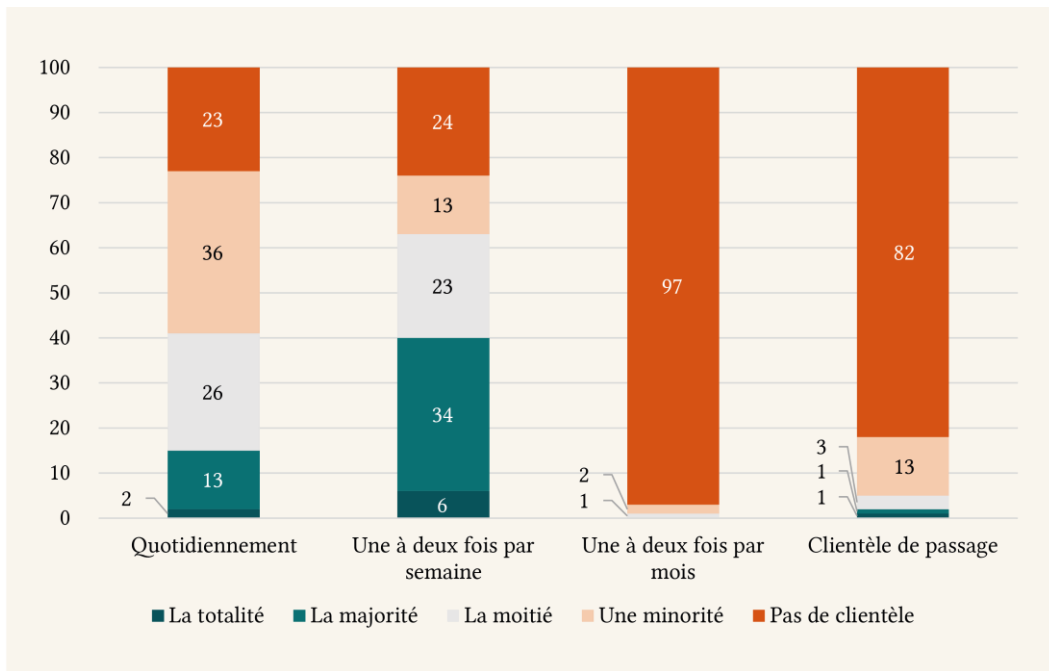


Figure 4.13 – Fréquence de passage des clients, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 100)

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel

Lecture : 23 % des primeurs n'ont pas de clientèle se rendant quotidiennement dans leur point de vente. Ceux venant une à deux fois par semaine représente la majorité des clients pour 32 % des primeurs.

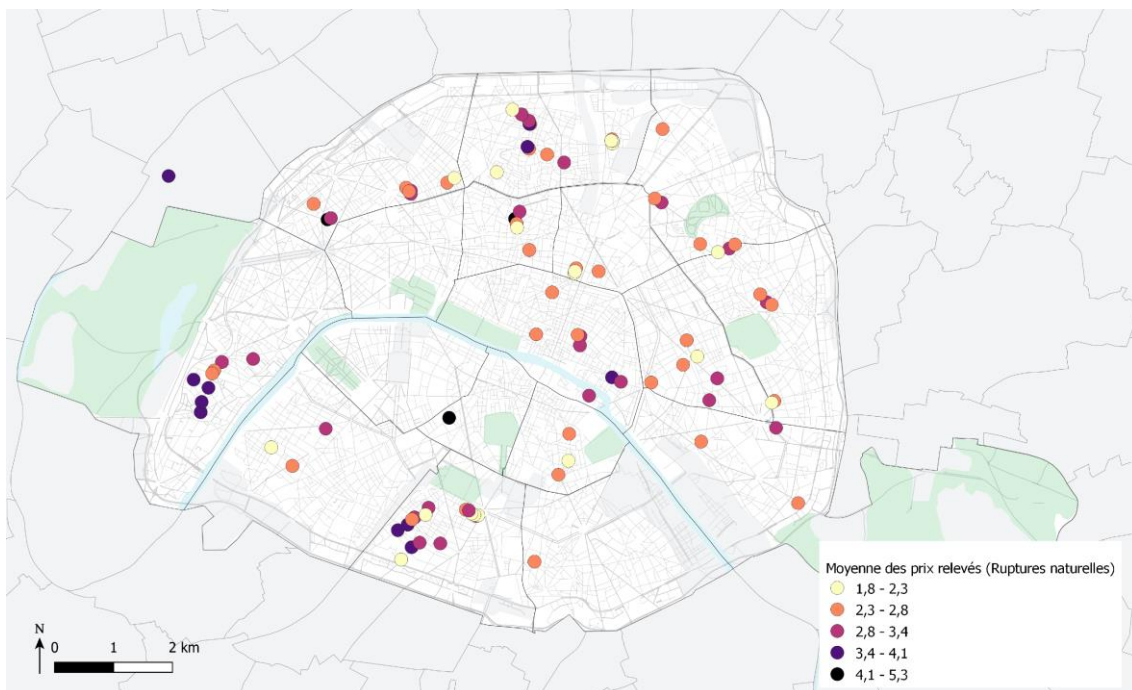


Figure 4.14 – Relevé de la moyenne des prix en euros de trois fruits et légumes, Paris, 2021

Données : Enquête relevé de prix⁴⁰ / Traitement : QGIS, Adobe Illustrator

⁴⁰ La moyenne des prix a été définie pour chaque boutique en calculant la moyenne des prix des pommes Royal Gala (en €/kg), des pommes de terre Charlotte (en €/kg) et de la laitue (en € à l'unité).



Figure 4.15 – Moyenne des prix en euros relevés dans deux rues du 14e arrondissement, Paris, 2021
 Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : QGIS, Adobe Illustrator

4.2.b – Trois modèles d’exploitation qui orientent les stratégies de localisation

La localisation des commerces et leurs éventuelles interactions sont largement influencées par les modèles d’exploitations adoptés par les primeurs. Trois types d’organisation cohabitent dans le cas parisien et peuvent être décrits selon les implantations privilégiées, la façon dont elles s’articulent

avec l'organisation logistique de l'approvisionnement et enfin la division du travail au sein des entreprises.

Pour les exploitants d'une à deux boutiques, une concentration des points de vente pour mutualiser les fonctions

La majorité des primeurs exploitent un à deux points de vente et emploient moins de trois personnes pour assurer leur fonctionnement (cf. 4.1). Du fait de leur nombre important, on retrouve ce type d'entreprise à la fois dans les principales centralités commerciales et dans d'autres configurations, qu'il s'agisse de polarités plus petites ou de points de vente isolés. Néanmoins, lorsque les exploitants possèdent deux à trois fonds de commerce, ils sont le plus souvent localisés à proximité les uns des autres, voire sont contigus. Sur les 22 primeurs qui détiennent deux fonds de commerce, 14 exploitent des boutiques localisées dans le même arrondissement (NRPrimParis 2020). Cette logique se justifie à plusieurs titres. En premier lieu, le faible nombre d'employés et la polyvalence de l'exploitant impliquent une proximité spatiale entre les points de vente pour mettre en commun certaines ressources. En second lieu, l'acquisition d'un second fonds de commerce est souvent le fruit d'une opportunité identifiée par le bouche-à-oreille dans le quartier. Ainsi un primeur peut-il être informé par l'un de ses voisins ou de ses clients qu'un bail est à céder et en profiter pour agrandir son activité. Enfin, parmi ces implantations à proximité les unes des autres, plusieurs concernaient l'ouverture de boutiques spécialisées dans les fruits et légumes issus de l'agriculture biologique, généralement accolées à la première boutique, sans qu'il existe pour autant une continuité dans le nom de la boutique ou la mise en scène commerciale qui indiqueraient un exploitant commun (Figure 4.16). Ces modèles préfigurent le second type d'organisation, qui s'articule autour de stratégies de construction de monopoles commerciaux à l'échelle d'un quartier.

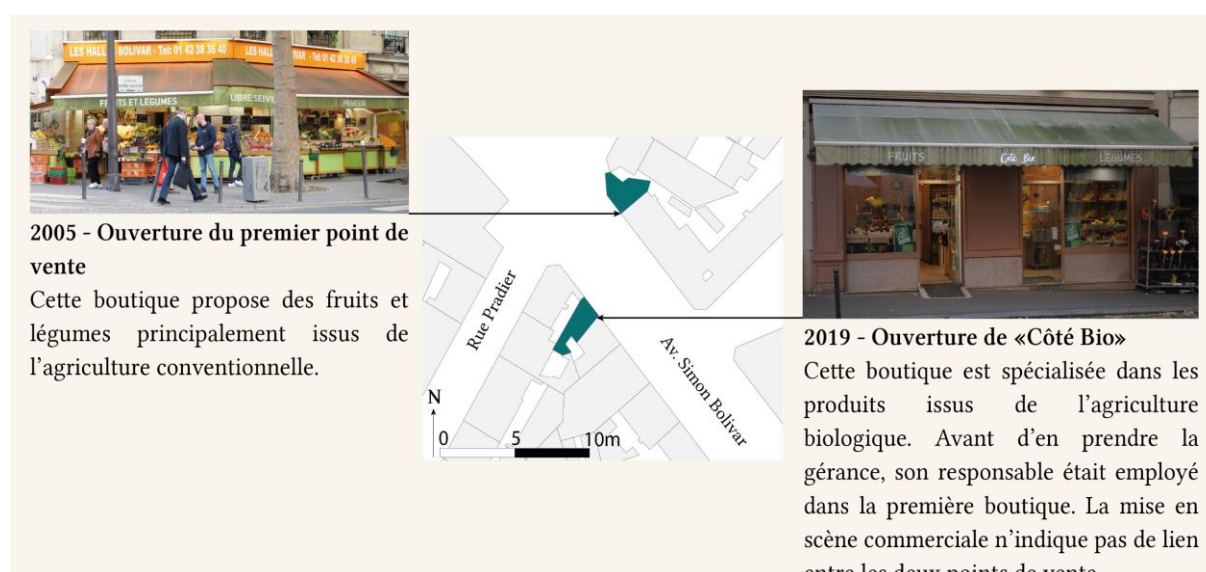


Figure 4.16 – Deux primeurs dans l'avenue Simon Bolivar, Paris, 2022

Source : NRPrimParis 2020 ; Openstreetmap / Traitement : Adobe Illustrator

Des logiques de concentration dans des contextes de forte division du travail

Le second modèle correspond à la situation dans laquelle une entreprise détient plusieurs points de vente dans une même centralité commerciale. Les fonds de commerce deviennent la propriété d'un seul exploitant ou d'un ensemble d'associés *via* des rachats successifs qui visent à obtenir ce que certains commerçants ont qualifié de monopole dans une polarité donnée. Cette logique de concentration permet de capter la majorité de la clientèle, mais aussi de mettre en commun des ressources, notamment pour ce qui concerne l'approvisionnement. Solène, exploitante de trois points de vente dans le 15^e arrondissement de Paris (Figure 4.17), fait ainsi le récit de l'acquisition progressive des locaux :

« Nous quand on est arrivé c'était en 2001, à côté de nous au 93, il y avait un fruits et légumes. [...] Et en fin de compte, un an et demi après qu'on soit arrivés, ils ont décidé de vendre, donc ils sont venus nous voir et c'est là qu'on a racheté. Le point stratégique c'était [au 107], et comme on voyait que c'était délabré, on s'était quand même renseigné, on avait pris contact avec la propriétaire, pour lui dire que si un jour elle vendait on était intéressés parce que c'est quand même le gros point stratégique. Et puis finalement ça devait être autre chose que des fruits et légumes, et puis on attendait... et puis au bout d'un an elle est venue nous voir, elle me dit, "je vends et je vends en fruits et légumes", donc on avait plus le choix ! »

Entretien avec Solène, exploitante de trois points de vente, approvisionnement auprès de plusieurs grossistes au MIN de Rungis.

Ces rachats successifs permettent aux exploitants de développer une diversité de niveaux de gammes. Cette structuration d'entreprise est d'ailleurs souvent cachée aux clients, chaque point de vente disposant d'une esthétique propre pour entretenir l'idée d'une diversité de spécialisations et d'exploitants :

« On fait aussi de l'extra, parce qu'on a cette demande. Bon maintenant on a trois boutiques donc on différencie aussi un peu. [Au 107, ouvert en 2004] c'est pas la même clientèle [...] on va monter moins en haut de gamme que dans les autres boutiques. [...] on a plus une clientèle qui est de passage justement, qui va nous acheter un ou deux articles. »

Entretien avec Solène, exploitante de trois points de vente, approvisionnement auprès de plusieurs grossistes au MIN de Rungis.

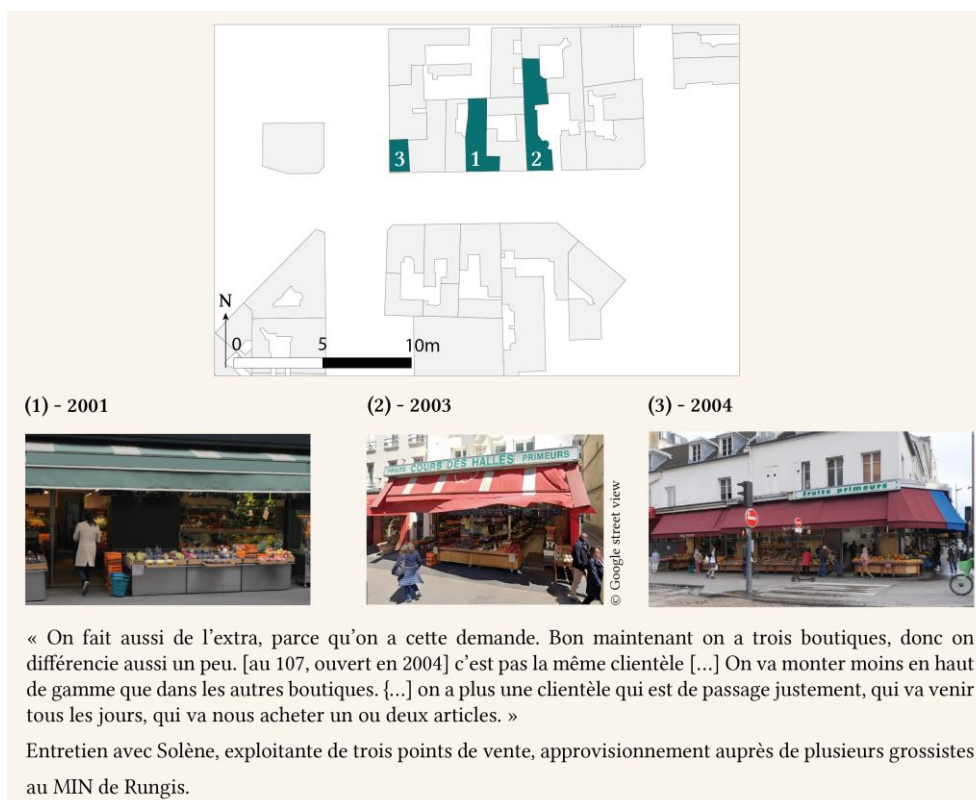


Figure 4.17 – Rachat de fonds de commerce par Solène et son conjoint, Paris, 2001-2004

Source : NRPrimParis 2020, OpenstreetMap⁴¹, Google Street View / Traitement : Adobe Illustrator

Dans un premier temps, Solène et son époux ont caché aux clients qu'ils avaient racheté les fonds de commerce en fruits et légumes du pâté de maisons, notamment pour que les clients intègrent la diversité de gamme proposée dans chacune des boutiques. Cette recherche de complémentarité est récurrente dans le modèle de concentration et contribue à structurer l'offre dans les centralités commerciales. Généralement, une première boutique en angle propose une offre très complète de produits, associée à des étals en extérieur qui permettent de mettre en scène son abondance. À l'intérieur de la rue, on retrouve des boutiques spécialisées pour les unes dans des produits d'excellence – cette dernière étant signifiée par l'apparence des fruits et légumes et des aménagements d'étals moins abondants –, pour les autres dans des modes de production spécifiques ou la valorisation d'un terroir – la mise en scène commerciale insistant alors plus sur une forme de proximité avec la nature, à travers par exemple l'utilisation de mobilier en bois.

On observe cette organisation dans la rue Poncelet, où lors de notre enquête de terrain cinq points de vente étaient détenus par les mêmes associés – depuis, deux d'entre eux ont fusionné. La figure 4.18 illustre comment la mise en scène commerciale segmente le type de clientèle, ce qui se retrouve également dans les prix pratiqués, puisque la moyenne des prix relevés varie d'un point de vente à l'autre. Cette segmentation de l'offre n'empêche pas la mise en commun de certaines

⁴¹ Dans le cas des cartes réalisées à partir d'entretiens, nous ne donnons pas d'indications sur leur localisation, pour préserver l'anonymat des personnes interrogées.

fonctions, notamment celles liées à l'approvisionnement. Dans ces modèles, il y a un acheteur pour chaque boutique, mais la marchandise est stockée dans des entrepôts communs et la livraison des marchandises peut également être mutualisée. Les exploitants, principalement en charge de la définition de la stratégie d'approvisionnement, mettent aussi en œuvre cette activité pour l'ensemble des points de vente, ce qui leur permet dans certains cas de négocier des prix d'achat avantageux auprès de leurs fournisseurs. Ils peuvent ainsi faire des économies d'échelle, l'exploitation de plusieurs points de vente leur permettant de diminuer le coût d'achat unitaire des fruits et légumes à partir d'une augmentation de la quantité achetée. Cette stratégie est aussi appliquée dans le troisième modèle, qui s'appuie moins sur une recherche de concentration que de maillage des principales centralités commerciales spécialisées.

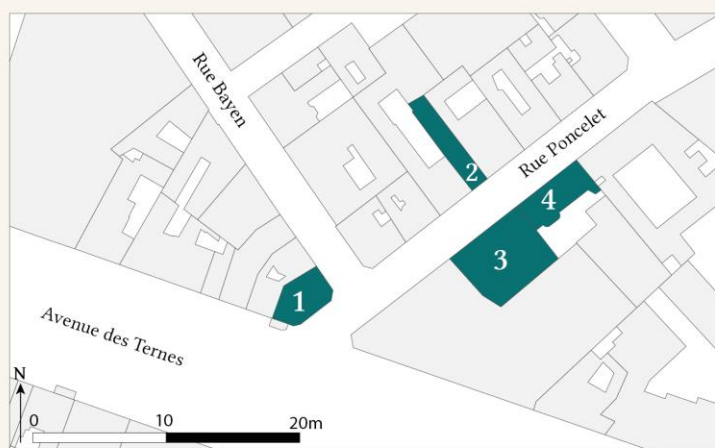
(1) Moyenne des prix relevés : 4,3 €

Ce point de vente est visible depuis l'avenue des Ternes, il a un potentiel pour capter les flux piétons depuis cet axe fortement fréquenté. Son étal en angle contient une grande quantité de fruits, qui permet de mettre en lumière la diversité de l'offre dans la boutique.



(2) Pas de prix relevés

Boutique fermée lors du relevé des prix. Ce local plus petit que les autres de la rue semble jouer un rôle de stockage d'appoint pour les autres points de vente de la rue.



(3) Moyenne des prix relevés : 3,6 €

Cette boutique est spécialisée dans les produits issus de l'agriculture biologique. La mise en scène commerciale diffère de celle des autres points de vente par le recours des meubles imitant le bois et une parcimonie dans la quantité de produits présentés.



(4) Moyenne des prix relevés : 3 €

Poncelet primeur est le point de vente dont la moyenne des prix est la plus faible. L'organisation de l'étal extérieur rompt avec celle de la boutique bio voisine.

Figure 4.18 – Localisation et mise en scène commerciale de quatre points de vente rue Poncelet (75017), Paris, 2021

Source : NRPrimParis 2020, Openstreetmap, Google Street View (photographies) / Traitement : Adobe Illustrator

Des stratégies de maillage du territoire associées à une logistique sectorisée

Dans le dernier modèle observé et à l'inverse des deux types que nous venons de décrire, les primeurs exploitent plusieurs points de vente localisés à différents endroits de la capitale, le plus souvent dans des polarités commerciales importantes. Par commodité, nous les appellerons des primeurs mailleurs. Cette pratique est particulièrement représentée chez ceux qui contournent le MIN de Rungis pour s'approvisionner, sans pour autant leur être propre. Des entreprises comme Gosselin – quatre boutiques – ou Au Bon Jardinier – six boutiques – adoptent par exemple la logique de maillage tout en ayant pour fournisseur des grossistes au marché d'intérêt national (figure 4.19). Contrairement aux primeurs dont les points de vente sont concentrés, qui cherchent à diversifier les mises en scène commerciales, les entreprises qui adoptent une logique de maillage ont une stratégie de marque affirmée. Leurs points de vente partagent une mise en scène commerciale et une esthétique identique : ils ont un logo, un mobilier identique et une charte graphique précise. Ils ont également la particularité d'être présents en ligne, à travers des sites internet et l'ouverture de compte sur les réseaux sociaux – notamment Facebook et Instagram⁴².

Les primeurs mailleurs concurrencent ceux qui adoptent un modèle de concentration par rachats successifs, dans la mesure où l'on retrouve leurs points de vente dans les mêmes centralités commerciales. Il s'agit d'une stratégie construite par les exploitants, qui cherchent à s'installer dans des polarités réputées pour leurs commerces de bouche :

« On choisit les emplacements à fort potentiel, parce qu'on veut que ça marche ! Ça, c'est un peu toujours la règle quand on ouvre des commerces, on ouvre à côté de concurrents, dans des rues de primeurs, dans des rues de commerçants, c'est ce qui fonctionne le mieux. On fait des études avant d'ouvrir une boutique, le passage, etc., le choix a toujours été fait d'ouvrir des boutiques dans des coins plutôt très commerçants. [...] Et ça nous inscrit aussi comme un acteur important, on est un primeur comme les primeurs Rungis (*sic.*) donc on est dans les mêmes rues. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

La logique de distinction opérée par la majorité de ces primeurs s'appuie sur la valorisation d'un type d'offre différent, fortement affirmé par la mise en scène commerciale adoptée. La recherche de proximité avec d'autres commerces spécialisés dans les fruits et légumes est une manière de mettre en lumière la spécificité de leurs produits et de leur mode d'approvisionnement. Ce paramètre permet en partie d'expliquer pourquoi la logique de maillage est particulièrement représentée chez les

⁴² Il faut cependant rester prudent sur cette conclusion : si nous avons réussi à identifier ces structures lors de notre enquête de terrain, c'est justement parce qu'elles déploient une stratégie de marque unifiée. Autrement dit, il se peut que certains exploitants adoptent cette logique de maillage sans y associer de marque et que nous ne les ayons pas décelés pour cette raison.

primeurs qui revendiquent de développer une activité différente. Bien que nous n'ayons pas pu réaliser de questionnaire ou d'entretien avec des structures comme Le Bon Jardinier ou Gosselin, on peut faire l'hypothèse que la logique de concurrence est également présente dans leur stratégie de maillage, mais repose sur d'autres types de différenciations. Le Bon Jardinier, par exemple, exploite systématiquement des grandes surfaces de vente, aux croisements des rues commerçantes, ce qui pourrait induire que la distinction s'opère ici par la quantité et la diversité de fruits et légumes commercialisés.

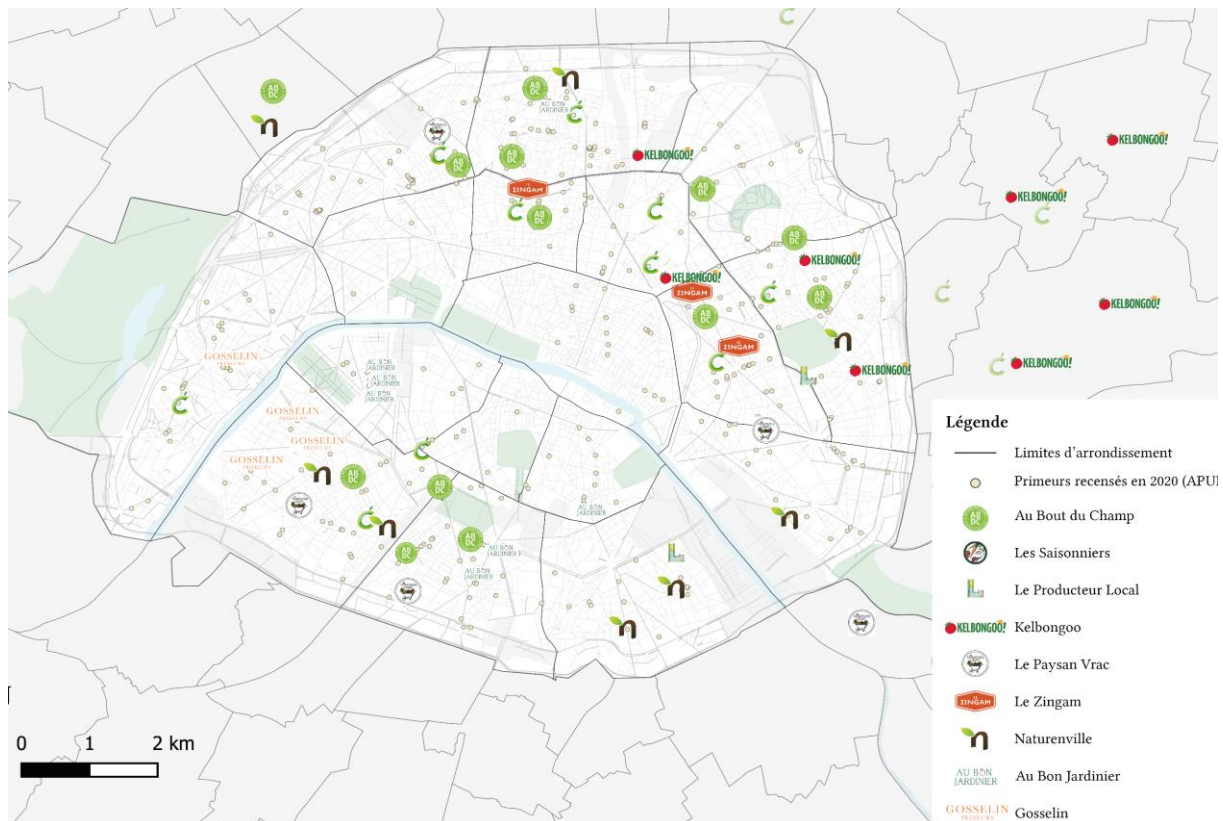


Figure 4.19 – Localisation des primeurs mailleurs, Paris, 2021

Source : NRPrimParis 2020, BDCOM 2020 / Traitement : QGIS, Adobe Illustrator

Les primeurs mailleurs s'implantent de manière sélective et la figure 4.19 donne à voir leur surreprésentation dans le nord et l'est de la capitale. Des polarités importantes, comme la rue Poncelet (75017) ou la rue de Lévis (75017), ne sont ainsi pas concernées par ces installations, de même que les rues commerçantes localisées dans les arrondissements centraux, telles que la rue Montorgueil (75001) ou la rue Mouffetard (75005). Dans le nord de Paris également, certaines centralités commerciales historiques et très dynamiques, à l'instar du quartier de Château Rouge, n'accueillent pas de point de vente correspondant à ce modèle. Ce déséquilibre peut s'expliquer par la typologie de clients recherchés par les primeurs, qu'il faut relier aux modes d'approvisionnement valorisés par la majorité

d'entre eux. Il s'observe pour l'ensemble des commerces d'alimentation durable⁴³, surreprésentés dans l'Est parisien où les anciens quartiers populaires sont marqués depuis la fin du XXe siècle par « un rajeunissement de leur population (1 à 3 jeunes pour un senior et une majorité de jeunes adultes actifs en 2021), une évolution positive des revenus des ménages (en 2021, l'écart du revenu des habitants à la médiane parisienne se réduit ou devient supérieur depuis 2001) et un nombre de cadres et de professions intellectuelles supérieures en hausse (+8 % en moyenne entre 2013 et 2018 dans ces 5 arrondissements) » (Vauléon, Laithier, 2022, p. 18). Dans ce contexte, l'installation des primeurs participe d'un processus plus large de gentrification commerciale, caractérisée par une densification de certaines centralités et l'évolution de leur spécialisation, notamment vers des activités valorisant des transformations dans les modes de consommation. Aux yeux des commerçants interrogés, les résidents de ces quartiers sont particulièrement sensibilisés sur ces questions et disposent en même temps d'un pouvoir d'achat leur permettant de fréquenter des commerces indépendants pour leurs courses quotidiennes. Leur profil est résumé par Cédric lorsqu'il décrit les quartiers privilégiés d'implantation des points de vente de son entreprise :

« Après nous forcément on vise quand même la partie bobo, alerte, du quartier. C'est-à-dire qu'on a des marchés dans des banlieues populaires quand même, Bagnolet, Romainville et à un moment donné, c'est triste aussi, mais... c'est clair, 4,70€ le kilo de poire, bon si t'as une famille de 5 et que tu gagnes 1 200€ tu prends trois poires tu payes 5€ c'est impossible. [...] Donc tu vises une clientèle qui a de l'argent. [...] Et tu vises des personnes qui sont un peu alertes, enfin qui s'y connaissent plus ou moins, mais qui savent un minimum, qui réfléchissent un minimum à ce qu'ils veulent manger, quand tu leur parles de saisons ça leur parle un peu. »

Entretien avec Cédric, responsable de 9 points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Cette stratégie d'implantation est donc déterminée par les modes d'approvisionnement adoptés et s'inscrit dans des mutations globales du paysage commercial de l'Est parisien. Elle permet en négatif d'expliquer les différences importantes observées par rapport aux quartiers dans lesquels Gosselin ou Le Bon Jardinier exploitent des points de vente. Les deux sont installés quasi exclusivement dans les 7^e, 15^e, 16^e arrondissements de Paris, qui concentrent les ménages disposant des revenus les plus élevés. On peut faire l'hypothèse que la valorisation du commerce de proximité traditionnel qui a déterminé leur choix d'implantation, plutôt que la sensibilité à la transition du système alimentaire.

Quel que soit le mode d'approvisionnement adopté, ces entreprises ont en commun de mailler les centralités commerciales tout en se concentrant sur certains arrondissements, ce qui s'explique

⁴³ Nous reprenons ici la définition du terme retenue par l'APUR dans le cadre de son étude consacrée aux commerces d'alimentation durable, qui se caractérisent par « la labellisation des produits (Bio, Label Rouge, MSC...), l'origine des produits (plus de transparence et plus faible empreinte carbone) et des produits frais et bruts. » (Laithier, Vauléon, 2018a, p. 4)

par l'organisation logistique sur laquelle repose leur modèle. Les primeurs meilleurs créent ainsi des secteurs auxquels sont associés des infrastructures logistiques dédiées. La chronologie des ouvertures de points de vente de l'entreprise Au Bout du Champ est exemplaire de ce processus. Ses boutiques sont localisées dans trois secteurs à Paris (Figure 4.20), associés chacun à un entrepôt et une aire d'approvisionnement qui leur sont propres. La première zone développée se trouve au nord-ouest de la capitale, avec un entrepôt localisé à Carrières-sur-Seine⁴⁴. Le développement du réseau de points de vente dans l'est de la capitale a été associé à l'ouverture d'un entrepôt à Villepinte et la constitution d'un réseau de producteurs dédiés. Enfin, l'ouverture des boutiques dans les 14^e et 15^e arrondissements a été conditionnée par l'identification de producteurs au sud de la capitale, puis à l'ouverture d'un entrepôt à Saint-Pierre-du-Perray.

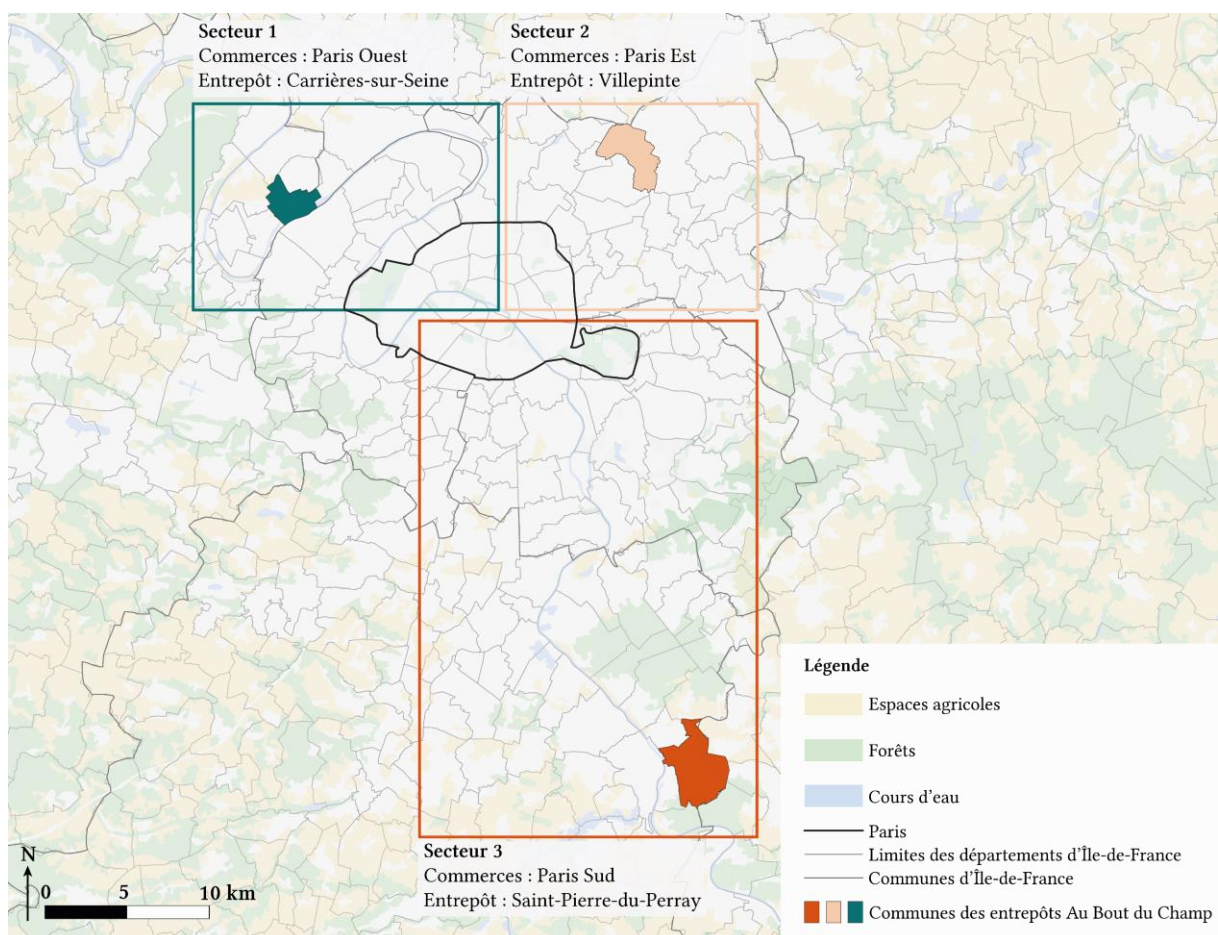


Figure 4.20 – Secteurs d’implantation des points de vente et entrepôts d’Au Bout du Champ, Île-de-France, 2022

Source : Site internet d’Au Bout du Champ ; Welcome To The Jungle / Traitement : QGIS, Adobe Illustrator

⁴⁴ Pour déterminer la localisation des différents entrepôts, nous nous sommes appuyée sur les offres d’emploi pour des postes de chauffeur ou de responsable logistique, publiées par l’entreprise sur le site Welcome To The Jungle.

Le cas d’Au Bout du Champ correspond à une forme aboutie de sectorisation, mais d’autres entreprises, créées plus récemment et disposant d’un seul entrepôt, recherchaient des points de vente dans un rayon restreint autour de leur entrepôt de stockage des fruits et légumes, pour limiter les frais élevés liés au transport dans Paris intra-muros. Kelbongoo, par exemple, a développé un réseau concentrique autour d’un lieu de stockage à Montreuil. Cette recherche de limitation des coûts logistiques donne aussi lieu à une stratégie plus marginale, qui consiste à privilégier les implantations à proximité des grands axes de circulation et donc en dehors des principales centralités commerciales spécialisées. La répartition des points de vente de Natureville, entreprise spécialisée dans la commercialisation de fruits et légumes issus de l’agriculture biologique, témoigne de cette démarche (Figure 4.21). Ils sont également structurés différemment par rapport aux autres primeurs : les points de vente ont une surface plus élevée que celles observées ailleurs sur le terrain, ce qui permet un stockage en chambre froide plus important et donc des réassorts potentiellement moins fréquents. La recherche de ces grandes surfaces pourrait aussi expliquer cette proximité aux portes de Paris, dans lesquelles les locaux spacieux sont plus nombreux et où les prix fonciers sont moins élevés. Ce modèle est particulièrement représentatif de la diversité des stratégies de localisation qui peuvent naître autour d’organisations logistiques et d’approvisionnement qui contournent le MIN de Rungis.

Le cas des primeurs mailleurs est exemplaire du rôle joué par l’approvisionnement pour appréhender les logiques selon lesquelles les commerçants spécialisés construisent leur stratégie d’implantation. Certains choix de localisation généraux sont communs à ceux qui se fournissent auprès de grossistes au MIN de Rungis et ceux qui développent des circuits courts ou de proximité. Pour autant, c’est au prisme de leur approvisionnement que l’on peut appréhender de manière fine leurs différences de répartition dans les centralités commerciales parisiennes, mais aussi le rôle joué par la logistique dans ce processus. De même, tous les primeurs rencontrés dans le cadre de l’enquête de terrain ont fait valoir leur rattachement à la catégorie du commerce de proximité, qui se manifeste tout particulièrement par leur inscription dans des polarités symboliques de cette fonction, mais chez une partie d’entre eux, la notion renvoyait autant à la localisation de leur commerce qu’aux relations qu’ils entretenaient avec les territoires de production des fruits et légumes et les agriculteurs. La diversification des mises en scène commerciales traduit aussi, de ce point de vue, celle des valeurs défendues par les primeurs à Paris. En l’occurrence, la croissance du nombre de points de vente des commerces spécialisés dans les fruits et légumes depuis 2014 est fortement portée par des exploitants qui revendiquent de participer au renforcement de l’offre en alimentation durable dans la capitale (Vauléon, Laithier, 2022).

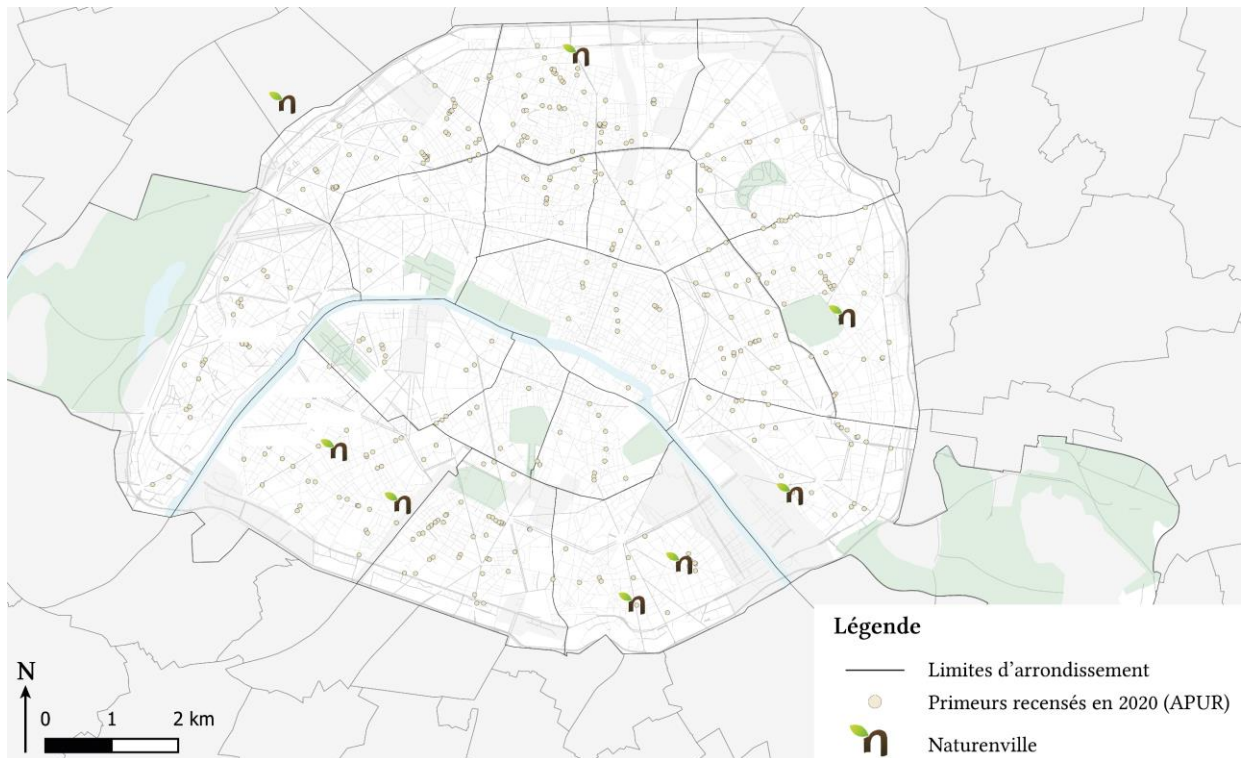


Figure 4.21 – Localisation des points de vente de Natureville, Paris, 2022
 Source : Site internet de Natureville / Traitement : QGIS, Adobe Illustrator

Les primeurs, de ce point de vue, sont une catégorie professionnelle motrice dans la transformation du système alimentaire parisien. Ils exercent également un métier fortement valorisé par les collectivités territoriales, puisque son rôle de proximité participe à l’animation du territoire et au maintien d’un paysage typique des centres urbains denses. On peut dès lors s’interroger sur leur degré d’insertion dans la gouvernance alimentaire territoriale qui émerge aux échelles franciliennes et métropolitaines depuis le milieu des années 2000. Cette dernière semble en effet partager les valeurs qui sont mises en avant par les primeurs revendiquant de développer de nouveaux circuits d’approvisionnement.

4.3 – Les commerçants indépendants hors cible de la gouvernance alimentaire

Dans le cadre de leur activité, les primeurs se situent à l’interface de plusieurs échelles territoriales. À travers leurs stratégies d’implantation, ils contribuent à la définition du paysage commercial et renforcent l’accès aux fruits et légumes à Paris. Pour se les procurer, ils dépassent les frontières de la capitale et génèrent des flux dont les périmètres varient selon la stratégie d’approvisionnement qu’ils adoptent. C’est à l’aune de cette territorialisation que l’on peut appréhender leur mention dans des documents rédigés par plusieurs collectivités territoriales et visant à développer une gouvernance alimentaire territoriale. Outre la *Stratégie de Paris pour une alimentation durable* publiée par la municipalité en 2018, les commerçants indépendants sont mentionnés par le *Pacte agricole* et le *Plan régional pour une alimentation locale, durable et solidaire*,

rédigés par la Région Île-de-France respectivement en 2018 et en 2021. Ils figurent également, bien qu'à la marge, dans le projet de stratégie alimentaire conçu depuis 2018 par la Métropole du Grand Paris. Cette prise en compte va dans le sens du renforcement de la régulation publique du système alimentaire depuis la seconde moitié du XXe siècle. Sabine Bognon, Sabine Barles, Gilles Billen et Josette Garnier (2018) identifient ainsi deux transitions dans la trajectoire socio-écologique de l'approvisionnement alimentaire à Paris depuis l'Ancien Régime, qui se caractérisent par des mutations majeures dans la structure des flux et le degré d'intervention des autorités publiques dans sa gouvernance. Entre la fin du XVIIIe et le XIXe siècle, on assiste au passage d'un gouvernement des circuits alimentaires fortement centralisé par l'État à une régulation déléguée aux collectivités locales et aux organes décentralisés de l'État, qui se manifeste notamment par des évolutions dans le type d'acteurs impliqués dans la direction des Halles centrales de Paris. Entre le XIXe et le XXIe siècle, elles perdent leur rôle de passage obligé des produits alimentaires avec le développement des grands magasins puis de la grande distribution. La privatisation des circuits d'approvisionnement devient progressivement complète : « les pouvoirs publics se dessaisissent de leur prérogative alimentaire et, lorsque l'État et ses organes décentralisés réagissent pour tenter de reprendre un peu de son hégémonie au secteur de la distribution, les mesures qu'ils mettent en œuvre paraissent vaines face aux moyens dont dispose désormais le secteur privé » (Bognon *et al.*, 2018, p. 29). La mise à l'agenda des limites environnementales, économiques et sociales du système alimentaire agro-industriel a signé le retour des velléités de régulation des collectivités territoriales, qui disposent de moyens légaux *a priori* limités pour ce faire. En effet, contrairement à l'État qui a pour mission de définir une politique alimentaire nationale, elles ne disposent plus de compétences dédiées spécifiquement à l'alimentation (Bodiguel *et al.*, 2021).

La forme prise par la gouvernance alimentaire territoriale dépend donc en premier lieu des compétences attribuées aux acteurs publics locaux. Elles influencent notamment leur capacité à proposer des dispositifs destinés à réguler les activités des commerçants indépendants. Cependant, au-delà des compétences qu'elles détiennent, l'Île-de-France (4.3.a) et Paris (4.3.b) proposent des définitions différentes de ce qui constituerait une trajectoire souhaitable de transition socio-écologique du système alimentaire. Les dispositifs adoptés révèlent ainsi une concurrence pour la reconnaissance de l'échelon territorial le plus légitime pour la prise en charge de la gouvernance alimentaire. La Métropole du Grand Paris est quant à elle pour l'instant à la marge de ce processus (encadré 4.2).

Encadré 4.2 - Dans la Métropole du Grand Paris, une gouvernance alimentaire naissante et contrainte

Le sous-chapitre 4.3 se concentre sur les dispositifs de gouvernance alimentaire mis en œuvre par la Région Île-de-France et la mairie de Paris. La Métropole du Grand Paris revendique elle aussi de participer à la construction de la politique alimentaire. Son action porte essentiellement sur la valorisation de l'agriculture urbaine, dans le cadre des compétences métropolitaines en matière de valorisation du patrimoine naturel et paysager. L'ambition métropolitaine en matière d'agriculture se manifeste dans plusieurs documents : le *Plan climat air énergie métropolitain* fixe des objectifs de développement des surfaces agricoles d'ici 2030 ; le plan de relance métropolitain, qui décline à son échelle le *Plan France Relance*, comporte un axe dédié à la santé et la sécurité alimentaire ; enfin en 2020, la Métropole a organisé une série de séminaires dont l'objectif était de définir les premières orientations d'un plan alimentation durable métropolitain. Elles concernaient l'agriculture mais visaient plus largement à identifier des leviers d'actions à d'autres étapes du système alimentaire, puisque les orientations retenues visent à « soutenir le développement d'une agriculture durable ; rapprocher les producteurs des consommateurs et valoriser les produits locaux ; augmenter l'approvisionnement bio et local dans les restaurations collectives ; œuvrer pour la lutte contre le gaspillage alimentaire » (Métropole du Grand Paris, 2022).

Le *Plan alimentation durable* de la Métropole du Grand Paris n'était pas à l'agenda lors de l'enquête de terrain et il n'était pas publié au moment de la rédaction de la thèse. Dans ce contexte, la majorité des dispositifs cités par la personne que nous avons rencontrée en entretien pour évoquer la participation métropolitaine à la gouvernance alimentaire était destinée à la valorisation de l'agriculture urbaine *via* une politique dédiée à la nature en ville. Les commerçants indépendants n'étaient pas considérés comme des acteurs pertinents pour la mise en place de cette politique. L'intervention métropolitaine auprès de ces derniers était portée par le pôle Développement économique et Attractivité, à travers des expérimentations en logistique urbaine et le programme « Centres-Villes Vivants » destiné à la revitalisation de centres-villes. Les commerçants parisiens n'étaient pas intégrés à ces dispositifs, dont le périmètre de déploiement était dépendant des communes volontaires. La Métropole est en effet contrainte dans ses compétences et par une forme de concurrence avec la région Île-de-France et la mairie de Paris : « Vous avez des territoires qui sont plutôt hostiles en moyenne ou dans lesquels les communes sont plutôt hostiles à l'existence d'une métropole. D'autres au contraire veulent la suppression des EPT. On travaille dans un monde extrêmement complexe. [...] Paris c'est la capitale, parce que c'est la ville la plus importante, qui a le plus de moyens, elle se retrouve avec des outils créés pour la ville de Paris, et souhaite que ça devienne l'outil métropolitain. Et ce n'est pas idiot parce que souvent même la ville de Paris a travaillé avec d'autres territoires. [...] La métropole a un énorme problème dans sa construction, elle n'a pas les compétences nécessaires à son action efficace. On parle transport, nous n'avons aucune compétence en matière de transport, ni de marchandise ni de passager. On parle d'aides, je ne sais pas, aux artisans pour le centre-ville. La métropole a interdiction d'aide directe aux entreprises, quelles qu'elles soient. Alors la loi dit que la Région peut déléguer à la métropole une partie de ses compétences économiques. Mais elle ne délègue rien. » (Entretien avec un représentant du pôle développement économique et attractivité, 2019)

Si elle traduit bien les logiques de concurrence entre collectivités pour la définition d'orientations en matière de politique territoriales, la faible prise en compte des commerçants indépendants et l'absence de documents institutionnels au moment de l'enquête de terrain ont donc limité notre capacité à analyser de manière détaillée le rôle de la Métropole du Grand Paris dans la gouvernance alimentaire territoriale.

4.3.a – Pour la région Île-de-France, les commerçants au service du développement des filières agricoles

Pour agir sur le système alimentaire et sa gouvernance, les régions peuvent s'appuyer sur leur pouvoir de planification, exercé notamment à travers la publication du *Schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires* (SRADDET) (Bodiguel *et al.*, 2021). Il fixe la stratégie d'aménagement régionale, dont l'un des objectifs est de ménager des complémentarités entre les espaces urbains et ruraux régionaux (Barreiro, Cocquière, 2017) à partir de la définition des modes d'occupation des sols. Il s'agit d'un levier d'action régional pour la gouvernance alimentaire territoriale dans la mesure où cette compétence permet d'acter le maintien voire le développement d'espaces agricoles et d'infrastructures de transformation ou de logistique qui y seraient associées. Depuis l'adoption de la loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant sur la nouvelle organisation territoriale de la République – dite loi NOTRe – ce document d'urbanisme est prescriptif, c'est-à-dire que les documents d'urbanisme rédigés par les communes et les intercommunalités doivent être compatibles avec les objectifs et les règlements établis par le SRADDET. Sur ce point, l'Île-de-France⁴⁵ constitue une exception puisque dès 1965, l'État a élaboré un *Schéma directeur d'aménagement et d'urbanisme de la région de Paris*. Depuis 1995, la révision de ce document d'urbanisme a été transférée à la Région, mais chaque version reste soumise à une approbation par un décret en Conseil d'État. Le décret n°2013-124 du 27 décembre 2013 a ainsi validé le *Schéma directeur de la Région Île-de-France* (SDRIF), portant sur la période 2013-2030. Ce dernier mentionne l'existence d'un « défi alimentaire » (Région Ile-de-France, 2013, p. 7), associé à une volonté de (re)construire des filières franciliennes qui participent au développement agricole de la région, ces activités occupant 53 % de sa surface (Figure 4.21). Le SDRIF précise ainsi :

« Les potentialités de l'agriculture doivent aussi être valorisées en termes de filières économiques créatrices de plus d'emplois et de productions contribuant au fonctionnement métropolitain. La production maraîchère sera développée afin de favoriser des circuits courts de distribution et d'alimentation et mettre en valeur les terroirs franciliens. La mutation, à terme, de certaines superficies agricoles vers de la production alimentaire locale, notamment dans les territoires périurbains où les enclaves agricoles pourront être ainsi valorisées, permettra un développement de l'emploi agricole » (Région Île-de-France, 2013, p. 74).

Outre le SDRIF, la région a publié d'autres documents à portée non prescriptive, qui visent d'une part à délimiter les objectifs régionaux en matière de gouvernance alimentaire, d'autre part à identifier les dispositifs opérationnels pour les atteindre. En 2018, le *Pacte agricole* a confirmé l'articulation de sa politique autour de l'agriculture, la prise en compte des autres étapes du système alimentaire étant conditionnée par leur contribution au développement agricole. En 2021, la Région a publié un *Plan régional pour une alimentation locale, durable et solidaire* ayant pour sous-titre

⁴⁵ Avec les régions d'outre-mer et la collectivité territoriale de la Corse.

« L'alimentation des Franciliens, un enjeu de souveraineté, de santé et de relance ». Rédigé dans le contexte de la crise sanitaire liée à l'épidémie de covid-19, il insiste particulièrement sur les enjeux de souveraineté alimentaire et accorde une place plus large à la production, la distribution et la consommation. Les activités commerciales n'y sont que peu mentionnées, puisque seules deux des soixante-six actions proposées leur sont destinées. La première, « Mobiliser les collectivités pour une alimentation francilienne locale et durable » (Région Île-de-France, 2021, p. 75), propose des aides financières pour l'installation ou la rénovation en vue de sauvegarder les commerces de proximité en milieu rural. La seconde, « valoriser les produits locaux dans les commerces de proximité » (Région Île-de-France, 2021, p. 81) s'appuie sur la distribution aux commerçants d'un kit de promotion de la marque « Produit en Île-de-France », portée par la Région *via* l'association Île-de-France Terre de Saveurs⁴⁶. Cette structure créée en 2017 prend en charge l'accompagnement et de la valorisation des industries et produits alimentaires franciliens. Elle est née de la fusion de deux organismes régionaux : le Centre régional d'innovation et de transfert de technologie pour les industries agroalimentaires (CRITTIA), association en charge de missions d'appui au développement économique pour les petites et moyennes entreprises, essentiellement spécialisées dans la transformation ; le Comité de promotion des produits agricoles et agroalimentaires de Paris Île-de-France, dont l'objectif était de renforcer la visibilité des filières agricoles franciliennes à travers des opérations de communication, notamment la participation à des salons destinés au grand public et aux professionnels. C'est cette seconde activité qui prévaut dans l'organisation et la stratégie d'Île-de-France Terre de Saveurs :

« Conseiller technique : On a un rôle, vous l'avez compris, d'accompagnement des entreprises, mais [qui est plutôt un rôle] d'expert pour les institutionnels et pour les financiers, les ministères, conseil régional ou autre. Et au milieu de tout ça l'idée c'est un petit peu d'être observatoire quelque part. C'est-à-dire qu'on essaie de mettre en œuvre certaines politiques, mais aussi de remonter certains éléments pour pouvoir définir ces politiques.

Question : Et vous disiez que c'est quelque chose de difficile à faire, dans quelle mesure ?

Conseiller technique : C'est-à-dire qu'aujourd'hui on doit être une dizaine au Cervia⁴⁷... et consacrés au monde des entreprises on est trois. Voilà. Donc savoir tout ce qui se passe dans tous les domaines, c'est rendu d'autant plus difficile dans l'organisation actuelle que nous ne sommes plus dans le réseau décisionnel des aides attribuées aux entreprises de droit commun agroalimentaire. [...] Quand on était 4 ou 5 ou pouvait faire ça, et quand vous êtes moins nombreux de fait les sujets ont tendance à tomber et des priorités sont faites. Donc la priorité là pour nous, c'est de nous concentrer sur la valorisation de l'amont agricole. »

Entretien avec un conseiller technique Île-de-France Terre de Saveurs, 2019.

La fusion du CRITTIA et du comité de promotion des produits agricoles et agroalimentaires a transformé l'organisation des équipes et leurs prérogatives, les recentrant sur l'activité agricole –

⁴⁶ L'association a porté le nom de Cervia jusqu'en 2019.

⁴⁷ L'entretien a été réalisé avant le changement de nom du Cervia pour Île-de-France Terre de Saveurs.

quand le CRITTIA s'adressait de manière générale aux industries agroalimentaires – et sur l'activité de valorisation, tâche à laquelle se consacre la majorité des salariés d'Île-de-France Terre de Saveurs. Cette démarche est mise au service du développement économique régional, renforcé par le développement de filières franciliennes :

« Nous, notre objectif au départ en tant que structure c'était accompagner le développement économique, faire en sorte que notre région soit compétitive. Que les gens sur place aient une bonne qualité de vie, que ce soit d'un point de vue économique et sur le choix des produits et la qualité des produits. C'est dans ce sens-là qu'on œuvre. Maintenant, en fonction de l'origine des financements, des politiques et des priorités qui nous sont données, on nous disait "oui très bien, on a des mangues, on a des litchis, on a beaucoup de choix le Parisien est content, maintenant notre agriculteur il a du mal, il n'est pas lisible et c'est un peu dommage parce qu'il est sur notre territoire et la ruralité se dépeuple. Il faut aider ces gens-là". Donc du coup les aides aident moins les projets de fraîche découpe de litchi ou de mangue pour s'intéresser plus à un projet de fraîche découpe de carottes produites en Seine-et-Marne. »

Entretien avec un conseiller technique Île-de-France Terre de Saveurs, 2019.

L'action d'Île-de-France Terre de Saveurs s'inscrit dans le cadre de la compétence de développement économique détenue par les régions. L'Île-de-France est notamment chargée de la rédaction du *Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation* (SRDEII) qui « définit les orientations en matière d'aides aux entreprises, d'économie sociale et solidaire, de soutien à l'internationalisation, et d'aides à l'investissement immobilier et à l'innovation des entreprises, ainsi que les orientations relatives à l'attractivité du territoire régional » (Gollain, 2022). Le renforcement des filières agroalimentaires figurait déjà parmi les objectifs du SDREII francilien pour la période 2017 à 2021, tandis que la version 2022-2028 accorde une place très importante à la question alimentaire. Le premier axe stratégique identifié est en effet celui de la défense de la souveraineté industrielle, énergétique, numérique et alimentaire, dont l'un des objectifs est de « renforcer [l']autonomie agro-alimentaire tout en développant les circuits courts, la vente directe et les approvisionnements locaux » (Région Ile-de-France, 2022, p. 12).

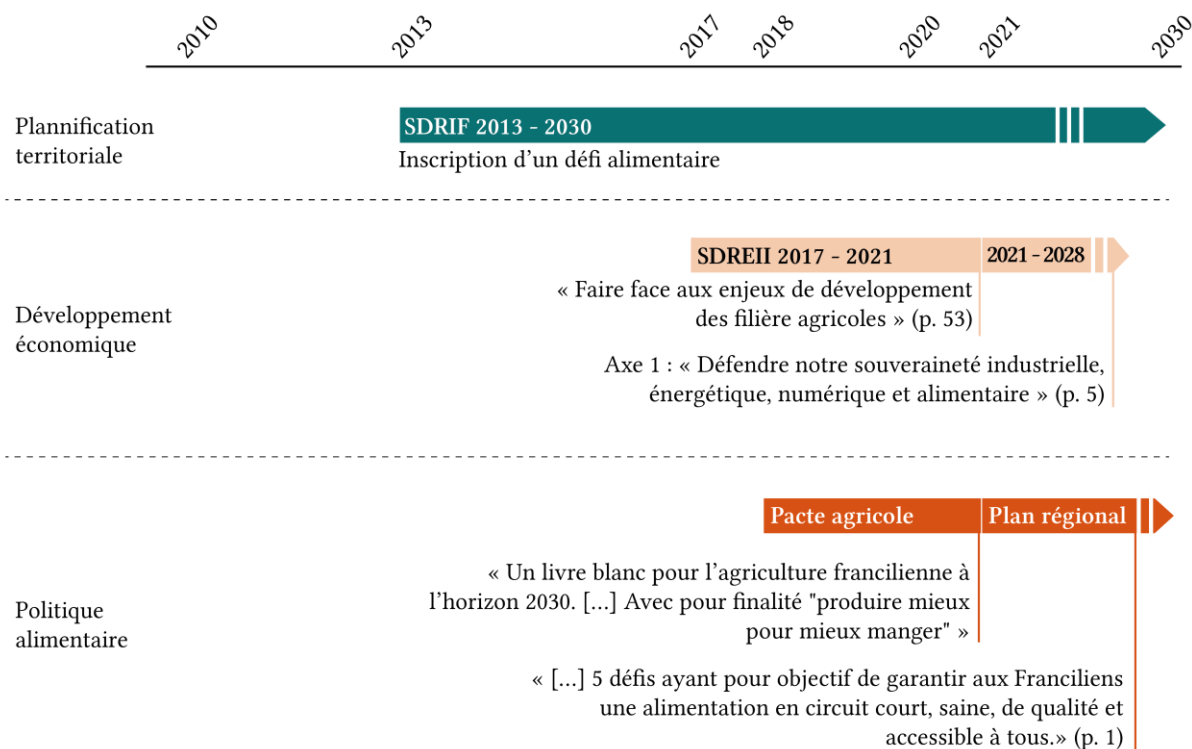


Figure 4.22 – Les politiques alimentaires de la Région Île-de-France, 2010-2030

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Adobe Illustrator

L'implication de la Région dans la gouvernance alimentaire territoriale doit donc être interprétée à l'aune de cet impératif de développement économique qu'Île-de-France Terre de Saveurs contribue à mettre en œuvre, en favorisant notamment le développement de partenariats entre des producteurs et transformateurs franciliens à la recherche de débouchés et des distributeurs disposant de points de vente dans la région. Sabine Bognon a montré l'importance de ce rôle de médiation, en étudiant la mise en place en 2012 d'une gamme de produits franciliens par l'enseigne Casino. Forte d'une marque régionale, Île-de-France Terre de Saveurs a fourni à l'entreprise une liste des producteurs et transformateurs qui pouvaient l'approvisionner et a de ce fait « eu un rôle essentiel dans la médiation puis le recrutement des producteurs. Sans cette institution, intermédiaire dans la construction de proximités, le groupe Casino n'aurait pas développé cette politique dans le cœur de la métropole, ou du moins pas de cette manière » (Bognon, 2017, p. 123). La promotion des filières franciliennes est donc un outil important pour associer la région à l'existence d'un patrimoine agricole spécifique. Les acteurs du commerce sont partie prenante de ce processus sans pour autant être la cible de dispositifs visant à réguler ou transformer leurs pratiques :

« Conseiller technique : [Les distributeurs] rendent disponibles les produits des producteurs. Sans eux, ce ne serait pas possible. C'est eux qui portent l'information et encouragent le locavorisme en relayant ou en diffusant les produits. [...] Après, si on n'aidait pas les producteurs on ne se poserait pas la question.

Question : C'est-à-dire ?

Conseiller technique : S'il n'y avait pas de producteur francilien à distribuer... [...] Le problème de la logistique du dernier kilomètre se poserait quand même, mais ce ne serait pas notre problème ! Nous, on va valoriser les acteurs de la production du territoire. Pour le marché, il y a un maillon critique qui est la logistique. Mais... c'est du ressort du droit commun. [...] Oui bien sûr ils sont importants, mais ce n'est pas notre cœur de cible. Ce n'est pas un métier alimentaire, c'est un métier de logistique et de négoce. Ce n'est pas notre cœur de métier, nous notre cœur de métier c'est l'alimentation. »

Entretien avec un conseiller technique Île-de-France Terre de Saveurs, 2019.

Les commerçants ne sont pas considérés comme les moteurs d'une transition du système alimentaire telle que l'entend la Région Île-de-France, notamment car leur approvisionnement est appréhendé sous un angle technique. Ils ne sont donc pas pertinents pour appréhender la question de l'alimentation en Île-de-France, dans la mesure où ils sont assimilés à des logisticiens, spécialistes de manière générale du transport et du stockage de marchandises, quelle que soit leur nature. La faible prise en compte des commerçants dans la gouvernance alimentaire territoriale envisagée par la Région doit également être analysée à l'aune des compétences qu'elle ne détient pas. En effet, la régulation des activités commerciales est une prérogative des communes et des intercommunalités, sauf pour ce qui concerne les subventions ou prises de participations dans les entreprises, qui sont l'un des leviers par lesquels l'Île-de-France participe notamment à la sauvegarde du commerce de proximité dans les zones rurales. Les commerçants parisiens sont d'autant moins concernés par ces dispositifs que la Mairie de Paris déploie historiquement une politique volontariste à leur endroit. Il existe ainsi une concurrence entre l'échelle francilienne et parisienne, qui se surimpose à la répartition des compétences pour ce qui concerne la définition et le contrôle de la gouvernance alimentaire territoriale :

« Nous sommes aussi dans un jeu politique et ça peut influencer les choses. Par exemple la priorité de l'Île-de-France, c'est de soutenir la ruralité. Oui, la Ville de Paris a des actions sur l'agroalimentaire durable, sur la lutte contre le gaspillage ou autre, et aussi sur le fait d'encourager les territoires ruraux sur les marchés parisiens. Donc là quelque part, ça se rejoint, mais... la région nous dira "parlez d'abord au monde du rural plutôt qu'au monde parisien même si c'est là qu'il y a un marché". »

Entretien avec un conseiller technique Île-de-France Terre de Saveurs, 2019.

Le mode de prise en compte des commerçants par la Région naît ainsi au croisement de ses compétences, des problématiques mises à son agenda politique et des formes de concurrence qui existent avec d'autres échelons territoriaux. Dans le cas de la gouvernance alimentaire, cela se traduit par une concentration sur les performances économiques de la filière agricole, pour laquelle l'Île-de-France s'appuie sur structures et des dispositifs préexistants, dont les objectifs sont adaptés à de nouveaux impératifs – en l'occurrence, la valorisation du terroir francilien. Si la ville de Paris adopte une stratégie similaire pour construire sa gouvernance alimentaire territoriale, cette dernière s'appuie

également en partie sur des transformations importantes de son mode de fonctionnement pour justifier de son intervention sur le système alimentaire.

4.3.b – Pour la mairie de Paris, devenir l’acteur incontournable de la gouvernance alimentaire territoriale

À première vue, la revendication par la mairie de Paris d’un rôle central dans la gouvernance alimentaire territoriale peut paraître paradoxale. Elle a d’ailleurs dû construire un discours et définir des objectifs précis pour justifier de sa légitimité vis-à-vis de l’État et d’autres collectivités territoriales :

« Au niveau de la légitimité, on a été interrogé à plusieurs reprises, c’est pour ça qu’on a un angle qui est climatique, environnemental, et un angle santé. On ne va pas se battre sur d’autres sujets comme la bonne rétribution des agriculteurs par rapport à ce qu’ils vendent. C’est de l’ordre de l’État, on l’a vu avec EGAlim. On va donner des avis sur la préservation du foncier agricole, mais en aucune manière on va avoir concrètement un effet de levier. On fera partie du plaidoyer, comme porte-paroles des 3 millions de personnes qui mangent à Paris chaque jour, inclus le million de salariés qui vient travailler et les 270 000 touristes d’affaires ou de plaisir. »

Entretien avec un responsable d’étude de l’agence d’Écologie urbaine⁴⁸, 2019.

La prise de distance par rapport aux questions de foncier agricole est une manière de répondre à la concurrence entre l’Île-de-France et Paris dans la prise en charge de la gouvernance alimentaire. La capitale ne dispose pas de terre agricole et doit respecter, dans ses documents de planification, les modes d’occupation des sols définis par le SDRIF. Cette contrainte est cependant contrebalancée par la mention du poids majeur de Paris si l’on aborde l’alimentation sous l’angle de la consommation, qui permet à la capitale d’affirmer son rôle en tant que débouché majeur du système alimentaire. Il justifie les dispositifs mis en œuvre autour de la santé, de la restauration collective et la logistique urbaine. La légitimité revendiquée par la municipalité s’appuie également sur sa participation, depuis le milieu des années 2010, à la construction d’un réseau d’acteurs dont l’objectif est de construire et mettre en œuvre une politique alimentaire urbaine (Brand, 2017, voir chapitre 2). En 2015, la mairie de Paris a fait partie des 45 premiers signataires du *Milan Urban Food Policy Pact*, un accord international qui réunit aujourd’hui 200 villes engagées pour le « développement de systèmes alimentaires durables, inclusifs, résilients, sûrs et diversifiés, qui fournissent des aliments sains et abordables à tous dans le respect des droits fondamentaux, réduisent au maximum le gaspillage, préservent la biodiversité et atténuent les effets du changement climatique tout en s’y adaptant » (Municipalité de Milan, 2015, p. 2). Le *Pacte de Milan* a pour objectif d’encourager le développement de politiques alimentaires municipales et métropolitaines, en développant notamment des cadres de coopérations internationales pour les mettre en œuvre. Sa signature par la mairie de Paris est une

⁴⁸ L’agence d’Écologie urbaine est un service de la ville de Paris, rattaché à la direction des espaces verts.

manière de revendiquer son rôle dans la gouvernance alimentaire territoriale, mais aussi sa participation à un réseau international impliqué dans une démarche similaire. La mise en œuvre de cette gouvernance passe également par l'affirmation d'un rôle fédérateur en tant que municipalité. Cette posture s'est notamment manifestée dans la mobilisation d'une diversité d'acteurs publics, parapublics, privés et associatifs pour concevoir la *Stratégie de Paris pour une alimentation durable* publiée en 2018, qui synthétise les objectifs de la municipalité en matière de politique alimentaire. Après une première phase de diagnostic menée en 2016 par un cabinet d'étude, son élaboration s'est articulée autour d'ateliers de concertation dans lesquels étaient conviés des acteurs municipaux, des représentants de syndicats professionnels, d'entreprises privées, d'associations ou de la société civile impliqués dans le secteur alimentaire.

La *Stratégie de Paris pour une alimentation durable* (mairie de Paris, 2018a) a finalement servi de socle pour articuler différents programmes lancés depuis les années 2000 par la municipalité et déployés par des services techniques sectoriels distincts. Elle identifie quatre axes d'actions « vers un système alimentaire plus durable, plus inclusif, plus résilient » (mairie de Paris, 2018a, p. 3) : l'accès à toutes et tous à une alimentation durable, l'augmentation de l'autonomie et de la résilience alimentaires, la prévention du gaspillage alimentaire et des déchets, et enfin la mise en réseau et les partenariats. Sa rédaction a été assurée par l'agence d'Écologie urbaine, un service rattaché à la direction des Espaces verts et de l'Environnement, mais qui a pour mission de concevoir des cadres d'actions transversaux pour répondre aux objectifs municipaux d'adaptation au changement climatique, exprimés dans le *Plan Climat-Air-Énergie* (mairie de Paris, 2018b). Comme l'indiquait en entretien un responsable d'étude de ce service, « la Stratégie [de Paris pour une alimentation durable] a permis d'articuler les différentes actions de la ville. Elles étaient presque cachées, orphelines, et là on a pu leur trouver une colonne vertébrale » (entretien, 2019). Les compétences détenues par la mairie de Paris en tant que commune et département ont orienté le type d'action menée par cette dernière sur le système alimentaire. Au début des années 2010, les dispositifs se sont surtout concentrés sur la santé publique. En 2009, le *Plan Paris Santé Nutrition* a constitué une première étape d'orientation des pratiques alimentaires, à travers la construction de programmes d'éducation nutritionnelle pour limiter le surpoids et accompagner sa prise en charge. Paris dispose également de compétences en matière de restauration collective publique, ce qui a facilité l'émergence de politiques dédiées à la transformation de l'approvisionnement alimentaire de la capitale dans ce secteur. En 2015, le *Plan alimentation durable* a ainsi fixé un objectif de 50 % d'alimentation durable⁴⁹ servie dans les cantines gérées à l'échelle municipale et départementale d'ici 2020 (mairie de Paris, 2015a). En parallèle, la direction de la Voirie et des Déplacements a animé en 2013 des ateliers mobilisant des

⁴⁹ Dans ce rapport, l'alimentation durable renvoie à « trois indicateurs mesurant respectivement l'introduction de produits issus de l'agriculture biologique, celle de produits locaux de saison et enfin celle de produits labellisés Label Rouge, Marine Stewardship Council et pêche durable. » (mairie de Paris, 2015a, p. 3)

acteurs publics et privés qui ont abouti à l'adoption de la *Charte en faveur d'une logistique durable* (mairie de Paris, 2015b).

Les activités commerciales occupent une place importante dans la stratégie pour une alimentation durable, déterminée elle aussi par les dispositifs préexistants et les compétences parisiennes à leur endroit. Les commerces sont essentiellement mobilisés pour renforcer l'accès à l'alimentation durable, dans la mesure où ils permettent de « développer la vente de proximité de produits locaux et durables » (mairie de Paris, 2018a, p. 3). On les retrouve plus marginalement dans la partie consacrée à l'augmentation de l'autonomie et la résilience alimentaire, pour « consolider les débouchés des producteurs locaux et durables » (mairie de Paris, 2018a, p. 37). Les commerçants sont donc des cibles de la politique alimentaire transversale voulue par la mairie de Paris, qui dispose d'outils plus ou moins contraignants pour influencer leurs pratiques. En premier lieu, elle est compétente sur la gestion des marchés couverts et de plein vent, ce qui lui permet en principe d'agir sur la sélection des commerçants et producteurs présents sur place. Dans les faits, ces marchés sont concernés par des délégations de service public et donc opérés principalement par des structures privées, les sociétés Bensidoun, Dadoun, EGS et URD⁵⁰. La municipalité a malgré tout cherché à y orienter l'offre alimentaire, en instaurant par exemple un quota de stands réservés à la vente directe par les producteurs. Cette forme de régulation s'est heurtée à des contraintes pratiques du côté des producteurs, rendant ce dispositif en partie inefficace pour développer une offre de circuits courts de proximité (Bognon, 2014). En revanche, la gestion des marchés de plein vent s'appuie sur celle de la voie publique, qui offrait en 2019 des perspectives d'action sur le développement d'autres types de commerces temporaires, notamment dans les zones présentant des carences dans l'offre de produits frais et considérés comme durables :

« Si on ne peut pas installer quelqu'un dans des murs pourquoi ne pas faire appel à du commerce ambulant ? Il y a des très beaux exemples de réussite au Canada ou au Brésil, où ce ne sont pas les gens qui sont allés aux fruits et légumes, ce sont les fruits et légumes qui sont allés à eux. [...] Nous on possède le tarmac, le goudron, l'emplacement, donc on peut, avec les mairies d'arrondissement, réfléchir à de nouveaux emplacements qui n'existent pas aujourd'hui, mais qui pourraient, par exemple pendant deux demi-journées par semaine, être alloués à un ou plusieurs professionnels. »

Entretien avec un responsable d'étude de l'agence d'Écologie urbaine, 2019.

À notre connaissance, ce type d'action n'a pas été mis en œuvre durant la période de l'enquête de terrain, mais ce projet donne à voir l'importance des leviers fonciers dans la régulation des activités commerciales par la municipalité. On les retrouve aussi pour ce qui concerne le commerce sédentaire, que la ville de Paris peut réguler en s'appuyant sur plusieurs dispositifs mis en place depuis le milieu des années 2000. Dans le cadre de la Loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes

⁵⁰ D'après les informations disponibles sur le site internet de la Ville de Paris, URL : <https://www.paris.fr/pages/exercer-sur-les-marches-alimentaires-3508/>, consulté le 12/08/2021.

entreprises (dite loi Dutreil), elle dispose d'un droit de préemption des fonds artisanaux et commerciaux et des baux commerciaux, délégués depuis 2004 à la Semaest, la société d'économie mixte de la mairie de Paris. Cette dernière acquiert, rénove et commercialise des locaux dans les périmètres d'opérations de revitalisation, Vital'Quartier puis Paris'Commerce. La régulation des activités commerciales par la municipalité a initialement pour objectif d'agir dans des périmètres donnés contre la vacance ou le développement d'activités considérées comme inadaptées au rôle de proximité attribué au commerce dans la capitale, telles que les grossistes. Elle vise aussi à encourager l'installation de commerçants indépendants et à leur proposer un accompagnement en réponse à la concurrence du commerce intégré ou franchisé (Lassaube, 2022). En 2019, 430 locaux issus du parc privé étaient gérés par la Semaest et occupés par des commerçants ou artisans indépendants. En 2017, cet outil a été complété par la création du Groupement d'intérêt économique (GIE) Paris Commerces, qui rassemble les trois principaux bailleurs publics de Paris – la Régie immobilière de la ville de Paris, Paris Habitat et Elogie Siemp – et qui a pour mission la commercialisation des rez-de-chaussée du parc public, soit 6 800 locaux en 2022 (Lassaube, 2022), dont environ 200 étaient ouverts à l'installation de nouvelles activités en 2019⁵¹. Le GIE Paris Commerces permet à la collectivité d'appliquer dans le parc public la régulation des activités qui existait déjà dans celui privé avec la Semaest : la mairie de Paris et les mairies d'arrondissement siègent au conseil d'administration et aux comités de sélection des porteurs de projets candidats à l'installation dans les rez-de-chaussée proposés et peuvent initier des demandes de spécialisations privilégiées dans la commercialisation des locaux. D'un autre côté, le GIE a aussi pour objectif d'optimiser la gestion des locaux et des revenus qui en sont tirés par les bailleurs, en limitant leur vacance, mais aussi les roulements ou la perte de contrôle sur les activités qui y sont déployées :

« On voit des profils de candidats qui sont finalement des investisseurs. Qui, eux, ne sont pas professionnels, on va prendre l'exemple de la boucherie, c'est pas un boucher qui vient nous voir, mais quelqu'un qui vient nous voir, pour monter un dossier et nous dire "voilà je vais trouver un super boucher" et une fois qu'il a fait la démarche de s'implanter, nous on n'a plus la maîtrise, même si on peut mettre [des spécialités] dans les baux, lui il va revendre et il aura fait une plus-value donc on fait attention à ça. Parce que vous avez toujours des candidats, mais pour des commerces mal tenus, ou pas du tout qualitatifs, donc nous on fait attention à ce que ce soit des choses... pourquoi aussi, parce que si nous on ne le fait pas, quelqu'un le fera à notre place et en l'occurrence les mairies, qui ne veulent pas du "tout à dix euros", des choses comme ça quoi. »

Entretien avec un membre de la direction du GIE Paris Commerces, 2019.

Les commerces sélectionnés par le GIE Paris Commerces répondent donc à plusieurs critères, qui ont trait autant à leur fiabilité financière qu'à la typologie d'activité développée et au profil des porteurs de projets. Cette action sur l'installation des commerçants via la Semaest et le GIE Paris

⁵¹ Entretien avec une représentante du GIE Paris Commerces, 2019.

Commerces constitue pour la mairie de Paris le levier le plus important de régulation de la distribution alimentaire par les détaillants indépendants. Elle ne dispose par exemple pas d'outil dédié à la transformation des pratiques d'approvisionnement des commerçants existants :

« Question : Est-ce que pour [les commerces] qui existent il y a des leviers activables déjà pour faire évoluer le mode d'approvisionnement, ou les commerçants ne sont pas dans cette optique-là ?

Responsable d'étude : Je ne sais pas. [...] Il ne s'agit pas d'augmenter la concurrence, mais effectivement, s'il y a des commerces qui vendent de l'aliment transformé qui ne répond pas à des critères propices à une meilleure santé, [on va chercher à voir] comment installer quelqu'un un peu plus loin. Donc il va y avoir une étude pour en savoir plus. »

Entretien avec un responsable d'étude de l'agence d'Écologie urbaine, 2019.

On peut relier cette absence d'intervention à la privatisation des pratiques d'approvisionnement des distributeurs présentée en introduction de ce sous-chapitre, qui limite les marges – et les velléités – d'intervention des acteurs publics à leur endroit. Les commerçants avec lesquels la municipalité interagit sont donc ceux qui mettent déjà en œuvre des stratégies commerciales et d'approvisionnement cohérentes avec les objectifs fixés par sa stratégie pour une alimentation durable. Elle peut les identifier lors de candidatures au fil de l'eau pour l'attribution des locaux, mais aussi dans le cadre d'appels à projets dédiés.

Ces dispositifs ont gagné en importance après la période d'enquête de terrain, ce qui explique en partie pourquoi ils n'ont été mentionnés qu'à la marge par les représentants de la municipalité, de la Semaest et du GIE Paris Commerces rencontrés⁵². En avril 2021, la mairie de Paris a ainsi lancé un premier appel à projets « Alimentation durable et solidaire », en partenariat avec le GIE Paris Commerces, la Semaest et ICF la Sablière⁵³, dont l'objectif est de renforcer le maillage d'activités « permettant aux Parisien-ne-s de bénéficier de produits locaux, de proximité (moins de 250 km de Paris) issus d'une agriculture biologique ou paysanne, respectant l'environnement et les producteurs » (mairie de Paris, 2022a, p. 2). Cet appel à projets ne s'adresse pas spécifiquement aux commerces, mais à toute structure (association, restaurant, entreprise de service) impliquée dans l'une des étapes du système alimentaire⁵⁴ (transformation, distribution ou réduction du gaspillage) qui souhaitent développer une activité commerciale. L'aide proposée par la mairie de Paris prend la forme d'une subvention d'investissement ou de fonctionnement, mais elle vise aussi à aider à l'ouverture de points de vente. Elle met en effet les porteurs de projets en contact avec les bailleurs ou sociétés

⁵² La thèse de Carla Altenburger commencée en 2021 traite notamment de manière complémentaire et détaillée du contexte d'émergence et de mise en œuvre de ces appels à projets.

⁵³ ICF La Sablière est le bailleur social de SNCF Immobilier.

⁵⁴ Exception faite de la production agricole, qui fait l'objets d'appels à candidatures dédiés, notamment les Paris'Cultureurs, lancé en 2016.

d'économie mixte dès la phase de candidature, pour identifier des opportunités d'installation dans leurs parcs. Ces appels à projets sont donc des outils privilégiés de prospection de porteurs de projets :

Il s'avère que l'on a des zones de désert en termes de commerce alimentaire durable. Pour faire simple, c'est entre le périphérique et le boulevard intérieur. Or on a une forte concentration d'habitants dans ces zones, donc on arrive à une double peine. Seulement, lorsqu'on interroge le GIE Paris Commerces [...] ils nous disent qu'ils en sont conscients, mais que les porteurs de projet sont peu nombreux à se bousculer pour ces locaux-là, d'autant plus pour vendre des fruits et légumes frais, voire du bio. Par rapport à des quartiers qui sont quand même difficiles, dans le sens qu'il n'y a pas de passage, ou en tout cas il n'y aura pas de pouvoir d'achat suffisant. Donc là, il y a un enjeu, c'est comment installer des nouveaux petits commerçants qui ont peut-être un modèle économique différent, à chercher. [...] Et le GIE Paris Commercess en est conscient et nous dit, si on pouvait faire un petit concours, appel à projets ou tout ça, le GIE serait ravi de pouvoir positionner, ou placer ces porteurs sur ces zones-là »

Entretien avec un responsable d'étude de l'agence d'Écologie urbaine, 2019.

Ces appels à projets ne sont pas pilotés par l'agence d'Écologie urbaine, mais par la direction de l'Attractivité et de l'Emploi, au titre de la participation des lauréats au secteur de l'économie sociale et solidaire. On retrouve, appliqué au cas du développement des activités commerciales, le rôle de coordination revendiqué par l'agence d'Écologie urbaine à travers la valorisation d'actions transverses. De ce point de vue, la gouvernance du système alimentaire par la mairie de Paris pour ce qui concerne le commerce indépendant isolé repose, au même titre que la nutrition, la restauration collective et la logistique, sur des compétences, des services et des dispositifs préexistants. Les enjeux identifiés dans la *Stratégie de Paris pour une alimentation durable* viennent compléter un ensemble de critères de sélection des projets définis par différents services et élus de la municipalité et des mairies d'arrondissement. Si ce mode de fonctionnement la rapproche du modèle de la région, qui s'appuie elle aussi sur des cadres préexistants pour construire sa politique alimentaire, la municipalité s'en distingue malgré tout par sa démarche de fédération des acteurs et des services, incarnée par l'agence d'Écologie urbaine et qui semble s'être accentuée au cours des deux dernières années. En effet, suite à sa réélection en 2020 en tant que maire de Paris, Anne Hidalgo a nommé Audrey Pulvar adjointe en charge de l'alimentation, de l'agriculture et des circuits courts. Ce poste d'adjointe n'existait pas dans la précédente mandature et sa feuille de route comprend notamment le développement « d'une nouvelle structure, AgriParis, dédiée au soutien des filières agricoles, à l'accompagnement des agricultrices et agriculteurs du bassin parisien qui changent de pratiques et à la consolidation de leurs débouchés via la commande publique. AgriParis aura aussi pour mission de faciliter l'approvisionnement de la capitale en produits durables et locaux. » (mairie de Paris, 2021). En mars 2021, une conférence citoyenne a donné lieu à la rédaction de 32 propositions présentées au Conseil de Paris, suivi par des États généraux de l'agriculture et de l'alimentation durables, de mai 2021 à janvier 2022 (mairie de Paris, 2022b). Ces derniers ont rassemblé une diversité importante d'acteurs

investis dans le fonctionnement et la gouvernance du système alimentaire, y compris des structures métropolitaines, régionales ou des services déconcentrés de l'État⁵⁵. Les deux phases de concertation assument un périmètre plus large qu'auparavant : la moitié des participants à la conférence citoyenne étaient des résidents franciliens, tandis que six des douze groupes de travail constitués lors des États généraux concernaient strictement le secteur agricole, essentiellement implanté en dehors de Paris⁵⁶. Ce projet constitue potentiellement un tournant dans la gouvernance alimentaire territoriale, dans la mesure où la municipalité revendique cette fois-ci une forte orientation vers les terres et activités agricoles situées en dehors de Paris, à travers l'approvisionnement de la restauration collective, mais aussi une action volontariste sur le foncier dans le Bassin parisien, affirmant son rôle fédérateur pour la transition socio-écologique du système alimentaire à cette échelle. Nous n'avons pas pu réaliser d'entretiens avec les parties prenantes de sa mise en œuvre et la plateforme n'était pas lancée au moment de la thèse, il conviendrait donc de mener des analyses complémentaires sur la façon dont AgriParis transforme la gouvernance alimentaire territoriale, notamment au regard de la répartition des compétences de la municipalité, de la métropole et de la région. Elle contribue cependant d'ores et déjà à illustrer les mécanismes de concurrence entre collectivités territoriales pour l'affirmation de leur légitimité dans la prise en charge de la gouvernance, qui induit aussi des définitions différentes de ce que représente une transition du système alimentaire et des objectifs territoriaux qui y sont associés.

⁵⁵ Représentants de la chambre d'agriculture d'Île-de-France et de la Direction régionale et interdépartementale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt.

⁵⁶ Il s'agit des groupes de travail suivants : foncier agricole – préservation, acquisition, transmission ; aides à l'installation, à la conversion, au maintien en bio et rémunération des services rendus à la nature ; formation aux métiers de l'agriculture et emplois agricoles ; amélioration des conditions de travail et de la qualité de vie des agriculteurs ; production agricole locale et développement des circuits courts alimentaires ; valorisation locale des déchets alimentaires via la méthanisation et le compostage agricole : du champ au champ ; modèle de gouvernance multi-partenaire et contractualisation avec des territoires ruraux.

Conclusion du chapitre 4

L'analyse pour le cas parisien des profils et stratégies de localisation des primeurs vient compléter et renouveler les connaissances qui existent sur la structuration sociale de cette profession (Gresle, 1972; Zalc, 2012). L'homogénéité que l'on observe de manière générale dans les profils socio-économiques et les trajectoires individuelles, qui se retrouve aussi dans la division du travail au sein des entreprises, est le signe du rôle important que continue de jouer la transmission dans l'exercice du métier. Elle se retrouve d'ailleurs dans des types de parcours parfois étudiés de manière distincte, à l'image des carrières commerçantes liées au parcours migratoire. Partir d'une filière donne ainsi la possibilité de proposer un regard original sur la profession, qui, au-delà de la localisation des activités, tire sa cohérence des modes d'approvisionnement adoptés et du type d'organisation entrepreneurial associé à cette spécialisation. Plusieurs travaux adoptent ce point de départ (Delfosse, 2017 ; Leblanc, 2011) et ce chapitre s'inscrit dans leur continuité en explorant le cas des commerçants spécialisés dans fruits et légumes. On peut notamment retenir qu'il existe une forte imbrication entre la division du travail au sein de l'entreprise et les stratégies de localisation, qui donne à voir des structures d'entreprises plus diverses que celles généralement associée au commerce indépendant – une structure dans laquelle l'exploitant est propriétaire d'un fonds de commerce et prend en charge l'ensemble des tâches associées à l'activité. En outre, il est important de souligner la persistance de l'invisibilisation d'un certain nombre d'acteurs et d'actrices des activités commerciales, notamment les femmes et les membres de la famille de l'exploitant.

Ce chapitre démontre également l'intérêt d'étudier les stratégies de localisation des commerçants au prisme de leurs pratiques d'approvisionnement, qui révèlent des logiques de territorialisation peu visibles lorsque l'on se concentre sur la boutique et son rôle dans le quartier. Elles orientent différemment les choix d'implantation selon le type de fournisseur sollicité et la structuration de l'entreprise : les logiques de concentration sont caractéristiques d'approvisionnements eux aussi concentrés autour du MIN de Rungis ; à l'inverse, les primeurs maillieux sont majoritairement des commerçants qui créent d'autres types de canaux pour se procurer des fruits et légumes. Cette diversification croissante des modes d'implication dans la filière transforme les paysages commerciaux parisiens, dans lesquels les primeurs occupent une place importante. Cela se manifeste par le développement de nouveaux principes de mise en scène commerciale, qui insistent sur la proximité avec certains lieux ou modes de production, ou encore par l'installation dans des quartiers historiquement peu denses en commerces de bouche. Là encore, croiser différentes trajectoires et différents modes d'approvisionnement permet donc de mieux comprendre les évolutions observées dans la géographie du commerce à Paris.

Ainsi, pour comprendre les déclinaisons du rôle des primeurs dans le commerce parisien, il faut les appréhender en tant qu'acteurs du système alimentaire, en s'intéressant notamment à

l'articulation entre les stratégies de localisation et celles d'approvisionnement, qui imbriquent plusieurs échelles territoriales. Cette approche permet également de mieux comprendre dans quelle mesure les commerçants sont intégrés à la gouvernance alimentaire. À Paris et en Île-de-France, pour des raisons différentes, la commercialisation de produits considérés comme durables ou issus de filières franciliennes est une condition préalable à leur intégration dans les dispositifs publics et parapublics d'accompagnement ou de soutien financier. Le rôle de l'approvisionnement dans la territorialisation des activités est au cœur des travaux consacrés au développement des circuits courts de proximité, qui interrogent la façon dont ces derniers transforment les relations entre lieux de production et lieux de consommation (Frayssignes, Pouzenc, Olivier-Salvagnac, 2021; Pouzenc, Soumagne, 2016; Praly, Chazoule, Delfosse, Mundler, 2014). Une partie des primeurs se présentent comme des acteurs de ce processus de transition et proposent une alternative à au fonctionnement conventionnel du métier qu'ils exercent. Leur stratégie d'approvisionnement est le pivot de cette alternative, qu'il convient de caractériser aussi bien dans ses conditions d'émergence et la définition qu'en proposent les primeurs (chapitre 5) que dans sa matérialisation à travers les circuits qu'ils construisent (chapitre 6).

Chapitre 5. Rapports conventionnels et alternatifs au système alimentaire : une analyse par les parcours et les critères d'achat

Les primeurs parisiens font reposer leur participation à la transition socio-écologique du système alimentaire sur leur choix en matière d'approvisionnement. Elle se manifeste en premier lieu par le type de fournisseurs auprès desquels ils se procurent les fruits et légumes qu'ils commercialisent. Parmi les commerçants interrogés, 90 % s'approvisionnent majoritairement auprès de grossistes spécialisés au sein du MIN de Rungis. Ils sont partie prenante de la construction de normes en matière de distribution dans la filière et c'est en ce sens qu'on les qualifie ici de primeurs conventionnels. Les 10 % restants se procurent des fruits et légumes directement auprès de producteurs ou de coopératives agricoles. Ils proposent à ce titre une alternative – au sens littéral du terme – aux grossistes du MIN et nous les appelons de ce fait primeurs alternatifs. Dans ce chapitre et le suivant, il s'agira d'étudier ce qui fait la validité de cette distinction. Il ne s'agit pas, en parlant de primeurs alternatifs et conventionnels, de postuler une séparation hermétique entre ces deux catégories. D'une part, elles sont interdépendantes dans la mesure où les pratiques d'approvisionnement conventionnelles, représentatives du régime dominant, sont le point de départ de la construction des stratégies des primeurs alternatifs, qui cherchent à s'en différencier. D'autre part, il existe des éléments de discours, de pratiques et de rationalité qui peuvent être communs à ces primeurs. Comme le rappelle Ronan Le Velly, « la transition ne se fait pas entre un monde purement conventionnel et un monde purement alternatif selon une logique de rupture. Mais elle renvoie à des dynamiques beaucoup plus diverses incluant des états hybrides marqués par des niveaux d'alternativité hétérogènes » (2017b, p. 153). Néanmoins, pour analyser de manière rigoureuse les circulations entre modèles conventionnels et alternatifs, il est nécessaire de les décrire en tant qu'idéal type, dans la mesure où ce dernier « offre des motivations plausibles et pousse à anticiper le comportement à prévoir dans la logique qu'il représente. Les personnages empiriquement observables dont le comportement s'écarte de la logique du type idéal substituent à ces motivations plausibles d'autres motivations qui deviennent tout aussi plausibles quand on a réussi à en reconstruire le sens » (Coenen-Huther, 2003, p. 544). La dichotomie entre conventionnel et alternatif, construite ici à partir des fournisseurs sollicités par les primeurs, est un point de départ pour appréhender la diversité des formes d'implication dans une transition socio-écologique du système alimentaire.

Deux axes d'analyse permettent de contextualiser les pratiques d'approvisionnement des primeurs et la façon dont ils appréhendent l'idée d'une transition socio-écologique. Le premier concerne leur mode d'entrée dans le métier d'exploitant d'un commerce spécialisé dans les fruits et légumes. Le type de ressources sociales, économiques ou encore techniques employées par les primeurs au moment de développer leur activité et la nature des réseaux sur lesquels ils se sont appuyés sont déterminants pour comprendre leur rapport au système alimentaire et à ses

transformations (5.1). Le second aspect porte sur les critères retenus par les primeurs pour sélectionner les fruits et légumes. Ils matérialisent les partis pris des primeurs et traduisent en cela le rôle qu'ils jouent – ou souhaitent jouer – dans le système alimentaire en tant qu'intermédiaires de la distribution (5.2).

5.1 – L’entrée dans le métier, étape révélatrice des modalités d’inscription dans le système alimentaire

Les trajectoires professionnelles de la majorité des primeurs sont caractérisées par la transmission de ressources et d’un réseau facilitant l’exploitation de leur commerce (cf. chapitre 4). L’analyse des parcours selon le mode d’approvisionnement adopté révèle que la diversification des profils de ces professionnels est essentiellement due aux primeurs alternatifs⁵⁷ (Figure 5.1).

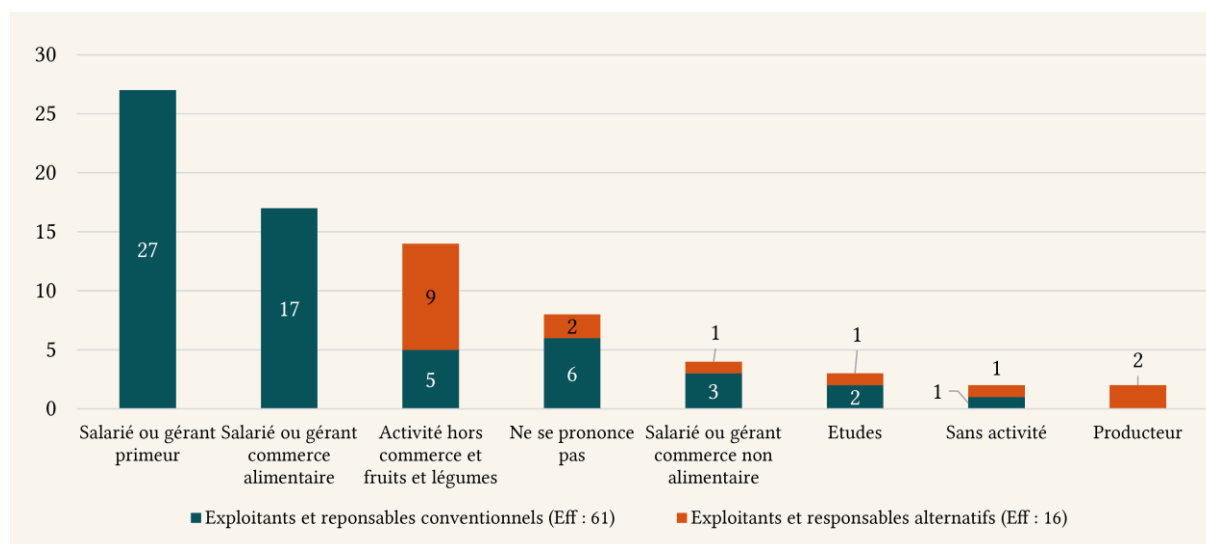


Figure 5.1 - Dernière profession exercée par les gérants et responsables de point de vente, Paris, 2020, nombre

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel

Cette diversité des modes d’entrée dans le métier n’est pas neutre du point de vue du rapport des primeurs au système alimentaire. Dans le cas des primeurs conventionnels, l’exploitation commerciale constitue une continuité professionnelle, mais aussi, souvent, inter-générationnelle, qui influence la façon dont est construite la stratégie d’approvisionnement (5.1.a). Les primeurs alternatifs, au contraire, n’ont généralement pas d’expérience dans la filière des fruits et légumes avant d’ouvrir leur point de vente. La perspective de transition socio-écologique joue un rôle central dans leur motivation à exercer le métier de primeur, ce qui les pousse à ancrer le récit de leur parcours dans une rhétorique de la rupture, avec leur parcours, mais aussi vis-à-vis du système alimentaire contemporain (5.1.b). Les constats réalisés de manière générale à propos des profils des primeurs parisiens présentés dans le chapitre 4 sont détaillés ici, à partir de récits d’entrée dans le métier représentatifs des trajectoires des commerçants.

⁵⁷ Dans la mesure où la proportion de primeurs alternatifs interrogés par questionnaire est faible (cf. chapitre 3), nous avons aussi pris en compte pour ces derniers les données récoltées lors des entretiens, dont une partie était consacrée à l’étape d’entrée dans le métier. Cela explique pourquoi, dans ce chapitre, certaines des analyses portent sur 16 primeurs : 7 ont été interrogés uniquement par questionnaire, 6 uniquement par entretien et 3 ont répondu au questionnaire et à un entretien.

5.1.a – Chez les primeurs conventionnels, la transmission au cœur du parcours

La majorité des primeurs conventionnels deviennent exploitants en ayant déjà des ressources liées à la filière des fruits et légumes. Trois types de parcours prédominent et ont en commun de reposer sur des logiques de transmission familiale, professionnelle ou communautaire de ressources matérielles, de connaissances et de réseau. Cette structuration du mode d'entrée dans le métier a pour effet de renforcer la stabilité des modèles commerciaux adoptés par les primeurs conventionnels. Les entreprises familiales, comme celle de Samia, sont des espaces privilégiés pour le déploiement de ce type d'organisation (Figure 5.2). Ses parents ont exploité pendant 35 ans un stand spécialisé dans les fruits et légumes sur un marché dans la première couronne de la banlieue parisienne. À partir de son entrée au collège, elle est régulièrement venue les aider, sur le temps extrascolaire. Cette première expérience ne lui donne pas envie de reprendre plus tard l'activité familiale, notamment du fait des conditions difficiles d'exercice du métier, en décalage avec le rythme de vie de ses camarades de classe : « le week-end tu ne sors pas, de 4h du matin à 14h30 ou 15h t'es en train de travailler, t'es pas en train de rigoler avec tes copines » (entretien avec Samia). Il s'agit malgré tout d'une première sensibilisation aux compétences techniques et aux particularités du métier, qui ont joué un rôle dans son orientation professionnelle. *A posteriori*, elle indique que « au fur et à mesure, petit à petit, j'ai aimé le contact avec la clientèle. [...] Maintenant j'adore ça vraiment » (entretien avec Samia). En 2016, ses parents prennent leur retraite et cèdent leur stand. La même année, à 22 ans, Samia interrompt ses études, sans pour autant établir de lien entre ces deux événements. Elle devient vendeuse sur le stand de vente de fruits et légumes d'une amie de ses parents et y reste pendant trois ans avant de devenir exploitante de son propre commerce sédentaire. Ses parents l'accompagnent beaucoup durant cette période, puisque c'est son père qui trouve un fonds de commerce à céder, puis qui l'accompagne régulièrement au MIN de Rungis pour lui faire rencontrer ses fournisseurs :

« J'ai repris leurs fournisseurs, leurs contacts... Parce qu'à savoir que quand on est une fille, quand on est jeune, ils ne nous prennent pas au sérieux, vous voyez ? Donc il faut toujours venir avec... des contacts. Après on peut essayer [sans], mais c'est toujours mieux. »

Entretien avec Samia, exploitante d'un point de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

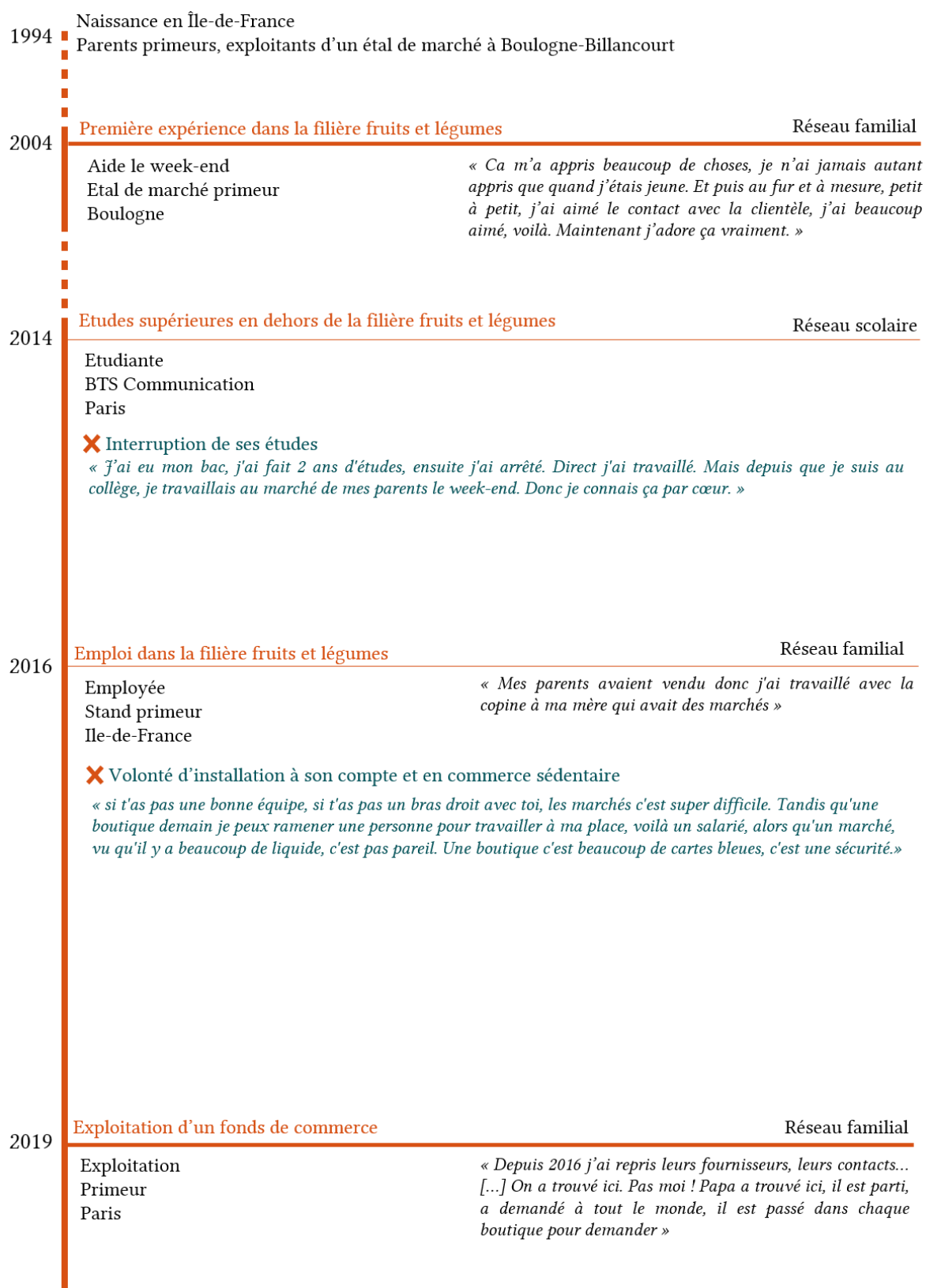


Figure 5.2 – Trajectoire professionnelle de Samia et type de ressources mobilisées jusqu'à l'exploitation d'un fonds de commerce, 1994-2019

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft PowerPoint

Sa mère, quant à elle, vient régulièrement l'aider pour la vente et la gestion de la boutique. Le récit qu'elle fait de cet apprentissage de l'exploitation d'une activité est caractéristique des logiques de triple transmission observées de manière générale dans les entreprises familiales. Elles portent « non seulement des transmissions patrimoniales – c'est-à-dire l'héritage du patrimoine productif – mais aussi la transmission du métier – l'apprentissage des savoir-faire et compétences techniques, l'acquisition du goût pour le métier – ainsi que la transmission du statut de repreneur à proprement parler – c'est-à-dire les qualités d'entrepreneur et l'envie de reprendre en tant que chef d'entreprise l'entreprise familiale » (Gollac, 2008, p. 56).

Les entreprises familiales ne sont pas le seul contexte dans lequel peut s'opérer une transmission matérielle et technique de l'activité. Certains exploitants ont ainsi d'abord été salariés dans une entreprise en dehors de leur cercle familial, mais ont également bénéficié d'une forme de cooptation, c'est-à-dire qu'ils ont pu s'appuyer sur le réseau construit par leur patron au sein de la filière des fruits et légumes pour développer leur propre activité. Pour qualifier les personnes assurant cette cooptation, plusieurs primeurs ont utilisé le terme de mentor, qui traduit également la dimension de formation et de transmission de savoir-faire induite par cette relation. Le parcours de Solène (Figure 5.3) est exemplaire de ce mode d'entrée et de progression dans le métier et illustre la diversité des ressources apportées par le mentor qui lui a fait découvrir le métier. Fille d'agriculteurs sarthois, elle découvre le commerce parisien en travaillant l'été dans la boulangerie-pâtisserie de son beau-frère et décide à sa majorité de « monter à Paris » (entretien avec Solène). Elle accède via l'Agence nationale pour l'emploi (aujourd'hui Pôle Emploi) à un emploi de vendeuse chez un primeur, qui lui fait découvrir les différentes facettes du métier et l'aide à constituer des relations de confiance avec les grossistes auprès desquels il s'approvisionne. Enfin, son employeur a également apporté un soutien à elle et son époux – également un ancien salarié – lors de l'achat de leurs différents fonds de commerce, notamment en les recommandant auprès de sa banque. Solène explique cette transmission tout au long de sa carrière par un lien filial avec cet exploitant :

« Solène : Mais moi, moi, justement, j'ai ça grâce à mon patron qui a... bon eux ils avaient pas d'enfants donc bon ils me considèrent un peu comme leur fille donc voilà, ils ont tout fait un peu pour nous...

Question : vous pousser ?

Solène : nous pousser, nous placer, voilà. »

Entretien avec Solène, exploitante de trois points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés.

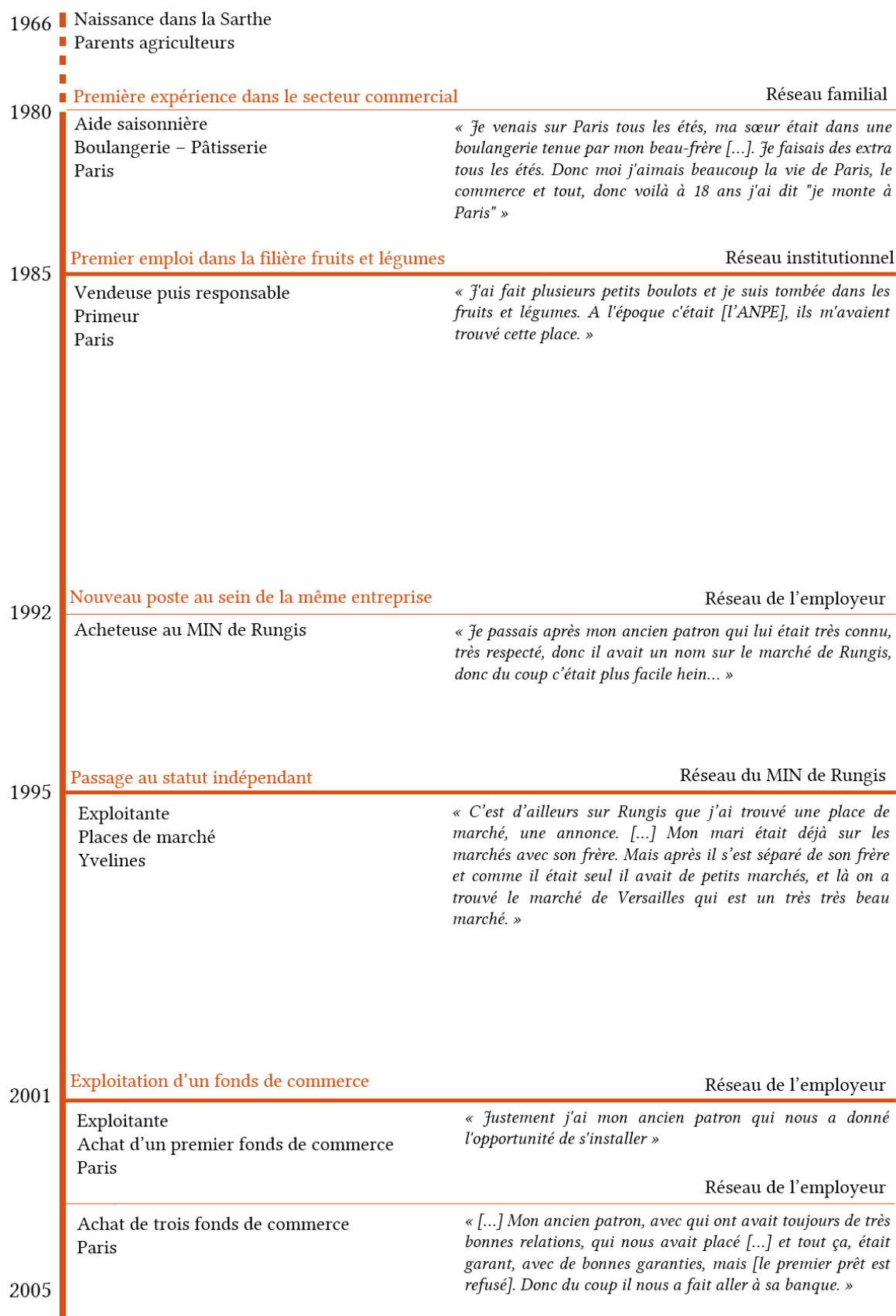


Figure 5.3 – Trajectoire professionnelle de Solène et type de ressources mobilisées jusqu'à l'exploitation d'un fonds de commerce, 1966-2001

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft PowerPoint

Si les relations familiales favorisent les logiques de transmission, elles ne sont en réalité qu'une des méthodes selon lesquelles des exploitants font perdurer leurs pratiques commerciales et d'approvisionnement. Cela peut notamment s'expliquer par la valeur relativement faible du patrimoine matériel transmis dans le cadre des activités commerciales spécialisées à Paris. À l'exception du fonds de commerce, les ressources les plus valorisées par Samia et Solène sont liées au réseau construit par leurs parents ou patrons, qui leur a permis de trouver des locaux et de faire reconnaître la légitimité de leur entreprise.

Le dernier mode d'entrée dans le métier et de constitution d'un réseau lié à la forte proportion, chez les primeurs conventionnels en particulier, d'exploitants étrangers ou disposant d'une double nationalité – 55 % d'entre eux, contre 48 % de l'ensemble des exploitants ou responsables de points de vente (Figure 5.4). Cela ne signifie pas que l'ensemble de ces primeurs sont passés personnellement par un parcours migratoire, puisque certains sont fils, filles, voire petits-fils ou petites-filles d'immigrés. Cependant, lorsque c'est le cas, l'entrée dans le métier est largement influencée par cette trajectoire personnelle, comme nous l'avons vu dans le chapitre 4.

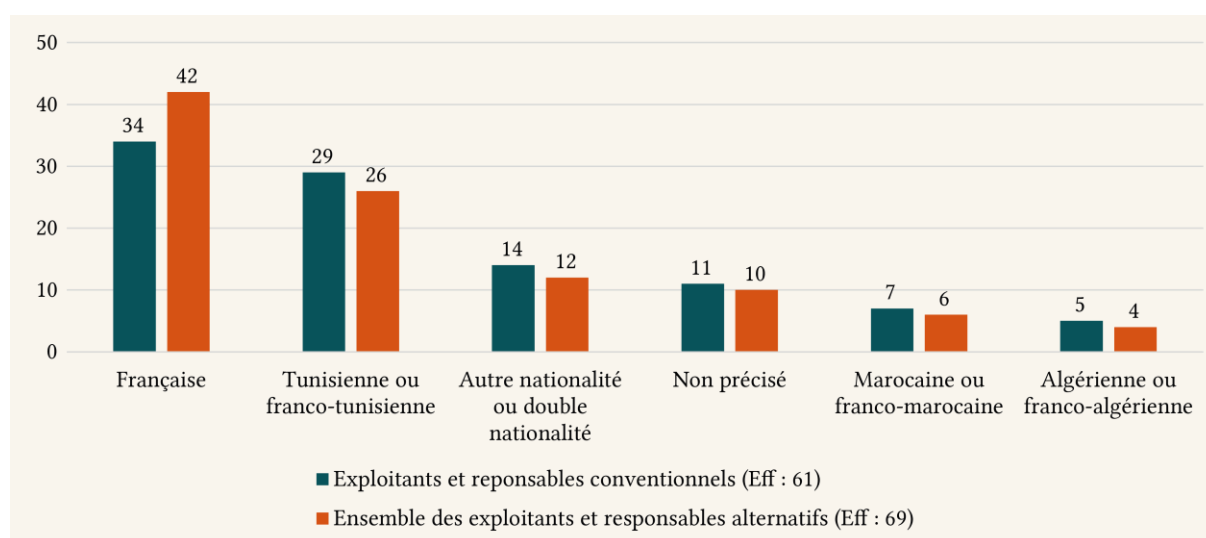


Figure 5.4 – Nationalité des primeurs exploitants ou responsables de points de vente, Paris, 2020, pourcentage

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel

Le parcours de Yassin (Figure 5.5), exploitant d'une boutique à Paris, permet d'illustrer le mode de déploiement du fonctionnement communautaire, pourvoyeur à la fois de ressources et de contraintes. Yassin est né en 1966 dans la région du Haut Atlas au Maroc, dans laquelle ses parents étaient éleveurs. À quatorze ans, il déménage à Rabat, la capitale, pour rejoindre son frère, serveur dans un restaurant. Au bout de quatre ans, son employeuse lui propose d'aller travailler à Paris chez sa fille, ce qu'il accepte. Ses conditions de travail en tant qu'employé polyvalent dans un hôtel se révèlent particulièrement précaires : sa rémunération est irrégulière et il est dépendant de son employeuse qui le nourrit et le loge.

En outre, sa situation irrégulière sur le sol français rend complexe, voire impossible, l'initiation de démarches de recherche de logement, d'emploi ou d'aide juridique. Il parvient à trouver un nouveau travail dans une épicerie en faisant connaissance avec d'autres membres de la diaspora marocaine dans le quartier de Belleville, dans le 20^e arrondissement de Paris, qui constitue alors un point central d'installation et d'interaction des travailleurs immigrés d'Afrique du Nord. Les opportunités professionnelles qui ont jalonné son parcours jusqu'à l'exploitation d'un fonds de commerce spécialisé dans les fruits et légumes en 2001 ont été liées à son appartenance à cette communauté. Elles ont constitué un palliatif à la vulnérabilité de sa situation y compris une fois que sa situation administrative a été régularisée, puisque sa mauvaise connaissance des institutions et lois françaises a par exemple donné lieu à des litiges lors de la cession de son premier fonds de commerce :

«J'ai vendu [le fonds de commerce de mon épicerie] à quelqu'un et comme j'ai pas d'expérience non plus... on a été voir quelqu'un qui n'était pas un notaire. On ne faisait pas la différence entre un notaire et quelqu'un d'autre. Quelqu'un qui nous a dit "voilà je vais vous faire tous les papiers" je le connaissais en plus, on a dit "on y va" et il n'a rien fait des papiers. Ça veut dire que j'ai vendu et que je n'ai pas reçu un centime. [...] C'était un faux notaire, une arnaque, je suis parti. J'ai travaillé dans une épicerie dans le marais. [...] J'ai payé les crédits de l'ancien magasin pendant 3 ans, 2400 francs à l'époque.»

Entretien avec Yassin, exploitant d'un point de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés.

Dans ce contexte, les ressources acquises par Yassin ont été centrées sur le secteur commercial tout au long de sa carrière, mais pas sur la filière des fruits et légumes. Il n'a donc pas été intégré à des réseaux d'interconnaissance avec des grossistes, ce qui le distingue assez fortement de Samia et Solène (Figures 5.2 et 5.3). Ce type de parcours est particulièrement représenté chez les primeurs les plus âgés, arrivés en France dans le courant des années 1970. Chez les exploitants étrangers ou disposant de la double-nationalité qui sont nés en France et reprennent une entreprise familiale, le parcours migratoire de leurs aïeux continue souvent à influencer leur activité. Les réseaux constitués par leurs parents, oncles ou tantes au sein de la diaspora peuvent être maintenus par la nouvelle génération. Ils rejoignent alors, dans leurs structurations et le type de ressources qu'ils apportent, ce que l'on observe dans les contextes de transmission présentés dans le chapitre 4.

Les trois modes d'entrée dans le métier décrits sont majoritaires chez les primeurs conventionnels. Ils impliquent une forte continuité dans les pratiques des commerçants et contribuent à la reproduction des rapports au système alimentaire. Cela se manifeste notamment par une intégration facilitée au sein du MIN de Rungis, à travers l'inscription des nouveaux exploitants dans les réseaux construits par leurs anciens patrons. Les primeurs alternatifs se caractérisent à l'inverse par la revendication d'une rupture avec le système alimentaire contemporain.

1966	Naissance au Maroc (Région de l'Atlas) Parents agriculteurs	
Première expérience dans le secteur commercial		
1973	Divers emploi Restauration Rabat (Maroc)	« Je suis allé rejoindre mon frère qui y était déjà et j'ai travaillé [...] dans un café. »
Arrivée en France Réseau professionnel		
1977	Employé polyvalent Hôtellerie-Restauration Paris	« Je travaillais chez une Française dans un restaurant à Rabat, alors comme je travaillais très bien elle m'a dit "si tu veux tu peux aller travailler chez ma fille à Paris". [...] Elle m'a donné l'adresse de sa fille et je suis venu travailler, dans le 3ème. »
	X Situation précaire et vulnérabilité « je travaillais sans interruption de 5h du matin jusqu'à 10h le soir. [...] Une fois je suis tombé malade, elle m'a dit qu'il fallait que je travaille. [...] Elle ne m'avait jamais payé. [...] Franchement j'en ai eu marre »	
Premier emploi dans le commerce alimentaire Réseau migratoire		
1978	Employé Épicerie Paris / Yvelines / Seine-Saint-Denis	« Je suis monté sur Belleville, il y avait pas mal de Marocains de... ma région. [...] j'ai rencontré des gens je leur ai dit « je cherche du travail ». C'est là que j'ai rencontré quelqu'un, de ma région qui m'a trouvé un travail dans une épicerie à Père Lachaise, chez des marocains. »
Retour au Maroc pour quelques mois		
1979	Formation Taxi Maroc	« Comme mes parents étaient encore en vie, je me suis dit "allez tiens je vais aller au Maroc pour aller voir la famille et rester là-bas" »
	X Mauvaise connaissance des modalités d'exercice du métier « [...] Quand j'ai eu mon permis, pour être taxi il faut qu'il ait une ancienneté de deux ans. [...] Alors quelqu'un m'a dit "pourquoi tu pars pas en France pendant deux ans", j'ai dit "c'est vrai c'est une bonne idée". J'ai fait demi-tour ! »	
Retour en France - Emploi dans la restauration Réseau migratoire		
	Employé polyvalent Restaurant Paris	« Quelqu'un m'a trouvé un boulot dans la restauration, à Palais Royal. [...] Parce qu'à l'époque, les gens de la région [de l'Atlas] étaient très spécialisés dans la restauration. Dans tous les cafés à Paris et dans tous les restaurants, il y avait toujours des Berbères qui travaillaient soit dans la plonge, soit le chef, soit le cuisinier. »

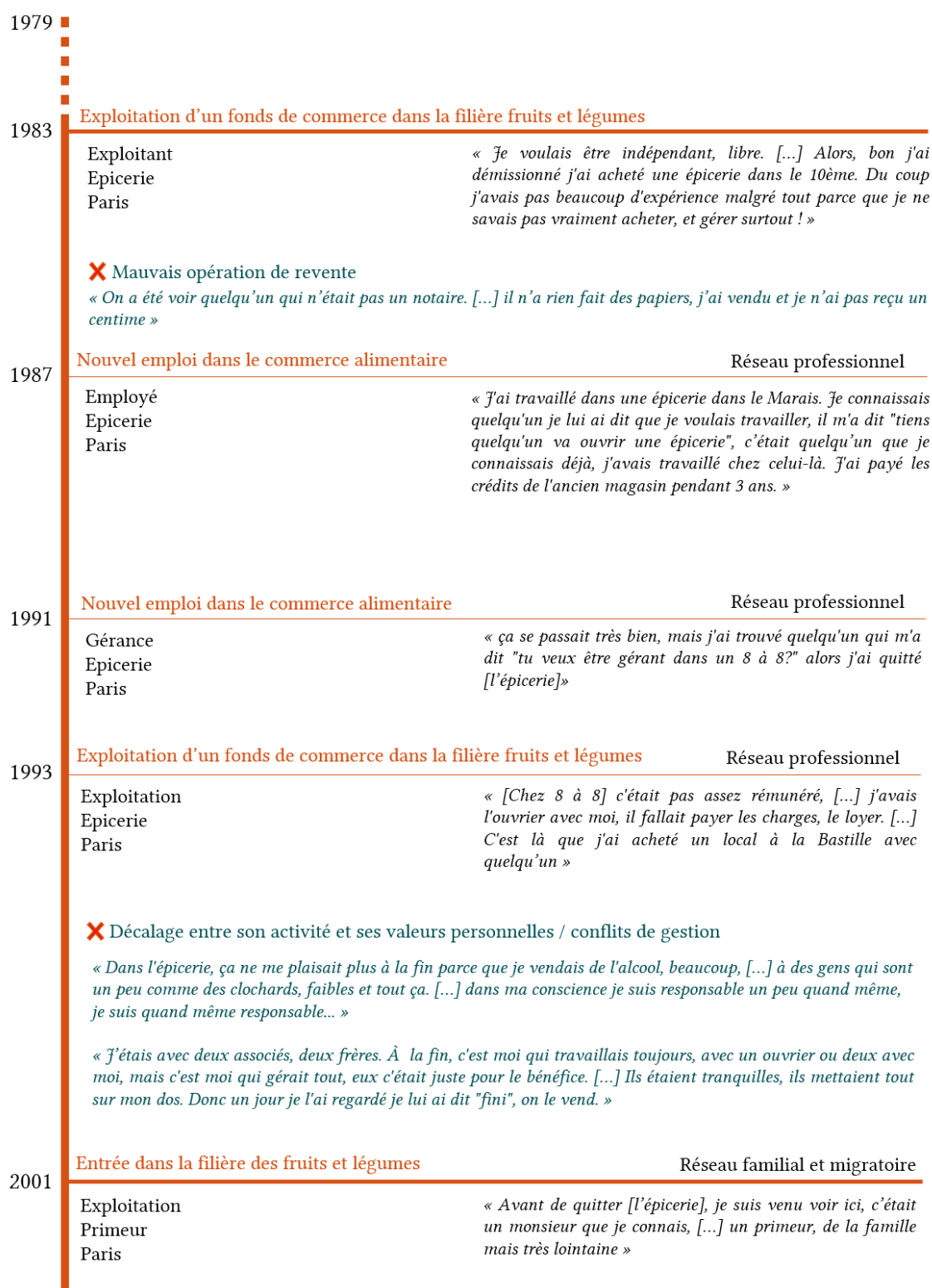


Figure 5.5 – Trajectoire professionnelle de Yassin et type de ressources mobilisées jusqu'à l'exploitation d'un fonds de commerce, 1966-2001

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft PowerPoint

5.1.b – Chez les primeurs alternatifs, la reconversion comme voie principale d'accès au métier

Les primeurs qui adoptent des pratiques d'approvisionnement alternatives sont aussi ceux dont les profils et la trajectoire professionnelle s'écartent de ce qui est observé dans la majorité des cas. Aucun de ceux rencontrés lors de notre enquête de terrain n'est étranger ou ne détient une double nationalité. L'emploi de membres de la famille est également moins fréquent (Tableau 5.1) et lorsque c'est le cas, il s'agit avant tout d'association entre exploitants frères et sœurs ou de couples. Il ne s'agit donc pas de contexte de transmission à des enfants, neveux ou nièces, ce qui peut également s'expliquer par le fait que l'ensemble des points de vente concernés par l'enquête de terrain ont ouvert entre 2014 et 2020.

Tableau 5.1 – Emploi de membres de la famille par les primeurs, Paris, 2020

Certains des employés sont-ils membres de la famille de l'exploitant/responsable de point de vente ?	Primeurs alternatifs		Primeurs conventionnels		Ensemble des primeurs	
	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs
Oui	37	6	67	41	61	47
Non	63	10	30	18	36	28
Ne se prononce pas	0	0	3	2	3	2
Total	100	16	100	61	100	77

Source : NRPrimParis 2020

Ces différents paramètres sont à mettre en relation avec les trajectoires professionnelles de ces primeurs alternatifs (Figure 5.6). En effet, onze sur seize⁵⁸ occupaient une activité en dehors du commerce de détail et du secteur alimentaire avant de devenir exploitants ou responsables. Ils étaient étudiants, sans emploi ou exerçaient une activité de cadre. Ce type parcours ne correspond pas au sens des mobilités professionnelles que l'on observe le plus fréquemment sur le plan statistique en France (Lhommeau, Michel, 2018), les changements de métier les plus représentés correspondant à des mobilités ascendantes⁵⁹. Une étude de la direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques (DARES), produite en 2018 à partir de l'enquête formation et qualification professionnelle réalisée par l'INSEE entre 2014 et 2015, mesurait ainsi que « quatre [individus ayant

⁵⁸ Dans la mesure où les effectifs de primeurs alternatifs sont faibles au regard de l'ensemble de l'échantillon, nous avons fait le choix de ne pas présenter les résultats chiffrés sous la forme de pourcentage pour cette catégorie.

⁵⁹ Ici, la mobilité ascendante ou descendante correspond à la comparaison des professions et catégories socioprofessionnelles (PCS) de départ et d'arrivée des individus, ces dernières étant classées selon la hiérarchie suivante : cadres et professions intellectuelles supérieures, professions intermédiaires, employés et ouvriers qualifiés, employés et ouvriers non qualifiés.

changé de métier] sur dix appartiennent à un groupe social plus élevé que cinq ans plus tôt, alors que deux sur dix voient leur position dégradée » (Lhommeau, Michel, 2018, p. 9).

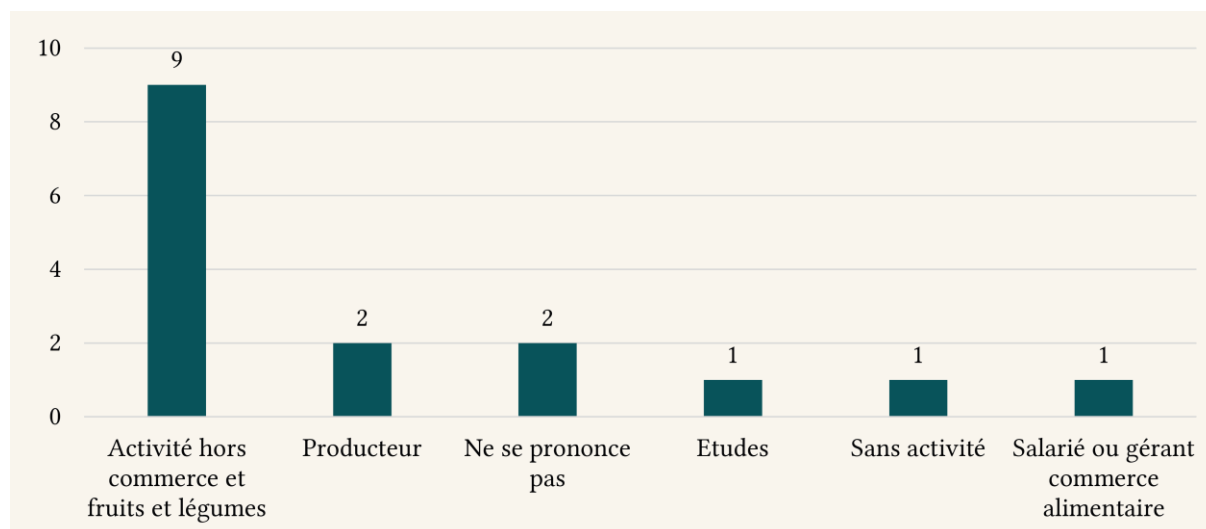


Figure 5.6 - Dernière profession exercée par les gérants et responsables de point de vente alternatifs, Paris, 2020, nombre (Eff : 16)

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel

Les primeurs alternatifs, qui passent du statut de cadre à celui de commerçants indépendants, représentent donc une exception statistique parmi les primeurs parisiens. En revanche, leurs parcours et les éléments qu'ils convoquent pour le justifier les rapprochent des commerçants gentrificateurs (Fleury, Mayadoux, 2019; Leblanc, 2017) ou de professionnels cherchant à donner un sens à leur activité, cette expression désignant généralement à la fois une recherche d'épanouissement personnel dans le métier, une prise de distance par rapport au secteur tertiaire et une volonté de s'inscrire dans une démarche d'intérêt général (Cassely, 2017; Ocejo, 2017). Chez les primeurs alternatifs interrogés, l'entrée dans le métier est ainsi présentée comme une rupture professionnelle, issue à la fois d'une lassitude par rapport à leur précédente activité et par une volonté d'être moteur dans la transition socio-écologique du système alimentaire.

Le parcours de Sophie (Figure 5.7), exploitante d'une boutique et s'approvisionnant auprès d'une coopérative de producteurs localisée dans le Val de Loire, est exemplaire de ce type de trajectoire. Après avoir effectué un BTS et une licence professionnelle en commerce international, elle a exercé plusieurs emplois en tant que commerciale dans des entreprises du secteur des technologies de l'information et de la communication, des transports, du luxe puis du développement durable. En l'occurrence, ses fonctions de commerciale salariée se heurtent à sa volonté de disposer d'une plus grande autonomie dans sa vie professionnelle :

« Les métiers commerciaux honnêtement c'est... tellement ingrat je trouve. C'est difficile, on nous demande des objectifs qui sont... démesurés. En termes de morale c'est pas non plus toujours ça. [...] Donc ça m'a gavée, et puis j'ai un problème avec l'autorité aussi (*rires*). [...]

Et puis plus le temps avançait, plus j'avais mon idée sur plein de trucs et j'avais envie d'expérimenter. »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs.

L'insatisfaction vis-à-vis de ses conditions de travail ne constitue pas une condition suffisante pour expliquer sa reconversion, qui a été déclenchée par plusieurs éléments concomitants. Le premier, d'ordre professionnel, a été lié à l'enchaînement de démissions après de courtes périodes à des postes de commerciale :

« C'était le ras-le-bol du dernier CDI, j'en pouvais plus, je me suis dit que c'était pas possible. C'était un record, un CDI de cinq mois, à l'issue duquel j'ai encore démissionné, donc j'en avais un peu marre ! Je me suis dit que cette fois il fallait se remettre en question »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs.

Son désengagement de ce secteur d'activité a été progressif et elle a eu recours à l'intérim pendant quelques mois auprès d'un précédent employeur, pour continuer à percevoir un revenu tout en consacrant du temps à la définition de son projet professionnel. Le second événement déclencheur est d'ordre plus personnel. En effet, le père de Sophie est éleveur laitier et elle a un ami proche qui exerce la profession de maraîcher. Dans son récit, elle fait de ce lien avec le secteur agricole un élément déterminant de son envie de développer une activité liée au système alimentaire. Notre entretien a d'ailleurs démarré de la façon suivante :

« Question : [...] ça m'intéresserait de savoir comment était née [votre activité], j'ai appris que vous fêtiez vos un an du coup ?

Sophie : Oui absolument ! Alors [l'activité], est née de plusieurs choses. Mon meilleur ami est maraîcher et me raconte souvent qu'il jette X tonnes de mâche parce qu'elle est pas conforme, parce que ceci, parce que cela. Et j'entends ça partout, les carottes qui sont trop petites, la feuille de mâche qui est trop lourde pour Fleurette, enfin des trucs de fou. Je me suis dit "mais c'est quand même incroyable cette histoire" et qu'il fallait que je fasse un truc de ça. J'étais salariée, j'avais démissionné plein de fois, je tenais pas très bien en place. »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs.

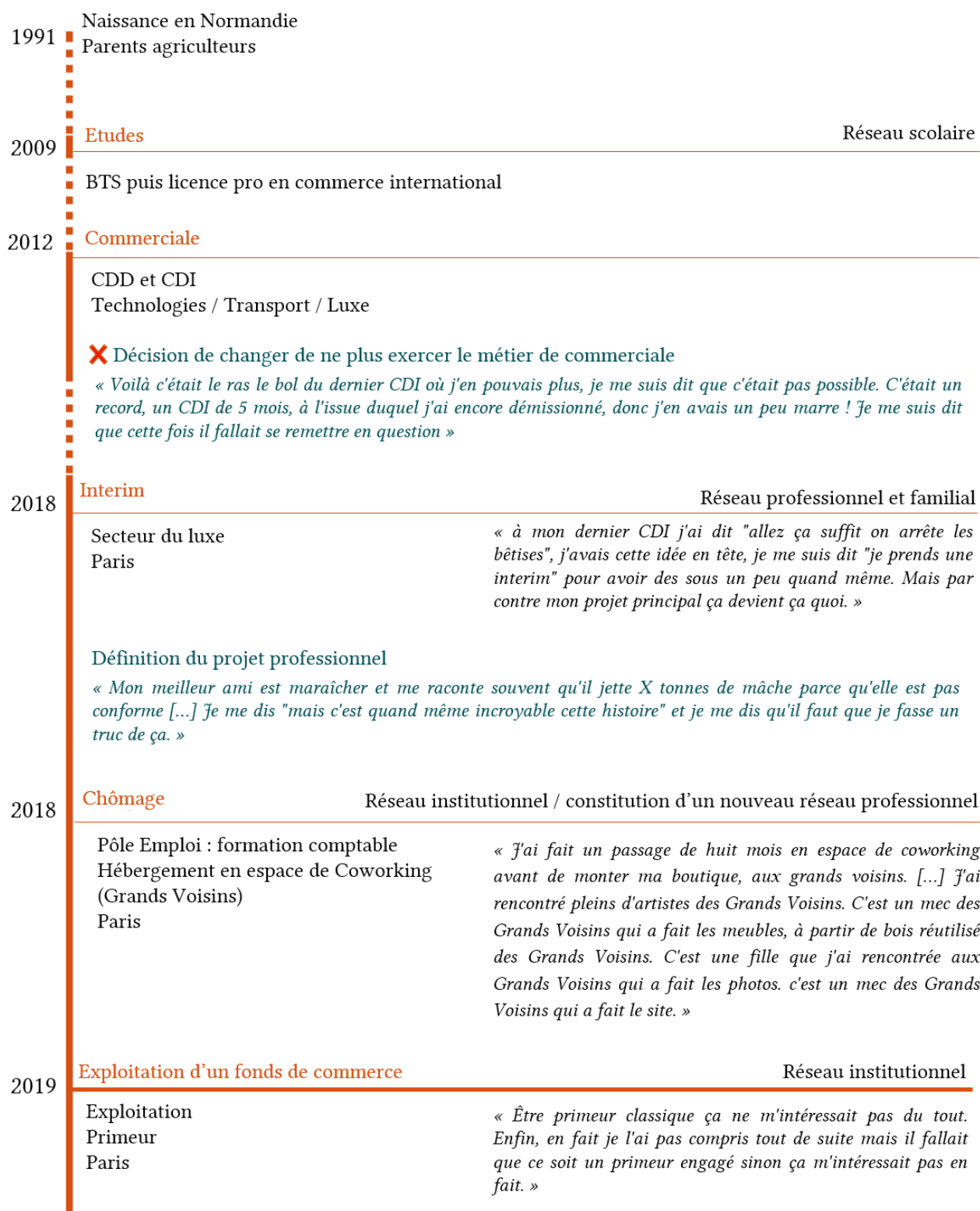


Figure 5.7 – Trajectoire professionnelle de Sophie et type de ressources mobilisées jusqu'à l'exploitation d'un fonds de commerce, 1991-2019

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft PowerPoint

La place accordée par Sophie à ses discussions avec son ami maraîcher, couplée à la récurrence des mentions de ce dernier et de son père tout au long de l'entretien, traduit l'importance qu'ils ont eue dans la structuration de son activité professionnelle. C'est particulièrement le cas pour ce qui concerne l'approvisionnement, puisque son entourage lui a permis d'acquérir des connaissances sur le secteur agricole et par extension un sentiment de légitimité dans ses interactions avec les producteurs :

« Mais bon mon père c'est déjà... un sacré truc hein ! Lui il fait du lait donc c'est pas la même chose cependant il y a des réflexions qui sont tout à fait similaires. Et sur l'agriculture il me donne vachement de matière pour discuter avec mes producteurs aussi, parce que je suis pas agronome, et c'est bien là le problème ! (Rires) Si j'étais agronome, ce serait bien différent, mais le parcours pour être agronome c'est long. Donc ça m'apporte quand même pas mal de matière et mon meilleur ami m'apporte aussi vachement. Lui c'est marrant parce qu'il a une seule parcelle en bio et le reste est en classique, du coup il a un regard très critique sur les deux côtés et ça me permet de... garder les pieds sur terre aussi et d'avoir un jugement qui soit pas trop mal. »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs.

À rebours de l'idée d'une rupture induite par le choix de devenir primeur, l'expérience de Sophie met en lumière de quelle façon elle a utilisé des ressources initialement personnelles dans le champ professionnel. En effet, elle bénéficiait par sa trajectoire familiale d'un ancrage dans la filière, à l'étape de production, qui lui a permis de construire sa légitimité de primeur favorisant les circuits courts. Parmi les primeurs alternatifs, cinq sont enfants d'agriculteurs et ont mentionné cette filiation pour justifier de leur intérêt, *a minima*, pour le secteur alimentaire, si ce n'est pour la filière des fruits et légumes. De façon plus marginale, deux primeurs dont les parents exerçaient des activités en dehors du secteur agricole ou commercial ont souligné l'importance qu'avait eu pour eux l'engagement politique de leurs parents, à l'image de Pauline, exploitante d'un réseau de points de vente :

« Question : vous me disiez, la prise de conscience sur les questions d'agriculture intensive, d'accessibilité, elle est née beaucoup avec l'expérience [dans votre précédent emploi] ? Il y a eu un peu un déclic ?

Pauline : bah en fait, moi politiquement... Enfin moi je viens d'une famille... mes deux parents étaient communistes, très engagés sur la question sociale. Et moi, au départ j'ai beaucoup développé une réflexion, notamment [dans mon précédent emploi] et pendant mes études, sur les questions de féminisme, d'antiracisme, etc. Et ça [dans mon précédent emploi] c'était aussi des questions qui étaient beaucoup abordées en équipe, c'était hyper intéressant donc on entrecroisait vraiment toutes ces réflexions-là. Et par contre j'étais pas très informée sur les questions écologiques, d'environnement, enfin dans mon parcours familial et d'étudiante ! »

Entretien avec Pauline, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Le cadre familial dans lequel Pauline a évolué l'a sensibilisée à l'exercice d'un regard critique sur la société, qui a posé les jalons de son engagement sur des thématiques liées à l'écologie et finalement à la transition du système alimentaire. La mention de cette filiation est d'autant plus importante que nous n'interrogeons pas systématiquement les primeurs sur la profession ou les opinions politiques de leurs parents. Le fait qu'ils la mentionnent pour expliciter leur trajectoire professionnelle montre le rôle central qu'a pu jouer ce cadre dans leur entrée dans le métier et la construction de leur rapport au système alimentaire. Dans ce contexte, la reconversion n'apparaît pas comme une rupture, y compris dans la façon dont les primeurs alternatifs la décrivent, puisqu'ils soulignent la continuité entre leur trajectoire personnelle et leur choix d'entrée dans la filière des fruits et légumes. Cette insistance peut être interprétée à la fois comme une manière de justifier leur légitimité à exercer ce métier et de souligner l'originalité du modèle qu'ils adoptent.

Pour développer leur activité, ces primeurs disposent aussi de ressources matérielles qui rendent possibles le désengagement de leur précédente activité et l'investissement financier et temporel dans leur nouvelle profession. Dans la majorité des cas, ils ont connu une période d'inactivité avant d'ouvrir leur premier point de vente qui a pu être mise à profit en sollicitant des dispositifs institutionnels encourageant le lancement d'activités indépendantes. Ainsi, Sophie a mené des missions en intérim pendant plusieurs mois, tandis que d'autres créateurs d'entreprises se sont appuyés sur des économies personnelles ou des allocations chômage pour lancer leur activité. Ils sont également en mesure d'identifier des dispositifs dédiés à l'accompagnement à l'entrepreneuriat :

« [...] Je suis dans un réseau d'entrepreneurs sociaux et solidaires, qui s'appelle Live For Good, qui accompagne le projet, qui nous mentore. Et du coup c'est beaucoup d'entrepreneurs sociaux, avec qui on partage pas mal de valeurs, pas mal d'éthique et il y a plein de synergies. [...]

Question : Et sur cet environnement-là, c'est un univers que tu as découvert en lançant le projet, ou alors tu étais déjà un peu dedans avant ?

Laure : Euh nan j'ai découvert avec le projet. Je l'ai découvert en fait en cherchant à être entourée d'autres entrepreneurs qui m'aident et qui puissent me coacher quoi. [...] En plus c'est des campus où on partait une semaine ensemble, pour travailler ensemble, sur nos projets. [...] Tu vois ça fait du bien au moral et à la motivation aussi. Mine de rien c'est assez long de trouver un local à Paris, ça nous a pris bien trois mois et le fait d'être dans cet écosystème ultra-stimulant, on n'a pas lâché quoi. »

Entretien avec Laure, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Fondée en 2015, Live For Good est une association qui propose différents programmes d'accompagnement destinés aux personnes souhaitant créer des entreprises dites à impact positif, c'est-à-dire qui répond à un besoin social ou environnemental spécifique (Live for good, 2022, p. 27). Le programme auquel a participé Laure, nommé Entrepreneurs For Good, vise à accompagner des créateurs d'entreprises âgés de moins de 30 ans, à partir de formations réparties sur plusieurs séjours

de trois à quatre jours dans un campus à Fontainebleau. Si le coût de cet accompagnement est graduel selon les revenus des participants — de 200 à 600 € — il est en revanche nécessaire d'être disponible sur ces journées de formation et de disposer d'un temps conséquent dédié au montage de son projet entrepreneurial. L'inscription dans ces réseaux d'accompagnement à la création d'entreprise est donc conditionnée par cette disponibilité temporelle et la connaissance préalable de ce type de structure. La recherche par Laure de réseaux d'entrepreneurs au moment de la création de son entreprise peut ainsi être reliée à sa précédente activité, puisqu'elle a co-fondé une entreprise de vente de matériel agricole avant de devenir commerçante. L'extrait d'entretien indique aussi que l'accès à ces ressources institutionnelles a été conditionné au développement d'un projet qui s'inscrivait justement dans une perspective de transformation du système alimentaire. Les pratiques d'approvisionnement adoptées jouent donc un rôle important à la fois dans la motivation de ces primeurs à la reconversion, et dans l'accès à un certain nombre de ressources matérielles et immatérielles.

Les modes d'entrée dans le métier des primeurs conventionnels et alternatifs ont en commun de reposer sur des formes de continuité, qui leur donnent en revanche accès à des ressources différentes et sont mises au service d'ambitions différentes vis-à-vis du système alimentaire. Pour les premiers, la transmission d'un patrimoine, d'un réseau et des « ficelles du métier » (Becker, 2002) permet de sécuriser et de stabiliser l'entrée dans la profession de primeur et, par-là, de faciliter la reproduction des pratiques adoptées par le passé. Pour les seconds, la reconversion des ressources acquises en dehors de la filière des fruits et légumes leur permet de légitimer leur entrée dans une catégorie professionnelle au sein de laquelle ils détonnent, mais aussi leur capacité à participer à une transformation majeure du système alimentaire. Ces positions différentes se manifestent particulièrement dans les critères de sélection et d'achat des fruits et légumes qu'ils commercialisent.

5.2 – Préserver la norme ou faire la différence : rapports des primeurs conventionnels et alternatifs aux critères d'achats

Dans le questionnaire, plusieurs questions visaient à connaître quels critères étaient retenus par les primeurs pour sélectionner leurs produits. Une question ouverte portait précisément sur ce sujet, suivie de relances sur une sélection de critères⁶⁰ pour comprendre les motifs de rejet ou de modération. Les réactions des primeurs ont été recodées selon cinq modalités : la citation spontanée au moment de la question ouverte ; l'adhésion lors de la relance ; la modération, lorsque les primeurs indiquaient prendre en compte un critère sous certaines conditions, ou émettaient des critiques à son encontre ; le rejet, quand ils indiquaient ne pas retenir voire être opposé à un des critères mentionnés ; enfin l'absence de réaction, quand les commerçants nous indiquaient ne pas avoir d'avis.

⁶⁰ Les relances portaient sur les critères suivants : goût des produits, prix, origine France, origine Île-de-France ou régions limitrophes, saisonnalité, apparence des produits, demande des clients, conseils des fournisseurs.

Une autre série de questions portait sur l'opinion des primeurs à propos des transformations survenues dans leur secteur d'activité. Elle visait à mieux comprendre comment leurs choix en matière d'approvisionnement s'articulaient avec leurs opinions vis-à-vis du système alimentaire. De la même manière que pour les critères de sélection, une première question ouverte leur était posée : « Au cours de votre carrière de primeur, avez-vous observé des changements qui vous ont marqué dans le secteur des fruits et légumes? Quelle influence ont-ils eue sur votre activité? ». Une fois qu'ils avaient répondu, nous les relançons sur certaines pratiques ou tendances identifiées dans la littérature institutionnelle ou lors des entretiens avec des représentants de la filière fruits et légumes. Lors de l'élaboration du questionnaire, nous avons identifié des changements potentiels plus ou moins éloignés de la perspective de transition (Tableau 5.2), pour éviter de concentrer l'attention des primeurs sur ce point et comparer leurs réponses sur d'autres aspects de leur activité. Finalement, le temps manquait généralement lors de la passation pour relancer systématiquement les primeurs sur chacune des pratiques listées et nous avons choisi de retenir quatre aspects sur lesquels nous les interrogeons systématiquement. Les réponses à la première question ouverte et aux relances qui la suivaient ont été recodées, c'est-à-dire que nous avons créé des catégories génériques en vue de comparer les résultats obtenus à chaque questionnaire.

Tableau 5.2 – Liste des relances sur les changements ayant marqué la carrière des primeurs

Q.27 – Plus précisément, que pensez-vous des pratiques/tendances suivantes?
Le développement de nouvelles variétés de fruits et légumes
L'augmentation de la consommation de fruits exotiques
Le retour des variétés anciennes
[Relance systématique] Les formes d'agriculture alternatives à l'agriculture conventionnelle (biologique, raisonné, permaculture... préciser lesquelles)
[Relance systématique] La prise en compte de la saisonnalité dans la consommation de fruits et légumes
[Relance systématique] Les ventes en direct des producteurs (AMAP, Ruche qui dit oui)
[Relance systématique] La valorisation des circuits de proximité (Île-de-France ou régions limitrophes)
Le développement de services annexes : plats préparés, légumes prédécoupés, etc.

Source : NRPRimParis 2020

Les réponses apportées par les primeurs conventionnels et alternatifs s'inscrivent chacune dans des rationalités spécifiques, qui traduisent des sens différents accordés à leur rôle d'intermédiaire dans le système alimentaire. Chez les premiers, les critères de sélection des fruits et légumes relèvent de l'évidence. Cela est révélateur du rapport de ces primeurs au système alimentaire contemporain (5.2.a). Comprendre le regard qu'ils portent sur leur rôle s'avère également indispensable pour appréhender ce qui fait la spécificité des primeurs alternatifs, tant dans le rapport qu'ils entretiennent aux produits que dans la façon dont ils envisagent de transformer le système alimentaire (5.2.b).

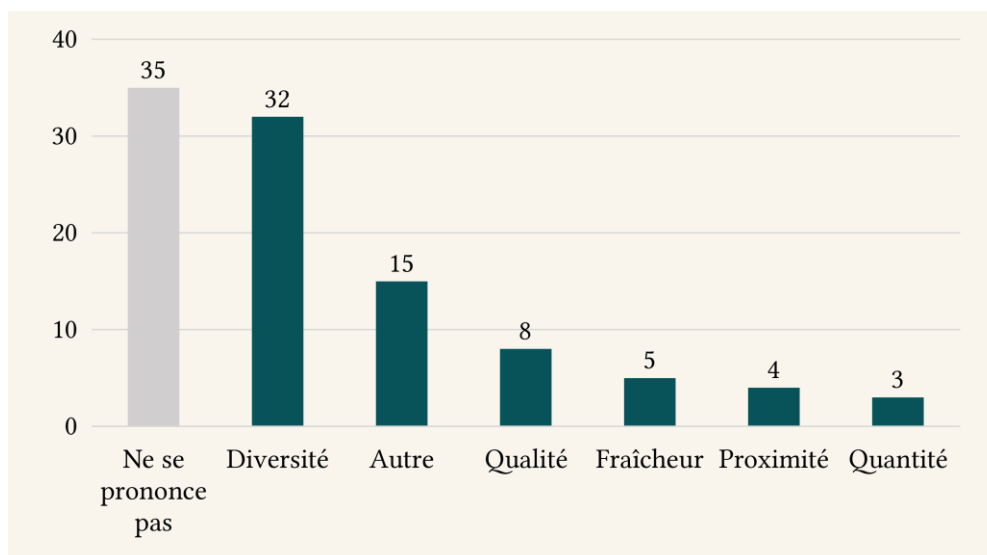
5.2.a – Chez les primeurs conventionnels, se distinguer pour affirmer sa place dans le système alimentaire

Les primeurs conventionnels ont été nombreux à ne pas se prononcer à plusieurs moments de l'enquête par questionnaire, c'est-à-dire qu'ils indiquaient ne pas avoir d'avis sur la tendance ou le critère de sélection évoqué ou ne pas y avoir réfléchi jusqu'à présent. Nous leur demandions donc d'exprimer leur avis sur des sujets à propos desquels ils ne s'étaient pas interrogés, ou de décrire leurs pratiques à partir de critères qu'ils ne mobilisaient pas. De ce point de vue, « la simple analyse statistique des non-réponses apporte une information sur ce que signifie la question et aussi sur la catégorie considérée, celle-ci étant définie autant par la probabilité qui lui est attachée d'avoir une opinion que par la probabilité conditionnelle d'avoir une opinion favorable ou défavorable » (Bourdieu, 1973). Un certain nombre de critères qui nous apparaissaient importants pour comprendre les pratiques des primeurs étaient en dehors du champ d'action et de réflexion de ces derniers. Cette situation témoigne de l'évidence, à leurs yeux, du recours aux grossistes du MIN de Rungis pour s'approvisionner. Ainsi, 35 % d'entre eux ne se sont pas prononcés sur ses avantages et ses inconvénients, ce qui en fait la réponse la plus fréquente à la question qui portait sur ce thème (Figure 5.8). Pour justifier cette absence d'avis, les primeurs conventionnels ont fait valoir qu'il s'agissait du seul mode d'approvisionnement possible. Questionner ses avantages et inconvénients n'était donc pas envisagé comme une démarche pertinente.

Les absences de réponses sont de ce point de vue révélatrices du rapport que les primeurs conventionnels entretiennent au système alimentaire, à son fonctionnement et à leur rôle au sein de ce dernier. Il est marqué, comme leur parcours, par une recherche de continuité, qui s'incarne dans l'évidence que constitue la fréquentation du MIN de Rungis autant que dans les critères retenus pour sélectionner les fruits et légumes qu'ils commercialisent. Alors que la formulation de nos questions pouvait laisser entendre que leur stratégie d'approvisionnement était liée à une appréciation subjective, leurs réponses ont montré que les critères qu'ils retenaient étaient avant tout définis par leur position vis-à-vis des autres acteurs dans la filière des fruits et légumes. Les choix faits par les primeurs conventionnels visent ainsi à se différencier de la grande distribution et à répondre à la demande de leurs clients, y compris si certaines tendances de consommation leur apparaissent à titre

personnel comme critiquables. Si cette démarche peut les pousser à faire évoluer leurs critères d'achats, elle vise avant tout à préserver le mode de structuration du système alimentaire, plutôt qu'à y opérer une transition.

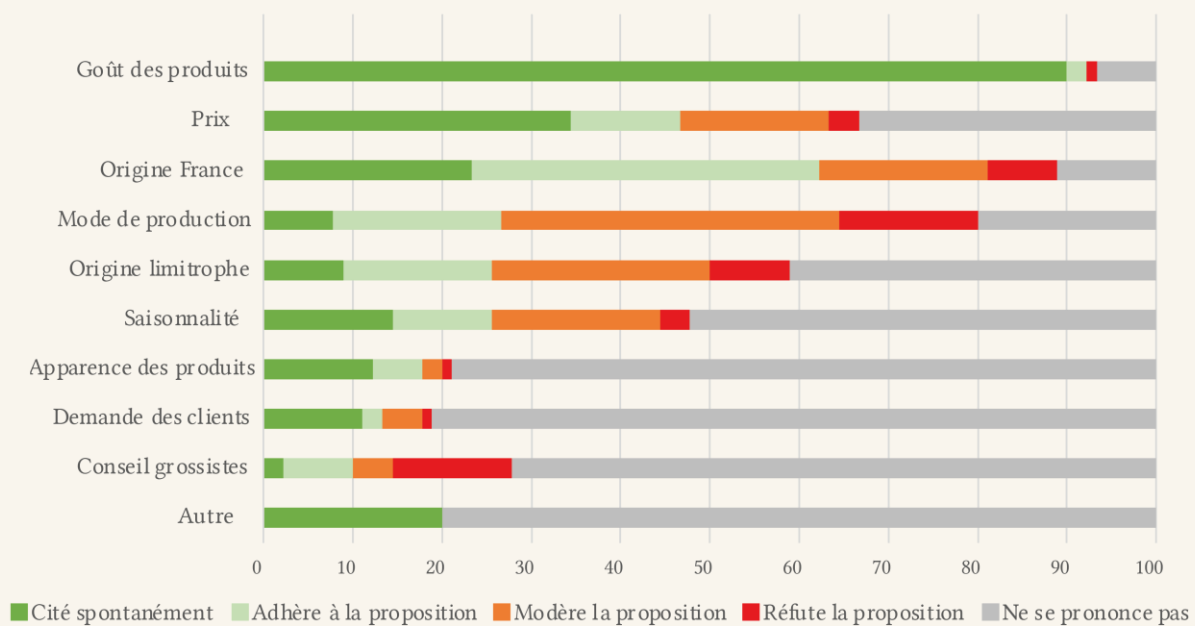
Figure 5.8 – Avantages de l'approvisionnement auprès de grossistes au MIN de Rungis d'après les primeurs conventionnels, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 90)



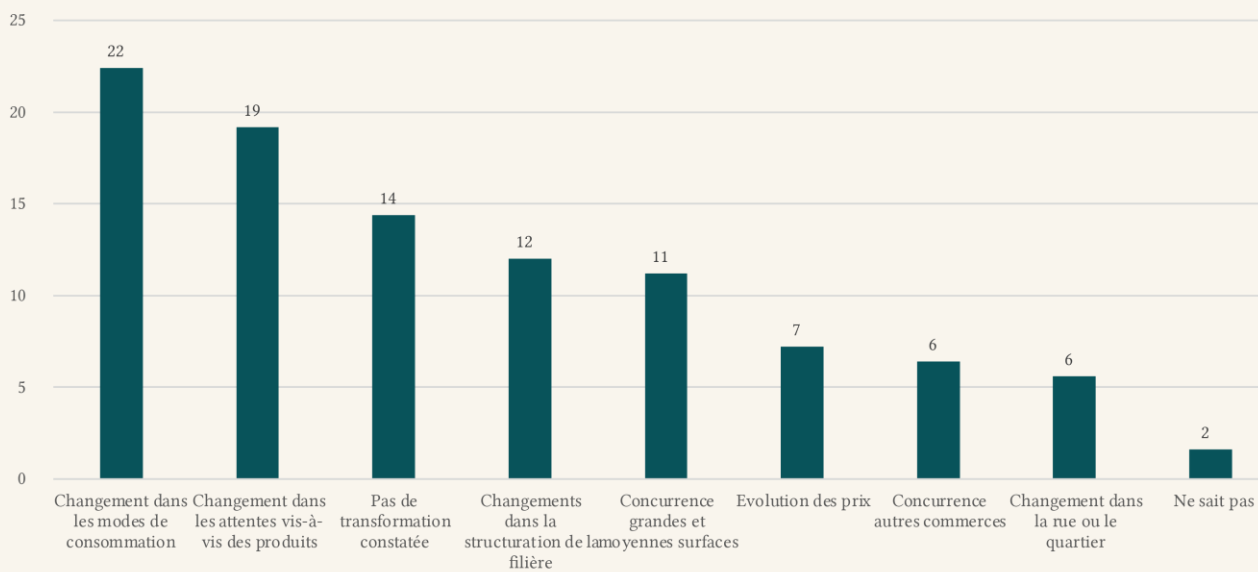
Source : NRPRimParis 2020, recodé, plusieurs réponses possibles / Traitement : Microsoft Excel

Des critères de distinction vis-à-vis des commerces alimentaires généralistes

Outre les non-réponses, l'analyse des critères de sélection des fruits et légumes par les primeurs conventionnels donne des résultats nets (figure 5.9.a). C'est avant tout le goût des produits qui est cité spontanément — ils sont 90 % à l'avoir mentionné — ce qui va dans le sens des pratiques d'approvisionnement observées, dans lesquelles le contact avec le produit, la possibilité de le toucher et de le goûter justifient la venue régulière des exploitants au MIN de Rungis et la mise en concurrence des grossistes (cf. chapitre 6). Cette très forte mobilisation du critère de qualité gustative des produits peut aussi être interprétée comme une manière pour les primeurs d'affirmer ce qu'ils considèrent comme leur cœur de métier, en comparaison avec d'autres types de commerces qui peuvent être amenés à vendre des fruits et légumes. En effet, pour caractériser les changements qui sont survenus dans leur métier au cours des dernières années, 17 % des primeurs conventionnels ont mentionné une augmentation de la concurrence avec les grandes et moyennes surfaces alimentaires généralistes ou d'autres formes de commerces (Figure 5.9.b). Le nombre de supérettes à Paris a de fait augmenté de 6 % entre 2017 et 2020, poursuivant une croissance entamée depuis 20 ans avec une augmentation de 175 % depuis le premier recensement mené par l'APUR en 2000 (Bouvier, Mohrt, 2021).



a. Critères de sélection



b. Principales transformations observées dans le secteur d'activité (réponses recodées)

Figure 5.9 – Critères de sélections et principales transformations observées par les primeurs conventionnels, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 90)

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel, Adobe Illustrator

La valorisation de la qualité gustative des fruits et légumes est donc associée, dans le discours des primeurs conventionnels, à une volonté de distinction par rapport aux produits commercialisés dans d'autres circuits de distribution. Elle s'accompagne également d'un service et d'une communication spécifique :

« C'est sûr qu'à partir du moment où les grandes surfaces ont commencé à [...] arriver et à se multiplier un petit peu dans toutes les rues, bien sûr que ça a changé puisqu'ils détiennent aujourd'hui 90 % de la vente des fruits et légumes. Donc il nous en reste plus que 10 %, donc il faut s'adapter, [...] justement sur la qualité, le service, l'accueil... des choses que les gens ne vont pas trouver en grande surface. »

Entretien avec Solène, exploitante de trois points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés.

Valoriser la qualité gustative est une manière pour les primeurs conventionnels de mettre en avant, au moment de la passation des questionnaires, ce qui les différencie d'autres formes de commerce. Elle est associée, dans leur discours, à une attention particulière au prix d'achat des fruits et légumes aux grossistes. Il s'agit du deuxième critère le plus mobilisé, quel que soit le montant du panier moyen en magasin (qui peut être un indicateur du niveau de gamme des primeurs). Ce critère de sélection renvoie donc plutôt à la recherche d'un équilibre entre la qualité et le prix des fruits et légumes achetés. Le prix ne constitue pas, de manière général, un élément mobilisé pour se différencier vis-à-vis des commerces alimentaires généralistes. D'après notre enquête de relevé de prix, ces derniers sont d'ailleurs en moyenne plus élevés chez les primeurs que dans les grandes et moyennes surfaces⁶¹ (Tableau 5.3).

Tableau 5.3 – Moyenne des prix en euros de trois fruits et légumes, Paris et France, novembre 2021

	Moyenne des prix en euros observés dans l'enquête de relevé des prix – NRPrimParis 2020	Moyenne des prix en euros relevés par le réseau des nouvelles de marché sur les produits pour la GMS en France – novembre 2021 ⁶²
Pomme Royal Gala au kg, en vrac	3,96	1,78
Pomme de terre Charlotte au kg, en vrac	2,57	1,68
Laitue à l'unité	1,79	1,06

Source : NRPrimParis 2020 ; RNM France

⁶¹ Cette comparaison doit être lue avec précaution. En effet, le périmètre retenu pour déterminer la moyenne des prix en euros pour la GMS correspond à la France, ce qui ne reflète pas nécessairement les niveaux des prix dans les grandes et moyennes surfaces à Paris. Une étude complémentaire serait donc nécessaire pour préciser la comparaison présentée dans le tableau 5.4.

⁶² Le Réseau des nouvelles de marché est un organisme de l'établissement public FranceAgriMer, qui collecte des informations sur les prix moyens, les cours et les cotations des produits alimentaires frais et périssables. URL : <https://rnm.franceagrimer.fr/>

Répondre avant tout à la demande des clients

Certains critères, tels que la saisonnalité, le périmètre d’approvisionnement ou le mode de production, ont donné lieu à des réponses plus nuancées que la qualité gustative et le prix. Ils témoignent de l’importance accordée à la réponse à la demande des clients dans la sélection des fruits et légumes. En effet, pour qualifier les principales transformations survenues dans leur secteur d’activité, 22 % des primeurs conventionnels ont souligné des changements dans les modes de consommation. Ils décrivent ainsi des évolutions dans les pratiques de leurs clients, qui achètent en moins grande quantité une moins grande diversité de produits. Les commerçants expliquent ces évolutions par des changements dans les modes de vie – notamment un temps moins important consacré à la préparation des repas et une fréquentation croissante des restaurants – et dans la démographie du quartier où ils exercent leur activité. Ils imputent ces transformations à certaines catégories de la population, en particulier les jeunes ménages ou, dans certains arrondissements comme Paris Centre⁶³, les touristes.

La seconde transformation la plus fréquemment évoquée renvoie à des changements dans les attentes des clients vis-à-vis des produits. Les primeurs soulignent l’émergence de nouveaux critères d’achat, en l’occurrence à la faveur des produits issus de l’agriculture biologique, de circuits plus proches géographiquement ou encore de saison. Ils sont peu nombreux – 15 personnes sur 90 – à exprimer une opinion sur la prise en compte de la saisonnalité. Lorsque c’est le cas, il ressort que, si ces derniers identifient une demande croissante de la part de leurs clients pour des produits de saison, ils y répondent en adoptant des pratiques à géographie variable : ils privilégient bien des produits français lorsque c’est la pleine saison, mais élargissent progressivement leur périmètre d’approvisionnement pour vendre certains fruits et légumes plus longtemps. On retrouve le même type de raisonnement pour la prise en compte de l’origine des produits et le développement de circuits de proximité. Cette proximité est interprétée par 45 % des primeurs conventionnels qui ont exprimé leur opinion comme désignant des fruits et légumes produits en France. De plus, dans 37 % des cas, ils indiquent privilégier ce type de circuits durant certaines saisons, l’été notamment. La saisonnalité et la proximité sont donc liées dans le discours des primeurs, mais dans les deux cas il ne s’agit pas de critères d’achat prioritaires.

Enfin, certaines évolutions dans les modes de consommations font l’objet de critiques de la part des commerçants interrogés. C’est particulièrement le cas de l’agriculture biologique, à propos de laquelle ils sont 53 % à émettre une opinion négative. 26 % ont des doutes sur le mode d’évaluation des exploitations agricoles, sous-entendant que certaines d’entre elles, labellisées Agriculture Biologique, ne respectent pas les critères d’obtention dudit label. Cette critique peut être reliée à celle

⁶³ Paris Centre correspond au regroupement des 1^{er}, 2^{ème}, 3^{ème} et 4^{ème} arrondissements de Paris. Ce regroupement a pris effet le 11 juillet 2020, lors des élections municipales.

faite par 6 % sur les écarts qui existent entre les pratiques de production en France et dans d'autres pays, notamment l'Espagne. Pour justifier cette méfiance, les primeurs interrogés ont évoqué des reportages critiques sur ces modes de production, ainsi que leurs propres observations à la suite d'échanges avec des grossistes ou d'autres primeurs. Enfin, 8 % des primeurs nuancent la qualité gustative des produits et 11 % considèrent que la demande pour ces produits est un effet de mode. Ils sont pourtant 75 % à proposer des produits issus de l'agriculture biologique et dans 14 % des cas elle représente une part croissante de leur offre. Ce paradoxe révèle la volonté des primeurs de répondre avant tout aux demandes de leurs clients, y compris lorsque certaines attentes sont contradictoires avec leur avis. Cette réponse n'est pas systématique et pour justifier l'achat d'un nouveau produit, les primeurs mettent en avant la nécessité d'identifier une récurrence de la demande formulée par les clients réguliers :

« Bilal : Le démarrage du bio [ça a été] à la demande des clients. Quand un client vous demande deux fois, trois fois, si vous avez pas ça en bio, vous pouvez pas dire non à chaque fois. Le client, il faut essayer de le satisfaire. Et si chaque fois il vient et que vous l'avez pas, il se dit "ah bah il veut pas me faire plaisir". Il faut savoir céder, pas à tout, mais il faut savoir dire ok parfois. Là par exemple il y a un produit que j'ai apporté il y a deux jours pour un client et je sais que le client est très content de le trouver chez moi.

Question : Et comment vous trouvez la limite entre satisfaire le client et faire quelque chose qui est cohérent pour vous ?

Bilal : Faut pas acheter n'importe quoi. Un client, même s'il est très gentil avec moi, s'il me demande des fraises des bois en ce moment⁶⁴, je sais que j'en prendrai pas. Parce que je sais qu'il va me prendre une barquette et les douze autres, j'en fais quoi ? »

Bilal, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés.

Dans la suite de l'entretien, Bilal s'est montré critique vis-à-vis de l'agriculture biologique, en pondérant systématiquement ses réticences par l'existence d'une demande pour ces produits. Il a par exemple indiqué que « le raisin bio il est mauvais, la fraise bio aussi. Pêche, nectarine, il y a plus de goût dans les produits normaux. Mais je le fais parce que, comme je t'ai dit, on fait à la demande. Demain on me demande du caviar je dirais oui, tant qu'il y a de l'argent j'en fais » (entretien avec Bilal). La décision de proposer de nouveaux produits s'articule donc autour de la satisfaction et de la fidélisation des clients, dans la mesure où les primeurs savent qu'ils pourront écouler un stock de marchandises correspondant à la quantité minimale d'achats auprès des grossistes. La diversité de l'offre, conditionnée par une très forte adaptabilité aux fluctuations des attentes de leur clientèle, est donc au centre de la stratégie de distinction des primeurs vis-à-vis d'autres formes de distribution.

⁶⁴ L'entretien s'est déroulé au mois d'octobre 2020, en dehors de la saison des fraises, dont la pleine saison se situe entre les mois d'avril et de juin en France

Changer pour que rien ne change

Si les primeurs conventionnels expriment des critiques vis-à-vis du fonctionnement du système alimentaire, la façon dont ils présentent leurs critères d'achat et dont ils s'adaptent aux transformations qu'ils identifient dans leur secteur d'activité indique qu'ils ne se perçoivent pas comme acteurs d'une transition socio-écologique. Cela ne signifie pas que leurs pratiques d'approvisionnement sont marquées par un statisme ou une absence d'attention aux évolutions que peut connaître le système alimentaire et en particulier la filière des fruits et légumes. Les primeurs conventionnels développent ainsi des gammes de fruits et légumes issus de l'agriculture biologique ou des circuits de proximité – entendus ici majoritairement comme des produits d'origine française. Pour autant, il ne s'agit pas à travers ces pratiques nouvelles de transformer la façon dont fonctionne le système alimentaire, mais à l'inverse de renforcer la position qu'ils occupent au sein de ce dernier, en proposant des moyens de distinction vis-à-vis d'autres acteurs de la distribution. La très grande diversité proposée au MIN de Rungis leur permet de proposer une offre variée et de s'aligner rapidement avec les demandes faites par leur clientèle – ou qu'ils anticipent chez cette dernière. Dans ce contexte, le regard qu'ils portent sur leur filière et les critiques qu'ils peuvent lui adresser jouent un rôle marginal dans la façon dont ils sélectionnent les produits. Il ne s'agit pas non plus d'un élément moteur dans le développement de leur activité, dans le sens où ces primeurs ne la présentent pas comme une manière de participer à une transition socio-écologique du système alimentaire. En l'occurrence, le taux important de non-réponse peut être interprété comme un indicateur du caractère non problématique de l'approvisionnement, dans la mesure où les pratiques qui y sont associées sont rarement remises en question. Le cas de l'achat en direct aux producteurs est représentatif. Il s'agit de l'une des catégories pour laquelle le taux de non-réponse est le plus faible (Figure 5.10), ce qui traduit un intérêt des primeurs pour ce type de pratiques.

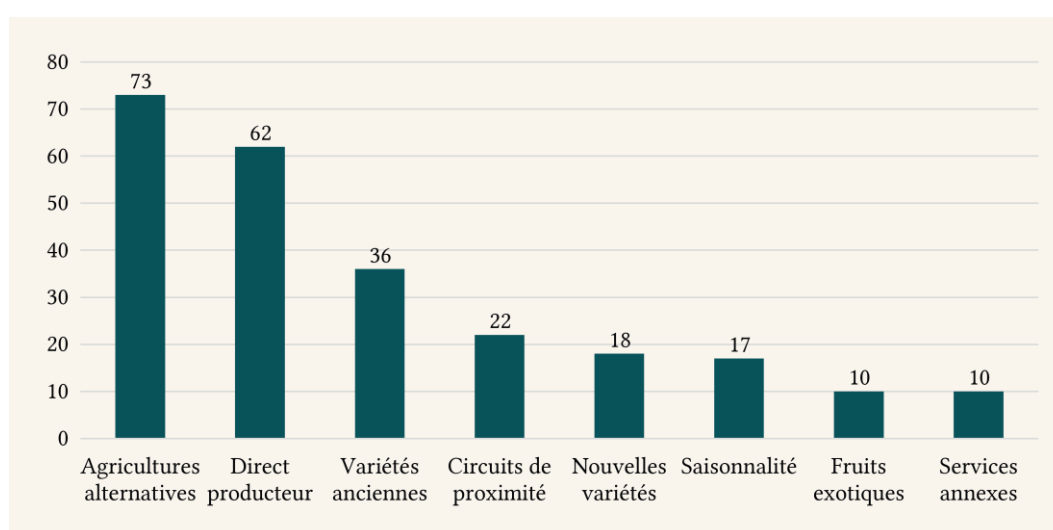


Figure 5.10 – Opinion exprimées par les primeurs conventionnels sur les critères de sélection, Paris, 2020, pourcentage (eff : 90)

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel

53 % des opinions formulées par les primeurs à propos de l'achat en direct des producteurs sont positives. Ils considèrent notamment qu'il est nécessaire de soutenir les agriculteurs qu'ils estiment lésés dans le système alimentaire tel qu'il fonctionne aujourd'hui. Même si cette opinion ne représente que 11 % des réponses, elle reste l'une des plus mobilisées par les commerçants et, surtout, n'a été utilisée comme argument que lorsqu'il a été question de leur rapport aux producteurs. Elle fait apparaître un parallèle réalisé par les primeurs entre leur situation et celle des agriculteurs dans le système alimentaire :

« En fait il y a cette démocratisation de... la grande distribution qui a fait beaucoup de mal aux petits commerçants, qui a tué les centres-villes et qui démographiquement parlant en fait a tué un petit peu les villes moyennes. [...] À l'époque pourquoi [je travaillais chez] Leclerc, c'est parce qu'ils étaient déjà dans la communication avec « Nos régions ont du talent »⁶⁵, aller chercher les produits du terroir... Ce qui était réalisable chez Leclerc, beaucoup moins chez Auchan, parce que comme Carrefour en fait, ils sont plus centralisés au niveau des achats. Ce sont des bureaux d'achat qui [...] achètent au tonnage, ils sanglent les agriculteurs, ils les saignent, ils récupèrent du tonnage et après ils téléphonent au magasin en leur disant "j'ai tant de tonnes de ça, tant de tonnes de ça". Ils font une promotion et après ils dispatchent. »

Entretien avec Vincent, responsable de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

L'opinion favorable formulée par les primeurs conventionnels à l'égard de l'achat en direct des producteurs peut donc être interprétée dans la continuité des critiques qu'ils adressent à la grande distribution et dont ils souhaitent se distinguer. Les principales opinions négatives émises à propos de ce mode d'approvisionnement portaient finalement sur la capacité des primeurs à le mettre en œuvre. Ils sont ainsi 20 % à avoir expliqué que l'achat en direct des producteurs correspondait à un type de circuit d'approvisionnement différent de celui qu'ils adoptaient, les empêchant donc de le déployer pour leur commerce (Tableau 5.4). En l'occurrence, dans la mesure où nous leur avons posé des questions ouvertes, leurs réponses étaient généralement ambiguës : ils considéraient que l'achat en direct des producteurs était une démarche positive, mais qu'il n'était pas de leur ressort de transformer de manière radicale leur façon de se procurer des fruits et légumes pour favoriser ces relations entre producteurs et commerçants de détail.

La posture des primeurs conventionnels, qui associe la réponse à la demande, la recherche d'un bon rapport qualité-prix et l'appui sur une infrastructure au fonctionnement bien rodé, peut paraître évidente au regard de leur rôle d'intermédiaire de la distribution. Pour autant, ces critères d'achats et la façon dont les primeurs mobilisent leurs opinions pour construire leur stratégie d'approvisionnement matérialisent la place qu'ils revendiquent d'occuper dans le système alimentaire. Ils se perçoivent comme des intermédiaires à deux titres. En premier lieu, ils mettent à

⁶⁵ « Nos régions ont du talent » est une marque du distributeur E. Leclerc, qui promeut des aliments produits ou transformés dans des régions françaises.

disposition de leurs clients des produits d'une qualité considérée comme supérieure en termes de goût à celle de la grande distribution. En second lieu, ils sont capables de s'adapter rapidement aux changements dans les attentes du fait de leur capacité à exploiter la diversité des grossistes présents au MIN de Rungis, pour trouver certains produits spécifiques, mais aussi les obtenir au meilleur prix. Cette position est remise en cause par les primeurs alternatifs.

Tableau 5.4 – Opinion des primeurs conventionnels par rapport à l'achat en direct des producteurs, Paris, 2020 (Eff : 56)

Quelle est votre opinion sur l'achat en direct des producteurs ?	Type d'opinion	Nombre	Pourcentage
Des circuits différents donc un enjeu logistique	Négative	17	20
Intérêt pour la démarche	Positive	16	18
Avantage financier d'avoir un seul intermédiaire	Positive	9	11
Nécessité de soutenir les producteurs	Positive	9	11
Méfiance vis-à-vis du modèle	Négative	9	11
Avantage concurrentiel	Positive	6	7
Meilleure qualité	Positive	5	6
Demande de la clientèle	Neutre	3	3
Blocage des grossistes et du MIN de Rungis	Négative	3	3
Incohérence de la demande des clients	Négative	3	3
Ne connaît pas	Neutre	3	3
Qualité variable	Négative	2	2
Intérêt variable selon les saisons	Négative	2	2
Total		87	100

Source : NRPrimParis 2020, réponses recodées / Traitement : Microsoft Excel

5.2.b – Chez les primeurs alternatifs, des critères de sélection qui matérialisent la transition souhaitée

Les primeurs alternatifs ont émis davantage d'avis sur les critères de sélection des produits et les tendances d'évolution de leur secteur d'activité (Figure 5.11).

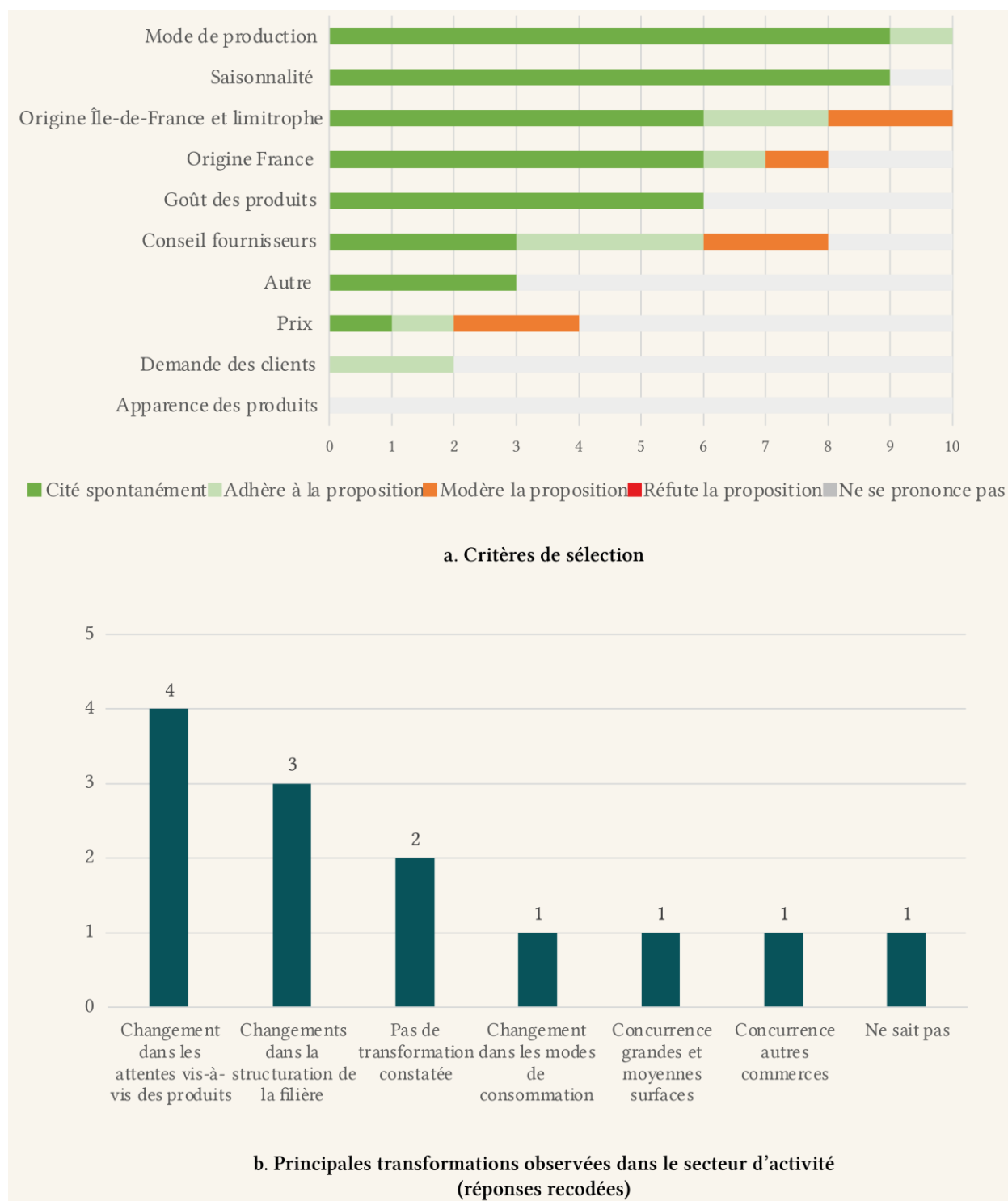


Figure 5.11 – Critères de sélections et principales transformations observées par les primeurs alternatifs, Paris, 2020, nombre (Eff : 10)

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel, Adobe Illustrator

Dans les deux cas, les éléments qu'ils mettent en avant diffèrent des commerçants conventionnels et traduisent des ambitions importantes en matière de transformation du système alimentaire.

Le mode de production, révélateur des attentes vis-à-vis du fonctionnement du système alimentaire

Neuf primeurs alternatifs sur dix ont cité spontanément le mode de production comme critère de sélection des produits. Ce critère a été interprété de deux manières : trois d'entre eux valorisent les produits issus de l'agriculture biologique, tandis que les six restants indiquent sélectionner des fruits et légumes issus d'une agriculture raisonnée. Cette dénomination correspond dans leur discours à des pratiques agricoles limitant l'utilisation d'engrais industriels et de pesticides. Elle est associée à une méfiance vis-à-vis de l'agriculture biologique, similaire dans ses justifications à celle exprimée par les primeurs conventionnels, mais à laquelle s'ajoute le registre de la concurrence déloyale :

« Tanguy : Les flous au niveau de la certification de nos concurrents parfois nous jouent des tours. C'est-à-dire qu'en fait il y a écrit bio, mais c'est pas bio... et donc voilà, si tout le monde faisait les choses bien il y aurait pas besoin, mais on se rend compte que tout le monde ne fait pas forcément les choses bien donc...

Question : oui dans quel sens ?

Tanguy : Bah ça fraude quoi, ça triche. Ça triche ou... ça fait des abus. C'est-à-dire que, moi je vois des boutiques qui écrivent bio, paysan, local machin. Ouais, mais... [...] il y a un ou deux trucs bio, un ou deux trucs locaux, des trucs qui sont ni direct producteur ni local et ils ont écrit paysan comme ça... Je trouve ça un peu... et à la fois tu peux rien leur dire, mais c'est vrai que... bah du coup voilà, à force, on est un peu obligé de se blinder en se reposant aussi sur des choses un peu plus tangibles. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de plusieurs points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Aux yeux de Tanguy, la valorisation de l'agriculture biologique ou des circuits de proximité par les primeurs conventionnels répond à un objectif économique, quand lui y voit une manifestation de ses valeurs. Les modes de production sont aussi associés dans le discours des primeurs alternatifs à des types de relations construites avec les producteurs ou les coopératives agricoles auprès desquels ils s'approvisionnent :

« Sophie : Qu'ils soient bio ou non, j'aime bien challenger [les agriculteurs] de temps en temps "pourquoi tu fais comme ça, pourquoi tu fais pas comme ça ?" c'est là qu'on apprend tellement de choses. Par exemple Nicolas [un maraîcher auprès duquel elle se fournit] m'a dit il y a pas longtemps, "moi je veux bien faire du maraîchage sur sol vivant si tu veux" donc une terre jamais découverte⁶⁶, mais ça prend deux fois plus de surfaces autour de la ferme et j'ai que des pavillons partout". Et du coup je découvre plein de trucs comme ça. [...]

⁶⁶ Le maraîchage sur sol vivant repose sur le non-travail du sol et l'apport en matières organiques.

Question : C'est aussi une manière de mieux connaître leurs pratiques, leurs façons de faire ?

Sophie : Ouais c'est ça parce qu'en fait la grande distribution a été très douée à mettre un écran de fumée entre le monde agricole et les consommateurs. Sauf que ça peut plus rester comme ça. Pour comprendre les enjeux, on peut pas rester dans nos villes et jamais se questionner sur le monde agricole, juger et dire "il faut à tout prix du bio sur tout" sans connaître les situations des uns et des autres. [...] Donc c'était ça aussi le but, je discute beaucoup avec les clients, je raconte ce que disent les producteurs pour qu'on se rende compte des réalités aussi. Et... pour aller sur une transparence parfaite à moyen terme. Parce qu'au-delà du label c'est la transparence qui prévaut.

Question : Oui, de savoir.

Sophie : Oui, c'est trop important ! Parce qu'en vingt ans le label bio par exemple a vachement reculé, on l'a assoupli pour faire plaisir à la grande distribution. »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs et de producteurs.

Comme les primeurs conventionnels, Sophie décrit ses pratiques par rapport à celles exercées par la grande distribution. Cependant, l'opération de distinction menée ici est associée à une volonté de transformer, par son activité, les pratiques dans le système alimentaire vers plus de transparence. La critique qu'elle émet vis-à-vis du label agriculture biologique rejoint celle de Tanguy, élargie ici à l'ensemble de la filière puisque la labellisation entraîne selon elle une dévalorisation des producteurs qui n'adoptent pas ce mode de production. La façon dont elle a construit et fait évoluer son opinion nous renseigne également sur la façon dont les primeurs alternatifs identifient leurs critères de sélection. En effet, Sophie souligne qu'elle a été amenée à revoir certaines de ses idées en nouant des liens avec les producteurs auprès desquels elle se fournissait et que leurs retours ont exercé une influence forte sur ses choix d'approvisionnement. Cette position est propre aux primeurs alternatifs : six sur dix ont indiqué accorder de l'importance aux conseils de leurs fournisseurs, tandis que seuls 10 % des conventionnels ont mentionné ou adhéré à ce critère d'achat. Les producteurs ou les grossistes sont perçus ici comme des pourvoyeurs d'expertise, qui font connaître les contraintes propres à leur métier. La valorisation de ce type de relation permet de mieux comprendre le relatif désintérêt des primeurs alternatifs pour le prix de vente des fruits et légumes, qu'ils ne négocient pas ou très peu :

« Oui c'est les producteurs qui fixent le prix. Ils disent "je veux tel prix", après moi je peux dire "là c'est un peu cher", ou "c'est hors marché, je trouve que c'est carrément en dessous du prix" et là c'est à moi de lui dire des fois, dans les deux sens [...]. Le but c'est que c'est à eux de décider du prix et après on en discute, si un prix est déconnant je leur dis. Et eux après ils peuvent m'expliquer, par exemple si au vu du coût de production c'est pas possible, on en discute pour voir comment on peut faire. »

Entretien avec Franck, responsable d'un point de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Franck propose une définition littérale de son rôle d'intermédiaire : en tant que commerçant, il réalise une médiation entre l'offre et la demande en fruits et légumes, car il connaît les pratiques des producteurs et de ses clients. Les premiers lui fournissent à travers le prix une information sur leurs contraintes, tandis que lui leur apporte une connaissance de l'état du marché à Paris. Cette démarche est différente de celle adoptée par les primeurs conventionnels, dont on a vu qu'ils cherchaient avant tout à satisfaire la demande des clients, notamment en ayant une attention particulière au prix proposé par les grossistes. La spécificité du rapport au prix dans cette configuration réside dans la possibilité, pour les primeurs alternatifs, de les orienter à la hausse.

Entre primeurs locaux et primeurs terroirs, des contributions différenciées à la transition socio-écologique du système alimentaire

La saisonnalité et le périmètre d'approvisionnement ont également été largement cités spontanément par les primeurs alternatifs. Ces deux critères sont interdépendants, dans la mesure où le choix des primeurs de s'approvisionner en Europe, en France ou dans des régions autour de Paris influence mécaniquement le caractère plus ou moins contraignant de la saisonnalité. De ce point de vue, si tous les primeurs alternatifs revendiquent de développer des circuits locaux, les contours de cette localité sont diversement définis. Neuf sur seize – que nous appellerons primeurs locaux – ont pour périmètre l'Île-de-France et ses régions limitrophes, notamment les Hauts-de-France⁶⁷ et valorisent dans leur discours les contraintes induites par ce territoire restreint d'approvisionnement :

« [...] On vend des produits de saison, donc il y a un vrai bonheur à voir arriver les premières cerises, les premières fraises, les premières tomates. Il y a un engouement assez incroyable ! De la part des vendeurs, mais aussi des clients ! Il y a un truc assez dingue, "c'est dans deux jours ! c'est demain, ça y est, elles sont là !", on l'écrit en gros sur la vitrine, on vend tout en une heure. La saison c'est très dynamisant, alors que si on vend de l'épicerie, on peut vendre toute l'année la même chose à peu près. [...] Évidemment l'hiver est un peu plus difficile... mais bon les courges il y a des choses très sympas à faire aussi, on trouve plein de choses à faire et c'est ça aussi qu'on explique à nos clients, même l'hiver en Île-de-France eh bah on mange en fait ! [...] Ce n'est pas triste dans nos boutiques, on a beaucoup de clients aussi l'hiver. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Il y a donc une forte articulation entre le choix du périmètre d'approvisionnement et l'importance accordée à la saisonnalité, qui se manifeste aussi dans la communication auprès des clients et la mise en scène commerciale. Comme l'indique Franck, responsable d'un point de vente, « c'est aussi de dire qu'on peut avoir des choses près de chez nous qui sont bien, pas besoin d'aller à

⁶⁷ Plus particulièrement, ces primeurs ont fait référence dans les questionnaires et entretiens à la Picardie, qui forme depuis le 1^{er} janvier 2016 la région Hauts-de-France suite à sa fusion avec le Nord-Pas-de-Calais dans le cadre de la réforme territoriale de 2015.

l'autre bout de la France ou du monde pour en trouver [...]. C'est une curiosité qui est ouverte parce qu'on a cette contrainte » (entretien avec Franck). Au quotidien, ce lien entre saisonnalité et périmètre d'approvisionnement se retrouve aussi dans un autre critère mis en avant par ce profil de primeur, la fraîcheur des produits. En effet, en proposant à la vente des fruits et légumes cultivés en Île-de-France ou dans une région limitrophe, les primeurs peuvent mettre en place des circuits dans lesquels ils ont été cueillis le matin ou la veille. Si la qualité gustative des produits en tant que tels est moins mise en avant que chez primeurs conventionnels, la fraîcheur est en revanche décrite comme un facteur de goût très important pour les commerçants qui développent des circuits de proximité géographique :

« Et bien sûr il y a la question de la fraîcheur, moi je n'avais pas conscience à quel point la fraîcheur, ça change tout. En termes de goûts, là on a des fraises qui sont cueillies la veille et distribuées le lendemain. Moi quand j'ai goûté ces fraises-là, en fait je me suis dit que j'avais jamais goûté de fraises de ma vie, c'est juste hallucinant. Et ça on ne peut le trouver que sur des circuits très courts où les produits sont très frais et nous on travaille à flux tendu, d'où l'enjeu pour nos maraîchers qui est de se dire qu'il faut réduire le temps entre la cueillette et le moment où ça arrive dans l'assiette. [...] donc voilà si [la philosophie du maraîcher] c'est le goût, la fraîcheur, alors son organisation, la façon de produire et de vendre ne seront pas les mêmes. »

Entretien avec Pauline, exploitante de neufs points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Dans ses choix d'approvisionnement, Pauline combine plusieurs critères, en convoquant à la fois l'expertise des producteurs, les propriétés valorisées dans les fruits et légumes – le goût, la fraîcheur – et l'organisation logistique qui en découle – un circuit à flux tendu. Ces paramètres permettent de saisir dans les grandes lignes de quelle manière elle entend infléchir le fonctionnement du système alimentaire. Les commerçants qui ne correspondent pas au profil des primeurs locaux envisagent l'approvisionnement local comme une manière de valoriser des patrimoines maraîchers, dans lesquels « le milieu, les produits, les hommes, leurs institutions, leurs savoir-faire, leurs comportements alimentaires, leurs réseaux de relations se combinent dans un territoire pour produire une forme d'organisation agroalimentaire à une échelle spatiale donnée » (Muchnik, de Sainte Marie, 2010, p. 13; cf. chapitre 2). Ils utilisent le terme de terroir pour décrire ce qu'ils recherchent dans leur approvisionnement, pour cette raison nous les appelons primeurs terroirs :

« On va déjà aller chercher le terroir, donc c'est pour ça qu'on travaille pas mal avec la Provence en été, parce que bon si tu veux du melon tu vas pas le trouver à Lille quoi. Et à l'inverse, on travaille avec chaque terroir qui donne pendant les saisons, donc tu vois l'Île-de-France on bosse pas mal avec eux, d'avril à septembre on bosse sur les salades, les poireaux. [...] On est dans la logique où quand t'arrives, que tu croques dans quelque chose et qu'il a la saveur qu'il est censé avoir, ça veut dire que le terroir il était adéquat et que la terre était saine, qu'elle va donner tout ce qu'il faut pour un produit. »

Entretien avec Cédric, responsable de treize points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Si l'approvisionnement en Île-de-France est valorisé par Cédric, la territorialisation de son activité est envisagée sous l'angle de la valorisation d'un terroir, dont les propriétés sont mises en lumière à certaines saisons plutôt que d'autres. C'est selon cette logique que l'on peut comprendre l'élargissement du périmètre d'approvisionnement et le recours plus ou moins important à certaines régions selon les périodes de l'année. Ces différences de territorialisation entre ceux que nous appelons des primeurs locaux – qui privilégient l'approvisionnement en Île-de-France ou dans les régions limitrophes – et les primeurs terroirs – qui valorisent des patrimoines maraîchers – donnent lieu à des structurations différentes des circuits d'approvisionnement, qui influence leur territorialisation (cf. chapitre 6). Elles ont en revanche en commun d'être porteuses d'une promesse de différence, pour reprendre la notion proposée par Ronan le Velly et qui permet de qualifier des initiatives « source de transition dans les systèmes alimentaires » (Le Velly, 2017b, p. 153).

L'approvisionnement, principal canal d'expression d'une promesse de différence

Les critères principalement mis en avant par les primeurs alternatifs traduisent les valeurs qu'ils souhaitent véhiculer à travers leur activité, mais aussi une définition particulière de leur rôle en tant qu'intermédiaires. Contrairement aux primeurs conventionnels qui appréhendent leur fonction comme un service aux consommateurs, articulé autour d'un bon rapport qualité-prix et de la mise à disposition d'une grande diversité de produits, les primeurs alternatifs se présentent plutôt comme des médiateurs entre producteurs et consommateurs, chargés de communiquer de manière équilibrée sur les contraintes rencontrées par chaque partie prenante. La façon dont ils justifient les critères de sélection des fruits et légumes les inscrit pleinement dans une perspective de transformation du système alimentaire. Elle se manifeste également par le regard porté sur les primeurs conventionnels, par rapport auxquels ils cherchent à prendre de la distance. Les commerçants s'approvisionnant auprès de grossistes au MIN de Rungis ne sont d'ailleurs pas forcément considérés comme des professionnels exerçant le même métier :

« Janice : Je pense que de toute façon notre façon de travailler elle est très spécifique et je comprends que ça ne puisse pas être le cas de tout le monde et que même si peut-être que ça va tendre à changer, ça va être très long. [...] »

Question : oui en fait ce n'est quasiment pas le même métier j'ai l'impression

Janice : Non c'est pas le même métier exactement. C'est-à-dire que... nous on travaille avec les mêmes personnes toute l'année, eux [les primeurs qui s'approvisionnent au MIN de Rungis] c'est pas le cas. Encore que... je ne sais pas ! Franchement je ne sais pas comment ils travaillent, je n'ai pas trop le temps de m'y intéresser, ce n'est pas trop mon sujet. Après c'est vrai que parfois on est amenés à en parler parce que les gens dans les boutiques nous disent "oui c'est moins cher là-bas !". Oui parce qu'on ne fonctionne pas du tout pareil et je pense qu'au bout du bout nos maraîchers sont forcément mieux rémunérés que ceux-là. C'est obligé. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Nous avons vu dans le chapitre 4 que les primeurs alternatifs cherchent à ouvrir leurs points de vente à proximité de ceux conventionnels. La prise de distance de Janice pourrait paraître paradoxale de ce point de vue, mais le fait de ne pas considérer les primeurs conventionnels comme exerçant le même métier est en réalité une manière pour elle de signifier le rôle central que joue la promesse de différence dans le développement de son activité. Elle n'est ainsi pas en concurrence avec les primeurs conventionnels dans la mesure où sa mission réside moins dans la vente de fruits et légumes que dans la proposition de nouveaux circuits d'approvisionnement qui transforment autant les pratiques de consommation que celles de production. Au-delà des fournisseurs auxquels ils ont recours, c'est aussi de ce point de vue que l'on peut considérer ces primeurs comme alternatifs.

Conclusion du chapitre 5

Pour distinguer les stratégies d'approvisionnement des primeurs, nous avons pris comme point de départ le type de fournisseurs auquel ils avaient recours pour se procurer les fruits et légumes qu'ils commercialisent. Le tableau 5.5 synthétise les critères qu'ils mobilisent et la façon dont ils les appréhendent. Les choix opérés sur ces différents points renvoient à des parcours, des rationalités d'action et des rapports au système alimentaire qui invitent à distinguer les primeurs conventionnels et les primeurs alternatifs. Les premiers le sont dans la mesure où leur action s'inscrit dans la continuité du mode de fonctionnement de la filière fruits et légumes tel qu'il se déploie depuis la seconde moitié du XXe siècle et l'installation du MIN de Rungis. Le parcours des primeurs qui s'y rattachent, marqué par des logiques de transmission, contribue au développement de critères de sélection qui, s'ils sont loin d'être figés, restent conditionnés par leur capacité à être mis en œuvre dans le cadre de pratiques fortement ancrées. En revanche, la façon et les raisons pour lesquelles les primeurs alternatifs entrent dans le métier illustrent quant à elles des rationalités d'actions articulées autour de la volonté d'aller contre le rôle d'intermédiaire joué par les commerçants indépendants dans le fonctionnement contemporain de la filière fruits et légumes. Ils définissent également en partie leur rapport au système alimentaire en négatif de celui proposé par les primeurs conventionnels, ce qui reflète bien l'idée de l'alternative comme « reproches que les individus et les systèmes qui la portent font au régime qui les domine » (Bognon *et al.*, 2018, cf. 2.1.b).

Cette caractérisation n'est cependant pas suffisante pour comprendre dans quelle mesure les primeurs contribuent à la transition socio-écologique du système alimentaire. D'une part, l'examen des critères de sélection des fruits et légumes met au jour des proximités dans les logiques d'achat des primeurs conventionnels et alternatifs – à travers la mise en avant de certains modes de production, ou une valorisation plus ou moins importante des producteurs. D'autre part, il existe des différences de définition importantes, chez les primeurs, de la forme que doit prendre une transition du système alimentaire. Pour mieux délimiter les modes d'exercices conventionnels et alternatifs du métier, il est donc indispensable d'étudier la façon dont ils définissent leur rôle en tant qu'intermédiaire, qui se matérialise dans leurs pratiques d'approvisionnement.

Tableau 5.5 – Synthèse des critères d’achat des primeurs conventionnels et alternatifs

Critères d’achats	Primeurs conventionnels	Primeurs alternatifs	
		Primeurs terroirs	Primeurs locaux
Goût	Facteur de distinction	Conséquence du patrimoine maraîcher	Conséquence de la fraîcheur
Diversité	Facteur de distinction	Modulée par la saison	
Prix d’achat au fournisseur	Facteur d’arbitrage et de définition de gamme	Non négocié - Facteur de construction d’une relation de confiance avec le producteur	
Demande des clients	Moteur des choix d’approvisionnement	Facteur non déterminant dans les choix d’approvisionnement	
Mode de production	Mode de réponse aux évolutions des modes de consommation	Facteur de valorisation des pratiques et contraintes agricoles, à travers la mise en avant de l’agriculture raisonnée	
Saisonnalité	Facteur d’adaptation des périmètres d’approvisionnement	Rythme de définition des lieux de production valorisés dans l’approvisionnement	Vectrice d’une contrainte valorisée dans le discours et les pratiques commerciales
Origine France	Principal périmètre d’approvisionnement		Périmètre jugé trop large
Origine Île-de-France et régions limitrophes	Périmètre marginal et saisonnier d’approvisionnement		Principal périmètre d’approvisionnement
Conseil des fournisseurs	Peu mobilisé et valorisé	Élément central dans la définition de la stratégie d’approvisionnement – Outil de communication auprès des clients	

Source : NRPrimParis 2020

Chapitre 6. L'approvisionnement en pratiques : circuits et parties prenantes

Jusqu'à présent, nous avons distingué les primeurs conventionnels et alternatifs en fonction du sens qu'ils donnaient à leur activité, saisi à travers les critères de sélection des fruits et légumes et les discours mobilisés pour les justifier. Ce chapitre étudie les pratiques d'approvisionnement associées aux différentes postures adoptées par les primeurs. Il s'agit en premier lieu de comprendre comment elles se matérialisent, notamment en analysant quelles relations aux territoires naissent de leur rapport au système alimentaire et de la place qu'ils s'attribuent au sein de ce dernier. En outre, la mise en œuvre d'une stratégie d'approvisionnement peut aussi se heurter à des obstacles ou au contraire offrir des opportunités que les commerçants n'anticipaient pas. Confronter les discours et les pratiques permet, de ce point de vue, de mieux comprendre les différents circuits qui prennent forme à Paris. Enfin, le rapport au système alimentaire est aussi un rapport aux acteurs qui participent à son fonctionnement. Étudier l'approvisionnement en pratique permet de mieux comprendre les logiques d'interactions avec les fournisseurs, qu'il s'agisse de grossistes ou de producteurs.

L'importance de la transmission observée chez les primeurs conventionnels se manifeste dans leurs pratiques d'approvisionnement par le type de relations construites au cours du temps avec les grossistes auxquels ils achètent les fruits et légumes. C'est aussi la grande souplesse du fonctionnement du MIN de Rungis qui leur permet d'insister sur leur capacité à diversifier leur offre (6.1). Chez les primeurs alternatifs, les circuits construits sont structurés autour de la définition qu'ils retiennent d'un mode d'approvisionnement plus vertueux (6.2). Cependant, entre ces deux polarités, il existe des commerçants dont les pratiques correspondent à des formes d'hybridation. D'un côté, certains d'entre eux utilisent l'infrastructure du MIN pour proposer des trajectoires de transition qui contournent son fonctionnement habituel. Leurs stratégies sont décrites dans le premier sous-chapitre. De l'autre, une partie des primeurs qui revendiquent de participer à une transformation radicale du système alimentaire se repose malgré tout sur certains acteurs ou services emblématiques du modèle conventionnel (second sous-chapitre). Il existe donc plusieurs trajectoires d'hybridation, qui ne revêtent pas la même signification pour les commerçants qui en sont à l'origine. Elles ne renvoient pas non plus aux mêmes trajectoires et réseaux professionnels. La confrontation des différentes pratiques d'approvisionnement permet de proposer quatre modèles de répartition des tâches d'approvisionnement entre les différentes parties prenantes du système alimentaire. La figure 6.5, qui clôt le chapitre, est un outil de synthèse et de comparaison de ces modèles.

6.1 – Les primeurs conventionnels, acteurs centraux de la filière fruits et légumes

Le système alimentaire conventionnel repose sur des circuits d’approvisionnement fortement intermédiés. Cela se traduit, dans le cas des primeurs, par un recours en majorité à des grossistes spécialisés dans les fruits et légumes, rassemblés au MIN de Rungis (6.1.a). Ce dernier est régi par des normes précises, mais largement informelles, ce qui renforce l’importance de la continuité et de la transmission déjà observées dans le parcours des primeurs conventionnels (6.1.b). Paradoxalement, c’est en s’appuyant sur les ressources acquises grâce à cet ancrage que certains d’entre eux contournent le fonctionnement du MIN pour développer des circuits d’approvisionnement hybrides (6.1.c).

6.1.a – Un approvisionnement centré sur le MIN de Rungis

L’approvisionnement est une fonction stratégique chez les primeurs. Dans la grande majorité des cas, l’exploitant ou l’acheteur qui en a la charge se rend personnellement au MIN de Rungis pour réaliser les achats. Il n’a pas recours aux services de grossistes à services complets, c’est-à-dire à des entreprises qui préparent et livrent les produits dans les points de vente (Figure 6.5.a, p. 244). En outre, les marchandises sont achetées en flux tendus, puisque 42 % des primeurs qui fréquentent personnellement le MIN de Rungis s’y rendent quatre à cinq fois par semaine (Figure 6.1). Cette pratique n’est pas liée à l’absence d’espace de stockage en magasin, puisque tous les commerçants conventionnels interrogés disposent d’une chambre froide.

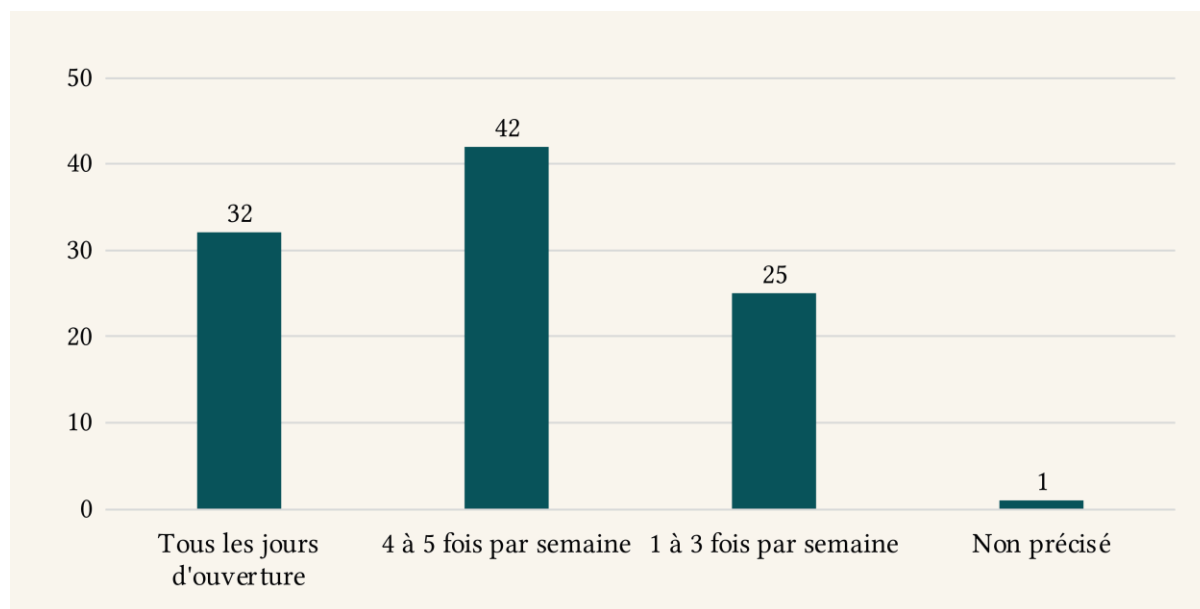


Figure 6.1 – Fréquence de visite du MIN de Rungis par les primeurs conventionnels s’y rendant personnellement, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 62)

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel

Ils sont également 96 % à s'approvisionner auprès de plusieurs grossistes. Il n'a cependant pas été possible de définir un nombre moyen de fournisseurs, pour plusieurs raisons : en premier lieu, certaines des personnes interrogées, notamment les salariés, ne se rendaient pas personnellement au MIN de Rungis et ne savaient pas précisément le nombre de grossistes auprès desquels étaient réalisés les achats. Dans d'autres cas, cette information était considérée comme confidentielle par les commerçants. Enfin, une partie des primeurs qui se rendaient au MIN pour réaliser leurs achats, n'avaient pas idée du nombre de grossistes rencontrés dans la mesure où ils raisonnaient plutôt en termes de pavillons fréquentés (encadré 6.1). Les primeurs et les grossistes présentaient ces derniers selon une hiérarchie croissante de gamme – le plus bas de gamme étant le pavillon A, le plus haut de gamme le E – sans que ce classement soit le fruit d'une définition officielle :

« [Dans les pavillons] on a une complémentarité d'entreprises du même niveau. Dans le nôtre on est trois entreprises relativement grosses, dynamiques, et d'un niveau relativement élevé. Et donc on a un cœur de clients qui tourne parce que s'il ne trouve pas chez l'un il trouvera chez l'autre, il n'est pas obligé de passer dans un autre bâtiment. Donc il trouve cette complémentarité, c'est ce que je vous dis, complémentarité et concurrence. [...] C'est une praticité, un niveau de prix et de qualité qui sont homogènes ».

Entretien avec un représentant de l'UNCGFL, 2019.

Ce discours gagnerait à être corroboré par des relevés détaillés des niveaux de prix pratiqués par les grossistes, d'autant qu'une analyse croisée des paniers moyens déclarés par les primeurs et des pavillons fréquentés n'a pas mis au jour une corrélation nette entre ces deux paramètres. En revanche, certains pavillons sont effectivement visités quasi exclusivement en complément d'autres, ce qui permet d'identifier des schémas récurrents dans les pratiques. 31 % des 47 primeurs qui ont accepté de détailler leur fréquentation des pavillons se rendent dans trois à six d'entre eux pour s'approvisionner, tandis que 26 % des primeurs concentrent leurs achats dans deux pavillons. Dans ces situations, la fréquentation du pavillon D est importante, ce qui contribue à en faire le pavillon le plus fréquenté dans le secteur des fruits et légumes. Si les primeurs s'approvisionnent auprès de plusieurs grossistes, cela ne signifie pas pour autant qu'ils ne sont pas fidèles aux entreprises qu'ils sollicitent. En effet, 66 % d'entre eux ont indiqué ne pas changer régulièrement de fournisseurs (Figure 6.2), justifiant cette continuité par une satisfaction vis-à-vis de l'offre proposée, mais également par l'importance qu'ils accordaient à la confiance construite au cours du temps. Cette fidélité se manifeste pour le secteur des fruits et légumes du MIN de Rungis dans son ensemble puisque 68 % des primeurs interrogés ne se rendent jamais en dehors du MIN pour s'approvisionner. Lorsque c'est le cas, il s'agit en majorité de se procurer des produits d'épicerie générale pour compléter l'offre à la marge.

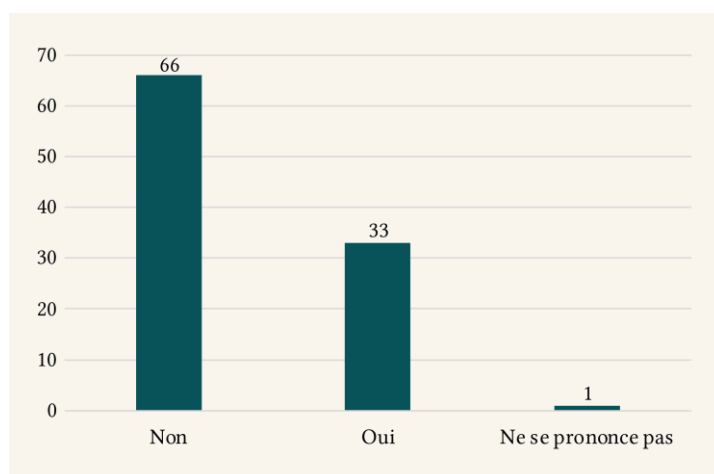


Figure 6.2 – Réponses à la question « Changez-vous régulièrement de grossistes ? » par les primeurs conventionnels, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 90)

Source : NRPRimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel

La fréquentation du secteur des fruits et légumes du MIN de Rungis est donc marquée par des routines importantes en même temps que par une variabilité des pratiques d'achat des primeurs. Elle leur permet aussi de modifier, à la marge, le type de fournisseur sollicité. Le carreau des producteurs, inauguré en 2004, accueille ainsi une cinquantaine d'agriculteurs qui commercialisent leurs produits et assurent la gestion du bâtiment par le biais de l'Association interdépartementale des producteurs de fruits et légumes d'Île-de-France. Une partie d'entre eux vendent à l'année au MIN, tandis que d'autres, dits volants, ne sont présents que de manière saisonnière. Ce carreau permet aux primeurs de développer une offre en direct des producteurs, tout en maintenant leur organisation classique d'approvisionnement. Ils sont ainsi 60 % à s'y rendre, à une fréquence plus ou moins forte : toute l'année pour 39 % d'entre eux, seulement en été ou au printemps, quand l'offre est plus importante et plus diversifiée, pour un même pourcentage. Il s'agit malgré tout d'une offre marginale, puisque 91 % des personnes interrogées indiquent que ces achats sont complémentaires de ceux réalisés chez les grossistes du MIN. La fréquentation du carreau des producteurs est donc en phase avec l'opinion formulée par les primeurs à propos de l'achat en direct des producteurs, dans la mesure où elle est conditionnée au maintien de pratiques d'approvisionnement conventionnelles auprès de grossistes (cf. chapitre 5).

Encadré 6.1 - L'organisation spatiale et administrative du MIN de Rungis

D'une superficie de 234 hectares, le MIN de Rungis est organisé en six secteurs. Cinq sont consacrés à des types de produits : fruits et légumes, produits carnés, produits de la mer et d'eau douce, produits laitiers et gastronomie, horticulture et décoration (Figure 6.3). Le sixième secteur est occupé par des bureaux, des entrepôts et des services logistiques. À l'exception de ce dernier, chaque secteur est divisé en pavillons – parfois appelés bâtiments – qui accueillent l'activité des grossistes. Chacun d'entre eux dispose d'un stand équipé d'un quai de déballage des produits, d'un espace de stockage adjacent et d'un espace dédié à l'exposition des produits, dans le hall du pavillon. Des boîtes permettent de procéder à la vente ainsi qu'à la réception téléphonique et électronique des commandes. Les pavillons disposent également d'un étage dans lequel sont situés des bureaux dédiés aux activités administratives (Figure 6.4). Dans cette organisation, le Pavillon Bio fait figure d'exception. Inauguré en 2015, ce bâtiment est généraliste : parmi les sept grossistes qui y travaillent, deux sont spécialisés dans les fruits et légumes (cf. 6.1.c).

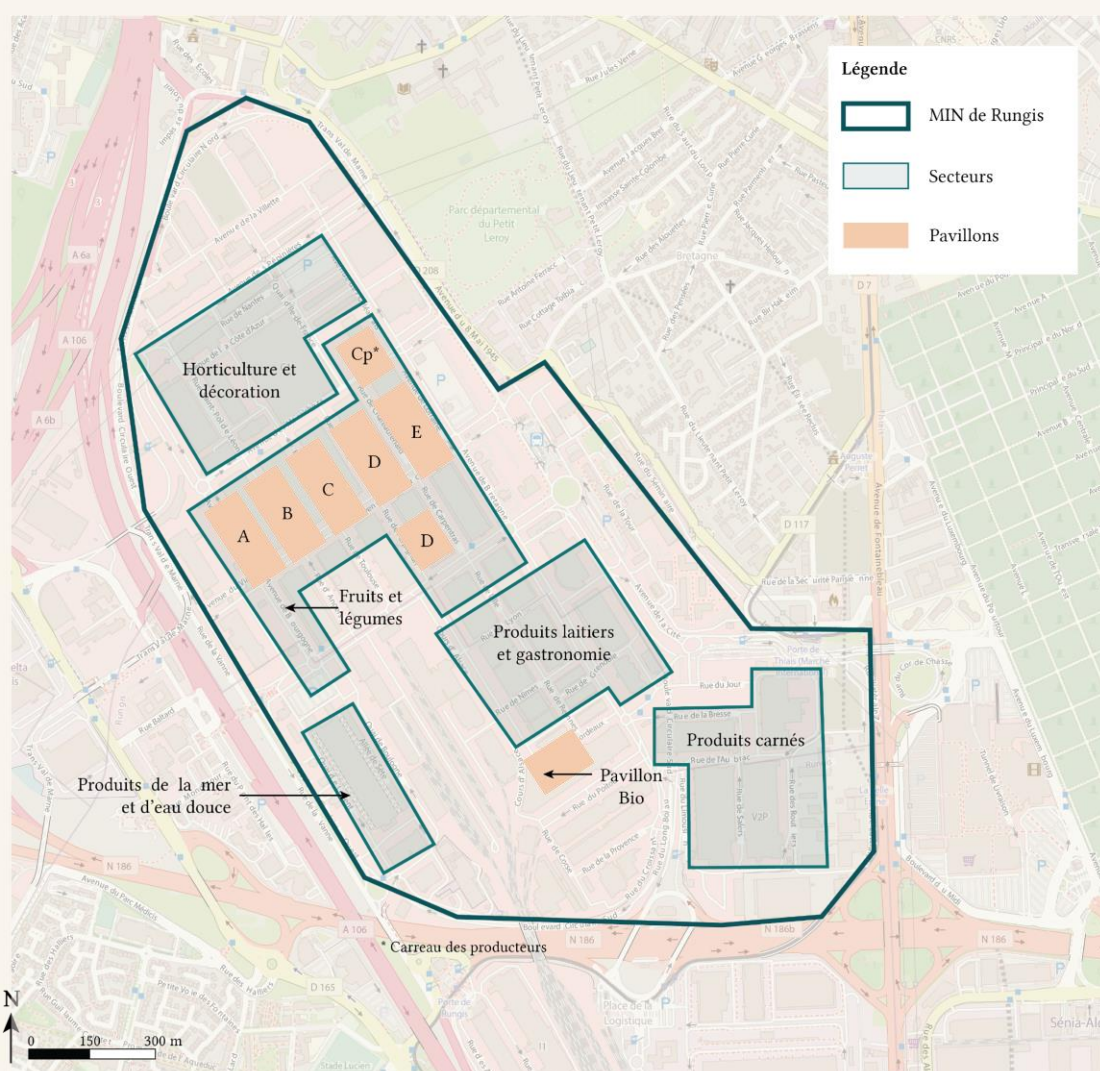


Figure 6.3 - Schéma de localisation des secteurs et pavillons, 2020, MIN de Rungis
Source : NRPrimParis 2020, openstreetmap / Traitement : Adobe Illustrator

Chaque secteur est supervisé par un directeur de pôle, salarié de la Semmaris, qui a pour mission de veiller au respect du règlement intérieur du secteur, qui porte sur les conditions d'accès et d'achat au marché ainsi que la définition des zones et période de dépôts, de circulation ou de vente des marchandises (Semmaris, 2020). Lors de notre visite du secteur des fruits et légumes avec le directeur du pôle, l'un des principaux sujets de préoccupation concernait par exemple le respect des horaires, les grossistes et les primeurs entamant des transactions avant l'heure officielle d'ouverture.



a - Les fruits et légumes sont déchargés sur des quais depuis les camions de livraison



b - Le quai (à l'arrière plan) débouche sur un espace dédié au stockage de la marchandise, qui comprend aussi une cabine pour la vente et la prise de commande



c - L'avant des stands est consacré à l'exposition des fruits et légumes, dans des colis. Des vendeurs sont présents pour présenter les produits et prendre les commandes. Les transactions ont lieu dans la cabine (au fond à gauche de la photo)



d - Une large place est laissée à la circulation, pour permettre des manoeuvres en transpalette.

Figure 6.4 - Structuration des pavillons fruits et légumes, 2020, MIN de Rungis
Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Adobe Illustrator

6.1.b – Un approvisionnement entre fidélité et mise en concurrence

Dans le prolongement du mode d'entrée des primeurs conventionnel dans le métier, la sélection des fournisseurs est fortement liée aux réseaux auxquels ils appartiennent et s'inscrit donc généralement dans la continuité des pratiques adoptées par leurs prédécesseurs :

« Coralie : On se serait pas lancé à l'aveugle ! On a eu un mentor on va dire, qui nous a guidés pendant deux ans, nous a montré Rungis, comment ça marchait. [...] il était primeur aussi et comme [sa boutique] est pas à côté [de la nôtre], il y a pas de concurrence directe, du coup il n'y avait pas de problème à ce qu'il nous montre.

Question : Et c'est comme ça que vous avez découvert Rungis du coup ?

Coralie : Voilà ! Bon on savait qu'il fallait aller à Rungis, mais vous voyez, quand on arrive c'est un peu difficile ! Si on a quelqu'un qui connaît déjà le marché pour nous aider, c'est plus facile pour s'intégrer. »

Entretien avec Coralie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés.

Pour Coralie, le recours aux grossistes du MIN de Rungis au moment de lancer son entreprise a été une évidence, mais elle a rencontré des difficultés à identifier des fournisseurs et à se faire reconnaître comme une acheteuse légitime par ces derniers. C'est grâce à son mentor qui lui a appris « comment ça marchait » qu'elle a pu s'intégrer en apprenant les codes d'interactions avec les grossistes. C'est d'ailleurs en partie leur grande diversité qui a rendu nécessaire ce recours à un mentor :

« Coralie : Sur le fonctionnement [d'un commerce] on va dire que j'ai quand même pas mal de... je veux dire, mes parents ils avaient eux-mêmes un petit commerce, donc je savais comment ça fonctionnait.

Question : C'est plus sur l'approvisionnement que vous vous êtes formés au fur et à mesure ?

Coralie : Oui voilà, on savait comment ça marchait, on avait vu quand même ! Mais je veux dire, c'est bien d'avoir quelqu'un, intermédiaire, qui connaît déjà.

Question : Et vous avez eu des choses qui vous ont surpris dans l'approvisionnement, ou des difficultés auxquelles vous ne vous attendiez pas ?

Coralie : Des surprises non. Mais c'est vrai qu'à Rungis, le nombre de bâtiments qui vendaient des fruits et légumes c'était énorme, j'étais très surprise qu'il y ait... deux bâtiments qui vendent que des fraises ! faire le choix des fraises bah c'est compliqué (rires)

Question : Et justement avec cette offre pléthorique, est-ce qu'au fil des années vous avez fait évoluer votre offre ? Enfin vous avez changé vos partenaires grossistes ou finalement pas tant que ça ?

Coralie : bah... non finalement pas tant que ça, le mentor du coup nous a présenté les siens, [...] on a suivi le chemin »

Entretien avec Coralie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés.

Les parents de Coralie étaient agriculteurs en Chine et ont émigré en France en 1980. Son père a été embauché dans un restaurant où il a été cuisinier, d'où la connaissance par sa fille du secteur du commerce et plus particulièrement de la restauration, même si elle a travaillé dans le secteur tertiaire avant de devenir primeur. Si elle a pu se reposer sur ce parcours pour construire une stratégie commerciale, il ne lui a pas donné de compétence et de réseau adaptés à l'approvisionnement en fruits et légumes. Le mentor qu'elle évoque est un voisin et le choix de développer une activité de primeur a été présenté par Coralie comme directement lié à l'existence de cette possibilité qu'il lui donnait d'accéder à des interlocuteurs au MIN de Rungis. Certains contre-exemples, comme celui de Yassin, permettent aussi de mettre en lumière l'importance de disposer d'une connaissance préalable du fonctionnement des interactions avec les grossistes. Comme nous l'avons indiqué dans le chapitre 5, l'entrée de Yassin dans le métier de primeur est liée à son appartenance à la diaspora marocaine, qui lui a donné accès à des activités salariées puis d'exploitation dans le secteur du commerce alimentaire généraliste et spécialisé. En revanche, il n'a pas bénéficié d'une présentation du MIN de Rungis et de ses grossistes, ce qui l'a selon lui exposé à des pratiques commerciales malhonnêtes :

« Yassin : On va juste comme ça [au MIN], pour regarder acheter la première fois, on achète tout seul, mais le problème qu'il y a c'est qu'on n'a pas la pratique, on ne regarde pas le poids, on ne regarde pas tout, s'ils ont tout compté, parce qu'il y a beaucoup d'arnaques même à Rungis, même aujourd'hui. [...] J'étais dans l'épicerie, mais là, c'est spécialisé uniquement dans les fruits et légumes. J'ai appris pas mal quand je suis arrivé ici aussi.

Question : Qu'est-ce que vous avez appris ? Sur les fruits et légumes ?

Yassin : Bah déjà comme je vous ai dit de... de vérifier les prix, de vérifier le poids, de vérifier beaucoup de choses. En même temps il ne faut rien perdre, il faut que rien ne se perde, il faut faire très attention.

Question : Et ça celui qui vous a vendu le magasin, il vous a aidé pour faire ça ou vous avez tout appris ?

Yassin : J'ai appris après, on apprend après. Lui il a vendu, quinze jours après il est parti, moi je suis resté avec un ouvrier que j'ai ramené avec moi, voilà. »

Entretien avec Yassin, exploitant d'un point de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés.

S'approvisionner au MIN de Rungis demande donc un investissement important, au regard du réseau professionnel nécessaire pour identifier des grossistes et nouer une relation de confiance avec eux. Les logiques de parrainage permettent ainsi d'une part de faire connaître le fonctionnement du marché de gros aux nouveaux arrivants — notamment les pratiques de négociation —, et d'autre part de capitaliser sur les relations de fidélité construites au cours du temps avec leurs fournisseurs. Solène s'est appuyée sur le réseau de son employeur pour développer le sien : « Je passais avec mon ancien patron qui, lui, était très connu, très respecté, il avait un nom sur le marché de Rungis, donc du coup c'était plus facile... ils étaient obligés aussi de... faire attention. C'était pas évident, mais bon avec moi ça s'est toujours très bien passé » (entretien avec Solène). Elle décrit ici son expérience en tant

qu'acheteuse pour le compte de l'entreprise dans laquelle elle a démarré sa carrière de primeur. Les grossistes avec qui elle a noué des liens durant cette période sont encore, pour une large partie d'entre eux, ses fournisseurs dans les points de vente qu'elle exploite. Pour autant, la confiance n'exclut pas le contrôle :

« Question : Aujourd'hui est-ce que vous travaillez avec les mêmes grossistes ?

Solène : En général oui pratiquement. Bon il y a toujours parfois des nouveaux ou d'autres qu'on a laissés, bon il y a une évolution quand même, en trente ans... mais *grosso modo* on a plus de 50 % de toujours les mêmes maisons.

Question : Parce que justement il y a cette fidélité qui s'est construite ?

Solène : Il y a cette fidélité et puis bon à partir d'un moment si vous avez de bons mandataires, qui sont sérieux c'est... voilà. Et puis justement il y a toujours cette fidélité qui fait qu'ils nous connaissent depuis tant de temps, nous on les connaît, on sait comment ils travaillent, voilà. Donc on a moins de... de problème. Parce que Rungis c'est un marché... comment dire... c'est des loups ! Voilà il faut être... [...]

Question : Il faut être attentif ?

Solène : Oui oui. Très attentif. Même si on est habitué chez quelqu'un, il faut toujours être attentif parce qu'à un moment donné, il va s'habituer, parce que si vous allez toujours chez le même au bout d'un moment bon il va vous compter toujours le même prix alors que vous vous apercevez que ça vaut moins. Alors il faut être très... il faut rester attentif quand même. »

Entretien avec Solène, exploitante de trois boutiques, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés.

La fidélité mise en avant par Solène et par une majorité de primeurs conventionnels est donc ambigüe. Elle fonde sa confiance dans les grossistes, notamment pour ce qui concerne la qualité des produits – « on sait comment ils travaillent » – et la stabilité des relations commerciales – « on a moins de problèmes ». Néanmoins, en justifiant les avantages que confère selon elle la fidélité à quelques grossistes, Solène met aussi en avant ses limites. Recourir à plusieurs grossistes est une manière de se prémunir du risque d'abus de confiance et de comparer les prix pratiqués par rapport à ceux du reste du marché. La diversité de fournisseurs sollicités ne s'explique donc finalement pas par leur potentielle spécialisation dans certains types de fruits et légumes. Les primeurs mettent d'ailleurs plutôt en avant la diversification croissante de l'offre des grossistes au cours du temps, qui est cohérente avec le processus de concentration d'entreprises observé de manière générale sur le marché des négociants en fruits et légumes (Rachet Jacquet, Neri, 2020). Le recours à différents grossistes renvoie à une logique de mise en concurrence par les primeurs, qui est prise en compte et valorisée par leurs fournisseurs :

« [En tant que grossistes] nous faisons une première sélection, il y a éventuellement une variété qu'on ne fait pas, une région qu'on ne fait pas parce que notre positionnement qualitatif n'est pas à ce niveau-là. Mais le détaillant vient parce qu'il trouve chez plusieurs

grossistes une offre plus complète [...]. C'est important cette notion-là. Sur un lieu donné, on fait goûter, on offre, on regarde, la personne va à côté et elle goûte aussi. Et donc la véritable valeur se fait sur un marché comme le nôtre parce que, justement, il y a la rencontre physique de tous les flux »

Entretien avec un représentant de l'UNCGFL, 2019.

La présence physique des primeurs et des grossistes, qui est une caractéristique de la vente de gré à gré, constitue donc un élément central dans le mode de régulation du marché des fruits et légumes. Antoine Bernard de Raymond (2013) a mis en lumière ce mode de fonctionnement en prenant comme point d'observation les pratiques des grossistes spécialisés, pour lesquels l'évaluation de la qualité des fruits et légumes est rendue incertaine par la périssabilité de ces produits. Il décrit ainsi les différentes étapes de définition de la qualité des produits lors de la vente de gré à gré :

«La recherche intensive d'information engage des formes très variées d'expertises qui visent à aboutir à une définition de la qualité du produit, à le qualifier. D'abord, ce type de recherche d'information prend place à l'intérieur d'un réseau de partenaires économiques qui ont procédé de manière répétée à des échanges, qui se font confiance. Cette confiance est la première et peut-être principale source d'information sur le marché. Le processus de qualification du produit met donc d'abord en relation des personnes. Puis il est guidé par des repères conventionnels (normes de commercialisation, labels ou AOC) qui décrivent les produits. Ensuite vient "l'épreuve du réseau traversé par l'objet", grâce à laquelle il est possible de "le rapporter à un collectif et retracer sa genèse" [...]. Enfin, peut éventuellement avoir lieu "l'épreuve sur la physique de l'objet", qui ne porte pas forcément sur des caractéristiques visibles (qui sont souvent trompeuses), et qui, en situation d'incertitude, constitue un ressort non négligeable de la recherche d'informations. La négociation apparaît donc à la fois comme le complément et le contrepoint du réseau, sa mise à l'épreuve» (Bernard de Raymond, 2013, p. 47).

La relation aux grossistes décrites par les primeurs rejoint ce processus. En premier lieu, des mentors – connaissances issues du réseau personnel ou professionnel – facilitent la rencontre et la création d'un lien de confiance entre exploitants et grossistes, pour lequel « tant que ça marche bien, je n'aime pas trop changer, il n'y a pas de raison de le faire » (Entretien avec Coralie). Les commerçants interrogés ont peu insisté sur l'utilisation de repères conventionnels tels que les labels, voire ont exprimé de la méfiance par rapport à ces derniers si l'on considère le cas des produits issus de l'agriculture biologique (cf. chapitre 5). La seconde étape de sélection décrite par Bernard de Raymond n'est donc pas apparue, lors de notre enquête de terrain, comme un élément central de la régulation des échanges entre primeurs et grossistes. Le contact physique au produit a en revanche été présenté comme l'une des principales justifications données par les primeurs pour justifier leur venue au MIN de Rungis, ce qui explique également le faible recours aux grossistes à service complet. La crise sanitaire liée à l'épidémie de covid-19 a permis de mettre en lumière son importance. En effet, lors du premier confinement, de mars à mai 2020, les aires de vente ont été fermées, c'est-à-dire que les fruits et légumes n'étaient plus exposés et accessibles pour être vus, touchés et goûtés par les

primeurs⁶⁸. À la reprise de l'enquête par questionnaire, nous avons ajouté une question ouverte à propos des conséquences de la crise sanitaire et leur activité : sur les 26 primeurs qui y ont répondu, dix ont mentionné des évolutions ayant trait au fonctionnement du MIN de Rungis. Parmi eux, cinq ont mis en avant leur difficulté à s'approvisionner du fait de l'interdiction d'avoir un contact physique avec les produits. Deux autres ont souligné qu'ils avaient pu surmonter cette contrainte, car ils connaissaient particulièrement bien leurs grossistes et pouvaient leur faire confiance, ce qui renvoie au premier mode de sélection souligné par Bernard de Raymond. On retrouve aussi ce type de configuration lorsque des primeurs exploitent plusieurs points de vente. Dans ce cas, ce sont généralement des acheteurs qui effectuent les transactions quotidiennes, voire qui commandent certains produits à l'avance. Les exploitants ne désertent pas pour autant le MIN de Rungis, voire s'y rendent plus régulièrement, en dehors des heures de vente, pour négocier avec les grossistes.

La négociation sur le marché des fruits et légumes repose donc sur une évaluation physique des fruits et légumes, qui passe également par leur comparaison d'un stand de grossiste à un autre. Cette spécificité est liée autant aux particularités physiques des produits qu'à l'abondance de l'offre présente au sein du MIN de Rungis. Dans ce contexte, les primeurs spécialisés dans les produits issus de l'agriculture biologique font figure d'exception. Ces derniers sont surreprésentés parmi les commerçants ne fréquentant qu'un seul pavillon, en l'occurrence celui consacré aux produits bio. Cette halle de 5 600 m² a la particularité d'être généraliste, c'est-à-dire que seuls deux grossistes parmi les sept présents sont spécialisés dans les fruits et légumes, Dynamis et Pro Natura (Semmaris, 2021). Ce sont des grossistes à services complets, qui envoient des mercuriales à leurs clients et assurent la préparation et la livraison de leurs commandes. Ce type d'approvisionnement ne repose donc pas sur de l'achat de gré à gré et a également la particularité de concerner des produits labellisés, contrairement à la majorité des fruits et légumes que se procurent les primeurs conventionnels. Enfin, le nombre de grossistes spécialisés dans ce mode de production, même s'il est croissant, reste faible, ce qui réduit les possibilités de négociation :

« Pour la pomme de terre par exemple, vous en avez principalement en France pour de la bio et un petit peu en Italie. Dans le conventionnel, vous pouvez trouver de la pomme de terre de France, Belgique, Hollande, Allemagne, Italie, Espagne... et tout le monde veut vendre sa pomme de terre. Du coup les prix peuvent vraiment être divisés par deux voire trois en fonction de votre volume d'achat. Par exemple [quand je travaillais chez] Franprix, on pouvait acheter notre pomme de terre 50 centimes au kilo. En bio c'est inconcevable. »

Entretien avec Reda, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

⁶⁸ Voir par exemple l'article publié le 23 mars 2020 sur le site internet du journal *le Télégramme*, « Coronavirus : Rungis continue de fonctionner en mode de crise ». URL : <https://www.letelegramme.fr/dossiers/lepidemie-de-coronavirus/coronavirus-rungis-continue-de-fonctionner-en-mode-de-crise-23-03-2020-12530523.php>

Le marché des fruits et légumes bio est donc structuré différemment : les rapports de force entre primeurs et grossistes ne sont pas les mêmes — il n'est plus possible de négocier en fonction des quantités achetées — et la nécessité d'un contact physique au produit perd de son intérêt, du fait d'une offre moins abondante et moins diversifiée. Cette structuration peut aussi être interprétée à l'aune de la place occupée par les produits issus de l'agriculture biologique dans le développement commercial de primeur, puisqu'une part importante de ces points de vente sont ouverts par des commerçants qui exploitaient déjà des boutiques (cf. chapitre 4, Figure 4.16). Dans la mesure où l'approvisionnement de ces dernières réclame le recours à un nombre important de grossistes et une fréquentation assidue du MIN, l'existence de grossistes à service complet spécialisés dans les produits issus de l'agriculture biologique est une opportunité pour développer une offre avec un coût marginal relativement restreint. Ils permettent en effet de limiter les investissements en temps ou en main-d'œuvre supplémentaire, dans un contexte où c'est avant tout sur la labellisation bio que repose la valorisation des produits auprès des clients.

Finalement, les primeurs conventionnels ancrent leurs pratiques d'approvisionnement dans le mode de régulation qui s'est imposé dès l'ouverture du MIN de Rungis en 1969. Cela ne signifie pas que leurs fournisseurs ou le type de produits valorisés n'ont pas changé depuis cette période. À l'inverse, c'est la souplesse permise par la co-présence d'un nombre important de grossistes qui leur permet de faire varier très facilement leurs achats, à partir de la constitution d'un réseau auquel ils sont fidèles. Ce mode de fonctionnement repose sur des capacités importantes de négociation, facilitées lorsque les primeurs sont reconnus comme des interlocuteurs légitimes par les grossistes, du fait des quantités achetées, mais aussi du réseau professionnel parfois intergénérationnel dans lequel ils s'inscrivent. Enfin, la présence physique sur le marché joue un rôle central dans la régulation des échanges avec les grossistes et oriente très concrètement l'organisation du travail des primeurs conventionnels : l'approvisionnement représente, du point de vue temporel du moins, la principale tâche des exploitants de points de vente, y compris lorsqu'ils font appel à des acheteurs pour en assurer la gestion technique. Dans ce modèle conventionnel, c'est la routine des activités de régulation, fortement ancrées dans les manières de faire de l'ensemble des acteurs de la filière, qui offre des marges de manœuvre pour diversifier leurs pratiques. Or, dans certains cas minoritaires, mais significatifs, cette configuration est remise en question par des primeurs, qui contournent le cadre fixé au sein du MIN de Rungis dans une perspective de transformation du système alimentaire.

6.1.c – Jouer avec le fonctionnement du MIN pour proposer des systèmes alternatifs

Parmi les primeurs s'approvisionnant en majorité auprès de grossistes spécialisés, quatre revendiquent dans le même temps de transformer le système alimentaire. La spécificité de leur position réside dans leur capacité à articuler cette ambition avec la poursuite de pratiques d'approvisionnement fortement ancrées dans le MIN de Rungis, au sein duquel ils ont construit l'ensemble de leur réseau professionnel. Dans la mesure où cette situation concerne peu de primeurs,

les pages qui suivent se concentrent sur deux d'entre eux, Vincent et Reda, qui sont particulièrement représentatifs des conditions selon lesquelles des alternatives peuvent naître d'une forte maîtrise des modes de régulation propres au MIN de Rungis.

Une inscription dans des réseaux fortement ancrés dans la filière fruits et légumes

Vincent est responsable de deux points de vente exploités par une famille ancrée depuis plusieurs générations dans la filière des fruits et légumes, en tant que grossistes, producteurs ou détaillants. Lui-même a réalisé l'ensemble de sa carrière dans le secteur alimentaire. Il a travaillé pendant huit ans dans un supermarché appartenant au groupe Leclerc, qui a été racheté par Auchan. Il y a assuré la fonction de chef de rayon, dans le secteur fruits et légumes, puis boulangerie et enfin charcuterie, traiteur et fromage à la coupe. Son rôle était de restructurer le fonctionnement des rayons et notamment de les mettre « à la mode Auchan » (entretien avec Vincent) en réévaluant les besoins en personnels, l'achalandage et la rentabilité des rayons. Il a ensuite racheté avec un ami un fonds de commerce en poissonnerie au sein duquel il a travaillé trois ans, avant de quitter l'entreprise après un différend financier. Après un grave accident de moto, il a d'abord aidé un ami primeur à restructurer ses stands sur des marchés franciliens, avant de prendre en charge la gestion d'une partie d'entre eux. Il emploie largement les catégories et le vocabulaire issus de son expérience de chef de rayon pour décrire son rôle de l'entreprise actuelle :

« Je suis arrivé sur les marchés extérieurs et donc effectivement... en... trois ou quatre marchés que j'ai fait avec [l'exploitant des points de vente], j'ai vu tous les problèmes qu'il avait en fait sur sa table.

Question : qui étaient de quel ordre ?

Vincent : euh... certains produits qui étaient achetés à bas prix pour solder... qui n'étaient pas de bons achats. L'organisation du personnel. [...] Je suis revenu sur certains points, j'ai structuré un peu le truc, et les quinze jours, trois semaines qui ont suivi en fait on a fait le bilan [...] En fait, avec la même méthode d'après les réflexions que je lui avais faites, on a eu quasiment une évolution d'environ 30 %. »

Entretien avec Vincent, responsable de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Il existe de ce point de vue une continuité dans son parcours professionnel et l'arrivée à son poste de responsable de point de vente, obtenue par le réseau qu'il s'est constitué en tant que poissonnier. S'y ajoute l'ancrage fort de l'entreprise qu'il a rejointe dans la filière, qui lui a permis de compléter, avec l'aide de l'exploitant, sa connaissance des normes d'interactions propres au secteur des fruits et légumes. Ce type de parcours est récurrent chez les primeurs ayant eu une expérience dans le secteur de la grande distribution, et l'on retrouve notamment dans cette catégorie des fils, filles, neveux ou nièces de primeurs qui sont passés par des postes de responsables de rayon dans la grande distribution avant de reprendre l'entreprise familiale (cf. chapitre 4). La familiarisation au mode de fonctionnement de la grande distribution a aussi correspondu pour une partie d'entre eux

au développement d'une approche critique du système alimentaire agro-industriel. Dans le cas de Vincent, sa manière d'appréhender son rôle en tant que commerçant indépendant spécialisé a été fortement influencée par cette expérience :

« Vincent : On a rien inventé, on a pris ce qui se faisait il y a soixante ans et on travaille avec des [produits de saison]. [...]

Question : ok. Et comment vous expliquez cette démarche-là ?

Vincent : bah euh... Peut-être un peu de nostalgie sur... sur un monde qui a évolué trop vite et trop mal.

Question : d'accord. [...]

Vincent : bah, lorsqu'on vous dit, lorsqu'on vit tout ça [ndlr : le fonctionnement de la grande distribution]. Alors ce qui était très drôle c'était que fin des années 90, les magasins avaient une tendance en fait, ayant coulé beaucoup de petits commerçants, avaient une tendance de vouloir récupérer en fait beaucoup d'artisans commerçants, pour les mettre en place dans leurs rayons, dans les rayons frais en fait, pour dire "on a une professionnalisation de la grande distribution dans le domaine des produits frais". Sauf qu'en réalité la professionnalisation, même si elle était réelle, concrète de la part du gars qui bossait en tant qu'indépendant, il pouvait pas tout mettre en place et travailler à sa marque comme il le voulait. Donc c'est quelque chose qui... aujourd'hui je m'en rends beaucoup plus compte, c'est quelque chose qui est absolument incompatible, avec le discours ».

Entretien avec Vincent, responsable de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

En tant que chef de rayon dans la grande distribution, Vincent a pris conscience d'un rapport de force exercé par la grande distribution sur les métiers artisanaux, un type d'activité qu'il valorise particulièrement dans le reste de l'entretien. Devenir responsable d'un commerce lui a permis de valoriser des compétences de gestion acquises lors de la première partie de sa carrière, tout en adoptant des pratiques qui répondent aux critiques formulées vis-à-vis de l'industrie agroalimentaire. Le fait de travailler sur des produits de saison, en lien direct avec des agriculteurs, est une de ces réponses. La spécificité de sa position réside aussi dans le fait que la promesse de différence qu'il porte est mise en œuvre non pas à partir de la création d'une nouvelle entreprise, qui marque une rupture dans son parcours professionnel, mais par la transformation des pratiques dans une structure au fonctionnement conventionnel. Les trois autres primeurs appartenant à cette catégorie sont aussi salariés ou exploitants de structures particulièrement ancrées dans la filière des fruits et légumes et au sein du MIN de Rungis. Ces exploitants ou responsables de points de vente ont amplifié des transformations déjà entamées par leurs prédécesseurs.

Imaginer un nouveau rôle au sein du MIN de Rungis

Il existe deux manières pour les primeurs conventionnels de transformer le système alimentaire depuis le MIN de Rungis : la première consiste à garder le même type de fournisseurs tout en adoptant des critères d'achat différents ; la seconde implique de contourner les grossistes et de s'appuyer sur

les infrastructures qui leur sont dévolues pour développer des achats en direct des producteurs. On retrouve le premier modèle dans le cas de Vincent, qui s'approvisionne à parts égales auprès de grossistes spécialisés et au carreau des producteurs. Au moment de sa prise de poste, il a eu pour mission de restructurer la gamme des fruits et légumes vendus, en accordant une place centrale au lieu de production et au respect de la saisonnalité, deux critères de sélection particulièrement prégnants chez les primeurs alternatifs. Il a identifié au sein du MIN de Rungis des producteurs et grossistes adaptés à cette démarche, en s'appuyant sur le réseau construit par son patron. On retrouve de ce point de vue des pratiques similaires à celles observées chez les primeurs conventionnels, qui ont recours à plusieurs fournisseurs auprès desquels ils restent fidèles et qu'ils sélectionnent selon les critères qu'ils ont décidé de mettre en avant dans leur point de vente – en l'occurrence, ici, une qualité gustative garantie par la valorisation d'un patrimoine maraîcher. La différence ne réside donc pas tant dans la structuration des pratiques d'approvisionnement, que dans les relations entretenues avec les fournisseurs. Les producteurs occupent une place importante durant toute l'année dans l'approvisionnement et ce sont les échanges avec ces derniers qui guident la façon dont Vincent interagit avec l'ensemble de ses fournisseurs. Il insiste ainsi sur la forte réciprocité dans les échanges à propos des caractéristiques des produits et de l'état du marché, plutôt que sur des formes de négociation autour du prix des fruits et légumes. Dans ce contexte, le fait d'avoir recours à plusieurs grossistes et plusieurs producteurs constitue moins un moyen d'équilibrer le prix d'achat des fruits et légumes que de se donner les moyens d'identifier des variétés très spécifiques et fortement valorisables dans leur point de vente ou auprès des restaurateurs :

« En fait [nos interlocuteurs] c'est vraiment des producteurs producteurs (*sic.*). Donc... la relation n'est pas du tout la même, que ce soit Sophie pour les échalotes, les oignons et les pommes de terre, Philippe pour les poireaux, les salades, le radis botte, le céleri rave, chou vert, ou Fabien pour les pommes, poires [...]. Au final en fait, depuis le temps qu'on travaille avec eux, c'est des gens on les appelle sur leur portable, "je suis dans le champ tu m'emmerdes laisse-moi ta commande" (*rires*). Voilà quoi ! On passe au carreau des producteurs on va les voir, moi les gars en fait ils sont contents d'avoir des commerçants qui mettent leurs produits en valeur et leur méthode de travail en valeur et eux ils vont avoir une approche qui est beaucoup plus singulière et amicale avec un commerçant qui va travailler avec eux, plutôt qu'un grossiste. Le grossiste lui on est client point barre.

Question : C'est le cas de tous les grossistes ?

Vincent : c'est le cas de tous les grossistes. Sauf... le grossiste avec qui on travaille pour les produits d'exception type asperge verte de Pertuis et compagnie. Nous on lui a apporté une autre méthode de travail sur son box. Parce qu'à la base il vendait beaucoup de produits à des restaurateurs et lorsque nous on l'a contacté, on a commencé à travailler avec lui et il s'est rendu compte qu'il avait autant d'intérêt à vendre à des détaillants qui voulaient mettre en avant une certaine gamme de produits que de travailler qu'avec des restaurateurs. »

Entretien avec Vincent, responsable de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Insister sur la diversité des producteurs sollicités, les appeler par leur prénom pour insister sur la familiarité des échanges sont autant de façon pour Vincent de communiquer sur la proximité qu'il entretient avec eux. Il présente ce mode d'interaction en négatif de ce qu'il se représente comme des relations purement commerciales avec les grossistes et insiste sur sa capacité à transposer avec ces derniers les codes qu'ils considèrent comme propres à ses relations avec les producteurs – des coups de téléphone pour passer commande, des apprentissages mutuels sur les attentes de chacun qui peuvent amener à des transformations dans l'activité. De ce point de vue, les modes de régulations des échanges tels que décrits par Vincent prennent clairement leur distance vis-à-vis de ceux des primeurs conventionnels, pour rejoindre des formes d'interactions valorisées par les primeurs alternatifs.

La seconde méthode adoptée par les primeurs consiste à contourner les grossistes en utilisant directement les infrastructures logistiques du MIN à leur profit. Seul un commerçant interrogé a mis en place ce type d'organisation, pour une partie minoritaire de son approvisionnement. Il s'agit donc d'une pratique marginale du point de vue des flux générés, mais riche en enseignements sur les modalités d'hybridation des stratégies d'approvisionnement. Le primeur qui a décrit ce modèle, Reda, est spécialisé dans les produits issus de l'agriculture biologique. Il exploite un stand dans un marché couvert, repris lorsque son père est parti à la retraite. Ce dernier a démarré son activité en vendant des produits issus de l'agriculture conventionnelle, avant de se spécialiser progressivement dans le bio. Lorsqu'il a repris l'activité, Reda a continué à s'approvisionner auprès des grossistes de son père et a augmenté ses capacités d'achat après avoir racheté le fonds de commerce d'un primeur lui aussi spécialisé dans les produits issus de l'agriculture biologique, dans le 14^e arrondissement de Paris. Reda s'approvisionne donc en majorité auprès de grossistes spécialisés au sein du MIN de Rungis, ce qui correspond à des pratiques conventionnelles. Mais il a également cherché à développer l'achat en direct de producteurs dès sa reprise de l'exploitation de l'activité familiale. Dans un premier temps, il a sollicité des producteurs en Île-de-France après les avoir identifiés sur internet. Il réalisait lui-même des tournées pour aller chercher des fruits et légumes et organisait ponctuellement des animations et des dégustations sur son stand auxquels les agriculteurs étaient conviés. À la reprise du second point de vente, il a élargi son périmètre de recherche pour l'achat en direct à l'ensemble de la France. Il a pu prétendre à ce type d'approvisionnement car les quantités demandées le rendaient crédible auprès de producteurs :

« Quand j'avais une seule boutique, appeler le producteur et lui dire "ça te dit de me faire monter dix colis de courgette", il allait me dire "qui êtes-vous monsieur ? Excusez-moi, mais je n'ai pas le temps". Mais c'est compréhensible, c'est comme si moi un client me contactait en me demandant de lui livrer un citron. Là quand je les appelle, je fais monter 40 ou 60 colis de courgettes, le producteur il prend le temps de vous écouter, parce qu'une palette c'est 80, vous lui avez pris une palette quasiment. Donc ça change rien. »

Entretien avec Reda, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Pour entrer en contact avec ces producteurs en France, Reda a noué des liens avec ce qu'il appelle des négociateurs, que l'on peut aussi rapprocher du métier de courtier⁶⁹. Il a été le seul à mentionner ce type d'acteurs, nous disposons donc de peu d'informations à leur sujet, d'autant que leur activité semble s'inscrire dans une zone grise sur le plan juridique. En effet, le règlement intérieur du MIN stipule qu'il est « interdit aux courtiers et assimilés, aux importateurs, aux expéditeurs et fournisseurs et, d'une manière générale, à toute personne non titulaire d'un emplacement de vente, de prospecter dans l'enceinte du marché directement ou indirectement la clientèle, sous peine de s'en voir interdire l'accès, sans préjudice des sanctions disciplinaires ou pénales qu'ils peuvent encourir » (Semmaris, 2020b, p. 10). D'après la description faite par Reda, les négociateurs sont des opérateurs indépendants, qui entrent en contact avec des grossistes ou des détaillants pour leur proposer des offres spéciales d'achat en direct des producteurs :

« C'est en fait des gens qui sont devenus commerciaux, mais ils travaillent pas pour le producteur, ils travaillent pas pour vous, ce sont juste des intermédiaires. Généralement c'est un gars qui a tellement d'expérience et de contacts qu'en fait son travail c'est de vous mettre en relation avec le producteur. Bien entendu, moyennant commission. Généralement c'est quelques centimes par kilo et à la fin ça leur fait des euros. [...] Ce petit bonhomme-là, commercial à son compte vous dit "voilà, moi je peux t'avoir tel produit à tel prix". Et lui il prend contact avec vous très simplement, quand il vous voit sortir les palettes de Rungis et qu'il se dit "ok lui il sort deux palettes à chaque fois qu'il vient, il commence à devenir intéressant, on va aller le voir et on va discuter avec lui". Il vient te voir, on prend le café, il te dit "voilà moi je peux faire ça, ça, ça". [...] Vous gagnez un jour de fraîcheur, voire deux parfois et en plus de ça vous gagnez sur le tarif. Et au-delà de ça vous rentrez dans ce cercle des coqs un peu plus gros. »

Entretien avec Reda, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

L'existence du MIN de Rungis a permis à Reda et à un négociateur de se rencontrer et de nouer un partenariat qui ne correspond pas au mode classique de fonctionnement ou au réseau d'acteurs du marché de gros. Ils peuvent aussi s'appuyer sur l'infrastructure logistique qui y est déployée. En effet, la mise en circulation des légumes commandés a été assurée par un transporteur sollicité généralement par les grossistes spécialisés et situés à l'écart du pavillon des fruits et légumes :

« Ça part de Perpignan et ça rentre à Rungis par le quai Roca⁷⁰. Votre fournisseur, votre grossiste, lui c'est pareil il passe par le même truc. Donc il a ses numéros de palettes, sauf que lui il a ses gars, ses infrastructures pour aller les chercher et vous, vous êtes là, vous avez votre petit tire-palettes, c'est une petite galère quand même. Mais il faut le voir ! Parce qu'arriver, voir l'animation qu'il y a à quatre heures du matin là-bas, vous vous dites "mais

⁶⁹ Dans le secteur alimentaire, les courtiers sont chargés de représenter des producteurs, des transformateurs ou des marques auprès de grossistes ou de commerçants. La différence par rapport aux négociateurs présentés par Reda réside dans le fait que ces derniers ne travailleraient pas pour le compte d'une seule entreprise.

⁷⁰ Le quai Roca correspond à un espace de déchargement des marchandises transportées par l'entreprise Transports Roca.

les gens dorment pas ?" ! Du coup il y a énormément de marchandises qui arrivent, les palettes sont énormes, il y en a qui se cassent la figure... c'est un joyeux bordel !

Question : déjà que Rungis c'est un univers en soi, j'imagine que là...

Reda : le quai Roca c'est... une autre ambiance. Et puis... les gens connaissent leur boulot, du coup ça va vite et vous êtes un peu perdu. Bon après vous récupérez votre palette, il y a des gens qui sont sympathiques, ils vous expliquent par où passer, comment faire. Mais voilà, quand je l'ai récupérée, j'ai regardé ma palette, j'ai regardé le camion puis encore la palette et je me suis dit "mais comment je vais faire ça ?" Finalement j'y suis arrivé, j'ai tout dépoté, j'ai tout mis dedans et après il faut aller livrer les magasins. C'est pour ça que je vous dis que c'est une infrastructure... il faut le faire, je vais continuer à le faire parce que c'est super intéressant et parce que je pense qu'avec un certain volume vous vous permettez d'employer quelqu'un à faire ça. »

Entretien avec Reda, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Pour Reda, l'intérêt de cette expérience a ainsi presque moins résidé dans la mise en œuvre d'un circuit en direct des producteurs que dans les connaissances acquises sur les méthodes d'approvisionnement des grossistes. Elle a remis en question la façon dont lui-même s'approvisionnait et notamment l'organisation des ressources humaines autour de cette partie de son activité, sous-calibrée au moment de l'entretien pour rendre l'achat en direct des producteurs rentable sur le plan économique, mais aussi temporel :

« Je pense que si demain j'ai dix boutiques par exemple, je fais ça et je paye un gars à aller chercher la came et la dispatcher dans les magasins. Là ça devient rentable, on est ok. Mais à part ça, faire ça que pour sa propre boutique et tout, non. Impossible, ça a pas de sens. Et en plus c'est invivable, quand le soir en plus vous finissez à 20h, ça veut dire qu'en fait il te reste 4h, il faut que t'aïlles dormir ! Et puis vous progressez pas, parce que vous faites un truc que quelqu'un d'autre pourrait faire aussi bien que vous, aller chercher une palette. [...] Donc voilà il y a tout ce truc-là qui fait que c'est juste pas rentable. Il faut le faire pour comprendre, il faut même le faire plusieurs fois pour voir les petits subterfuges qui se cachent derrière tout ça. »

Entretien avec Reda, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Les limites identifiées par Reda dans l'organisation actuelle de son circuit en direct des producteurs rejoignent celles qui sont mises en avant par les primeurs alternatifs (cf. 6.2), quand bien même elles reposent sur des infrastructures et des jeux d'acteurs différents. Cette forme hybride illustre donc certaines conditions au développement de systèmes alimentaires alternatifs, qui ont trait à l'approvisionnement, mais plus largement à la structuration des entreprises qu'exploitent les primeurs. En outre, ces hybridations concernent à la fois la mise en œuvre de leurs stratégies d'approvisionnement et les rationalités qui les sous-tendent. Leur activité est porteuse d'une promesse de différence qui se manifeste dans les critères d'achats et le type d'interactions avec leurs fournisseurs : ils nouent pour certains des partenariats avec des acteurs inédits en vue de développer

leurs gammes d'achats en direct, valorisent pour d'autres des formes d'interaction avec les producteurs dans lesquelles la proximité relationnelle est plus forte qu'avec les grossistes. Ils cherchent aussi à travers ces circuits à renforcer leur offre en fruits et légumes issus de l'agriculture biologique, ou révélateurs d'un patrimoine maraîcher spécifique. Cette transformation de leurs stratégies est paradoxalement rendue possible par leur ancrage fort dans le MIN de Rungis, dans la mesure où leur capacité à contourner son mode de fonctionnement repose précisément sur la légitimité qu'ils ont acquise au sein de ce dernier, auprès des grossistes notamment. Cependant, s'ils s'inscrivent dans une perspective de transition socio-écologique du système alimentaire, induite dans les caractéristiques des fruits et légumes qu'ils commercialisent, leurs rationalités d'action correspondent aussi à une volonté de se distinguer parmi les acteurs du système alimentaire conventionnel :

« Le travail de la gamme ça a plutôt été l'héritage d'Auchan, dans le sens où il fallait que je fasse en sorte de me démarquer par rapport à la concurrence. [...] Donc la recherche de la gamme c'était rechercher les produits d'exception que les autres ne feraient pas. Voilà. [...] Il y avait aussi qu'en tant qu'ancien poissonnier j'avais l'habitude de vendre aussi des produits un petit peu plus chers, il y avait cette recherche aussi de vendre des produits de qualité, pourquoi le produit de qualité parce que... c'est très difficile à faire, à vendre, parce que ce sont des produits qui n'ont pas le même goût que les autres. Et... lorsqu'on est entouré par la grande distribution et avec des marchands de casse [ndlr : la casse désigne ici les fruits et légumes de mauvaise qualité] sur les marchés extérieurs, euh le challenge est tout de suite beaucoup plus intéressant et beaucoup plus valorisant. [...] Et ça met en valeur un peu plus le travail de commerçant de détail. »

Entretien avec Vincent, responsable de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Vincent explicite ainsi comment la valorisation de fruits et légumes issus de productions territorialisées s'articule à une volonté, d'une part, de transformer le système alimentaire, d'autre part de proposer un modèle commercial concurrentiel. On retrouve une dynamique similaire lorsque Reda indique vouloir appartenir à la catégorie des « coqs un peu plus gros » au sein du MIN de Rungis (cf. extrait d'entretien p. 228). Ces deux primeurs sont donc bien, à ce titre, dans une position hybride par rapport au système alimentaire, dont ils rejettent le mode de structuration, mais au sein duquel ils cherchent à s'intégrer à travers un positionnement concurrentiel avantageux. Ils s'éloignent de ce point de vue des primeurs alternatifs qui cherchent à instaurer une frontière nette entre l'exercice conventionnel du métier et leur propre pratique (cf. chapitre 5), ce qui passe notamment par un contournement du MIN de Rungis.

6.2 – Pour les primeurs alternatifs, construire un circuit de toutes pièces

Les primeurs alternatifs identifiés dans le chapitre 5 sont porteurs d'une promesse de différence qui constitue le moteur de la création de leur commerce. Ils cherchent à être acteurs de la transition

socio-écologique du système alimentaire, qu'ils ne définissent pas tous de la même manière. En l'occurrence, les différences observées dans les critères de sélection des fruits et légumes se matérialisent par des pratiques d'approvisionnement qui le sont tout autant. Il en résulte également différentes formes de territorialisation du système alimentaire. Le terme renvoie ici à la structuration des territoires sollicités pour produire, acheminer, stocker et commercialiser les fruits et légumes, mais aussi à la nature des interactions qu'ils accueillent et aux propriétés que les primeurs valorisent dans les produits. Comme nous l'avons vu en effet, une partie d'entre eux cherchent à mettre en avant la richesse agricole autour de Paris – les primeurs locaux – tandis que d'autres insistent sur la valeur des patrimoines maraîchers – les primeurs terroirs. Leur organisation logistique est tributaire de ce rapport au territoire de production (6.2.a). Enfin, certains primeurs alternatifs mettent aussi en œuvre, au moins provisoirement, des circuits hybrides qui empruntent cette fois-ci aux circuits conventionnels (6.2.b).

6.2.a – Des définitions de la proximité géographique qui influencent la construction des circuits d'approvisionnement

Parmi les seize primeurs alternatifs recensés, dix s'approvisionnent en direct, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de changement de propriétés entre l'achat aux producteurs et la vente aux clients particuliers. Les entreprises qui construisent ce type de circuits ont la particularité de posséder un nombre important de fonds de commerce, ouverts à un rythme rapide – cinq à onze, acquis entre 2014 et 2021. La physionomie des circuits qu'ils construisent dépend du rapport au territoire de production qu'ils souhaitent valoriser. Les primeurs locaux valorisent particulièrement les circuits courts de proximité géographique, associés à une possibilité de proposer des fruits et légumes très frais. Les primeurs terroirs mettent quant à eux en avant des patrimoines maraîchers, qui reposent sur la valorisation de territoires de production en France voire en Europe (cf. chapitre 5). Cette diversité se traduit par des relations aux producteurs et par des degrés d'internalisation logistique différents. Nous définissons ici l'internalisation comme la capacité des entreprises à prendre en charge les différentes étapes de transport, de stockage, de préparation des commandes et éventuellement de petite transformation qui jalonnent la mise en circulation des fruits et légumes de leurs lieux de production vers les points de vente. Elle suppose de disposer d'infrastructures et de salariés dédiés à cette tâche, en comparaison de la délégation de certaines tâches logistiques, à des entreprises de transports par exemple.

Identifier les producteurs et construire un circuit autour de leurs pratiques

L'achat en direct des producteurs est l'une des principales manières pour les primeurs alternatifs de s'inscrire dans une perspective de transition socio-écologique du système alimentaire. La volonté de contourner le MIN de Rungis, considéré comme une infrastructure majeure du modèle conventionnel, pousse les primeurs de cette catégorie à consacrer un temps important à la recherche

de fournisseurs, en amont de l'ouverture de la boutique. Leur capacité à les identifier dépend en partie de leur trajectoire personnelle et professionnelle. Une minorité d'entre eux, notamment les fils ou filles d'agriculteurs, peuvent directement s'appuyer sur des réseaux interpersonnels pour sélectionner leurs fournisseurs. C'est le cas de Matthieu :

« On réfléchissait et puis autour d'une bière on s'est dit "bah ce serait sympa de monter le magasin, avec que des produits locaux". Laure [la cofondatrice de l'entreprise] son ami est agriculteur aussi donc on a quand même pas mal de contacts. On a de la famille, des voisins, des gens avec qui on était à l'école, donc c'est... on les a appelés et on est parti à ce moment-là sur Paris. Tout simplement.

Question : ok et du coup c'est des agriculteurs qui sont tous à peu près dans le même coin

Matthieu : non complètement différent, moi je viens de l'Oise. Je suis plus l'Oise et la Somme et Laure connaît pas mal la Seine-et-Marne. On va aussi un petit peu en Normandie, donc en fait le rayon c'est surtout des gens avec qui on était à l'école, et de la famille, donc... si tu préfères on joue pas mal là-dessus. Bon après on a des gens qu'on a rencontrés au fur et à mesure, mais on connaît tout le monde, on va chez tout le monde, on discute avec tout le monde. »

Entretien avec Matthieu, exploitant de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Pour la majorité des primeurs qui ne disposaient ni de réseau familial ni de réseau professionnel préalable, les démarches sont différentes selon le périmètre d'approvisionnement retenu. Les primeurs locaux, qui privilégient l'Île-de-France ou les régions limitrophes, ont indiqué avoir réalisé des tournées dans le périmètre envisagé, à partir de recherches sur internet, par exemple auprès du réseau « Bienvenue à la Ferme »⁷¹. Ce dernier recense des exploitations agricoles qui proposent de la vente directe et d'accueil du grand public et permet donc aux primeurs de s'assurer que les producteurs qui y adhèrent partagent au moins en partie certaines des valeurs qu'ils souhaitent défendre dans leur commerce. À l'instar de l'expérience décrite par Matthieu, cette première étape est généralement suivie d'une expansion progressive du réseau, par le bouche-à-oreille :

« En fait... on a regardé un petit peu sur le site « Bienvenue à la Ferme », il y avait quelques fiches qui détaillaient un peu comment les producteurs travaillaient. Donc en fait [le cofondateur] a pris sa petite camionnette et il est parti frapper aux portes. Donc il se promenait sur les routes de Picardie ! Il s'arrêtait, il voyait une ferme, il allait discuter et tout. Et en fait il a recruté comme ça en quelques mois, je sais plus, une quinzaine de producteurs. Et après voilà, maintenant le réseau en Picardie est assez constitué, on est plutôt bien identifié par la Chambre d'agriculture, par les producteurs eux-mêmes... Après c'est du bouche-à-oreille, les producteurs se connaissent entre eux, ils bossent ensemble sur les marchés, "ah tu connais [l'entreprise de Pauline] ?" Ou nous on leur demande

⁷¹ Le réseau « Bienvenue à la ferme » est une marque commerciale détenue par les Chambres d'agriculture française. Créé en 1988, il rassemble aujourd'hui 8000 producteurs qui adhèrent à des chartes de qualité et proposant de la vente directe, de la restauration, des séjours ou encore des activités pédagogiques au sein de leurs exploitations.

quelquefois, quand on est sur un *sourcing*⁷² de gamme spécifique "ah vous connaissez quelqu'un qui fait de la confiture ?". Enfin voilà, depuis évidemment le réseau s'est développé un peu comme ça, aujourd'hui on travaille avec une centaine de producteurs qui font des choses très variées. »

Entretien avec Pauline, exploitante de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Les primeurs avec lesquels nous avons évoqué le rôle joué par les institutions publiques et parapubliques dans le développement de leur réseau de fournisseurs ont plutôt mis en avant leur rôle de référencement et de mise en contact. Ils ont notamment insisté sur son caractère relativement marginal au regard de l'intensité des échanges entretenus avec les producteurs. Comme l'indique Janice, responsable logistique de quatre points de vente, « la Chambre d'agriculture nous contacte parfois, on est en contact avec eux. Nous quand on cherche par exemple, qu'on manque de fruits donc qu'on cherche des prunes, des choses comme ça, ils font des appels aussi dans leur base, c'est très à la marge et on ne peut pas vraiment dire que ça ait beaucoup fonctionné jusqu'à présent » (entretien avec Janice). Dans le discours des commerçants, les interactions avec ces institutions semblent donc plutôt être interprétées comme un signe de reconnaissance de la fiabilité du circuit de commercialisation qu'ils ont développé, dans un contexte où les producteurs, notamment en Île-de-France, sont régulièrement démarchés par des distributeurs.

Les primeurs terroirs ont moins clairement décrit comment ils ont identifié des fournisseurs, et ont plutôt évoqué des opportunités nées de visites de MIN dans lesquels les carreaux des producteurs sont importants, tels que le MIN de Château-Renard Provence. Localisé à 10 km d'Avignon, il dispose d'un carreau des producteurs de cinq hectares, qui accueille une centaine d'agriculteurs et constitue pour les primeurs à la fois un point de rencontre avec ces derniers et un point de départ à partir duquel ils peuvent mutualiser le transport et le stockage des fruits et légumes. Les primeurs terroirs ont également insisté sur certains critères directement liés à leur volonté de mettre en valeur un patrimoine maraîcher et donc de construire des circuits nécessitant un temps de transport important :

« En fait un produit bon ça ne veut rien dire. Un produit bon, oui bah c'est sûr, manger une pêche dans un arbre comme ça peut être magnifique. Après si c'est récolté pas assez mûr, si c'est machin... enfin, voilà. Pour moi, un produit bien sourcé, c'est un produit qui a fait ses preuves avec une clientèle, plusieurs fois, qui a été approuvé, validé, par les clients. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de cinq points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

⁷² Le *sourcing* désigne ici l'approvisionnement. Ce terme a été particulièrement mobilisé par les primeurs alternatifs, qui ont également utilisé une version francisée, lorsqu'ils indiquaient par exemple avoir « sourcé » des fruits et légumes. Une partie d'entre eux prenaient également du recul par rapport à ce terme, à l'instar de Tanguy pour qui « c'est du marketing. C'est pour ça que moi j'aime pas trop ce mot, ça fait un peu trop sourcier, comme si on était des illuminés et moi j'aime pas trop les illuminés qui font du marketing ! ». Ce rapport distancié à leur propre lexique est l'un des aspects par lesquels il est possible de saisir les limites que les primeurs alternatifs identifient dans leur participation à la transition du système alimentaire (cf. troisième partie).

Contrairement aux primeurs locaux, qui valorisent la fraîcheur des produits, ceux qui s'approvisionnent à l'échelle de la France mettent plutôt en avant la nécessité d'identifier des producteurs aptes à proposer des fruits et légumes adaptés à un temps de transport important. La relativité de la qualité, évoquée par Tanguy, traduit également de ce point de vue un rôle qu'il s'assigne en tant qu'intermédiaire d'identifier des fournisseurs et des produits cohérents avec le circuit qu'il met en œuvre. Cependant, qu'il s'agisse des primeurs locaux ou terroirs, tous ont souligné l'importance d'échanger avec des producteurs déjà bien implantés, capables de produire des quantités relativement importantes et surtout garants d'une régularité dans la production :

« Nous on travaille... un peu, mais pas beaucoup avec des maraîchers qui viennent de s'installer, parce que leurs volumes ne sont pas suffisants. Et pour qu'on puisse envoyer un camion et que ça vaille le coup, il faut que le camion soit un minimum rempli. Donc ça nous arrive de travailler avec des maraîchers qui ont deux ans, trois ans, mais il faut aussi qu'ils expérimentent leur travail.»

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

La sélection des fournisseurs par ces primeurs ne procède donc pas d'une mise en concurrence, mais elle s'appuie sur un certain nombre de critères qui visent à garantir leur capacité à mettre en œuvre un circuit qui soit adapté à la vente dans un commerce sédentaire, ouvert plusieurs jours par semaine. Une fois qu'ils ont réalisé un certain nombre de commandes auprès des producteurs, les commerçants changent très rarement de fournisseurs, même s'ils en ajoutent régulièrement pour diversifier les produits commercialisés. On retrouve donc la relation de fidélité identifiée chez les primeurs conventionnels, mais elle n'est pas caractérisée par les mêmes normes d'échanges. En particulier, en lien avec le fait que les primeurs alternatifs insistent sur l'absence de négociation des prix, les relations construites avec les producteurs sont présentées sous l'angle de la confiance, y compris dans des situations de décalage entre les commandes passées et celles reçues. Dans leurs discours, les primeurs alternatifs insistent sur leur volonté de comprendre les contraintes rencontrées par leurs fournisseurs, de s'y adapter et de travailler dans une logique partenariale :

« En fait c'est des partenariats qu'on a sur du long terme, pendant des années, on travaille toujours avec les mêmes. Donc quand on trouve des nouveaux maraîchers c'est qu'on grossit et qu'on a besoin de plus, mais sinon c'est à l'année toujours les mêmes, sauf évidemment, quand on travaille avec des maraîchers qui travaillent avec des produits de saison, enfin ponctuels, qui vont faire que des fraises et des asperges. [...] Et puis comme on travaille avec eux depuis des années, certains depuis six ou sept ans, ils se sont adaptés, ils ont adapté leurs productions à nos besoins aussi. Alors ils ne travaillent pas que pour nous bien sûr, mais ils ont planté pour nous. On fait tous les ans en décembre des prévisions, un planning de l'année de qu'est-ce qu'il faudrait, qu'est-ce qu'il nous manque, qu'est-ce qui les intéresse de tester aussi, parce qu'ils aiment bien aussi tester des choses et surtout ils n'ont pas forcément le retour de ce qui se vend. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de 4 points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

L'enjeu de la contractualisation avec les producteurs est revenu de manière récurrente dans les entretiens avec les primeurs alternatifs. L'intérêt qu'ils lui accordent est à replacer dans le contexte des débats qui se sont déroulés lors des États Généraux de l'alimentation en 2017, qui ont abouti à l'adoption de la Loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous⁷³. Lors de ces États Généraux, la rédaction de contrats par les producteurs a été présentée comme un moyen de « rééquilibrer les relations [à leur] bénéfice » (Médiateur des relations commerciales agricoles, 2019). Dans ce contexte, l'absence de contrat de prévision des achats est présentée par Janice comme une manière de rester souple face aux potentiels aléas de production rencontrés par les producteurs au cours de l'année, la confiance étant créée par une fidélité des primeurs aux maraîchers au cours des années, ainsi que par leur capacité à acheter des quantités relativement importantes. Elle naît aussi de l'idée qu'à chaque fruit ou légume est associé un maraîcher, dans une logique d'absence de mise en concurrence les uns contre les autres, ce qui constitue aussi un décalage par rapport à l'approche développée par les primeurs conventionnels. Enfin, le contact physique avec le produit au moment de son acquisition n'est pas présenté comme un élément important dans le discours des primeurs alternatifs puisque leur objectif est de mettre en place, dans la mesure du possible, des plans d'approvisionnement à l'année. Dans la description de leur démarche, ils ont indiqué avoir réalisé des visites des exploitations, goûté les produits et fait des commandes pour tester leur capacité de résistance au transport, puis avoir confirmé qu'ils travailleraient sur le long terme avec le producteur. Ils ne font donc pas référence à la nécessité de toucher, de voir ou de goûter le produit pour ré-évaluer sa qualité. Les interactions avec les producteurs à propos des qualités gustatives ou visuelles des fruits et légumes interviennent de manière exceptionnelle, pour régler des problèmes à la réception des marchandises :

« Par exemple l'année dernière, j'ai été témoin de ça, on était à Rungis, on regarde la came et on dit "les poires là ça va pas, elles sont tapées en haut" et on appelle donc [la productrice] et la nana elle tombe en larmes, [elle] dit "je suis à bout, j'ai deux palettes comme ça personne veut me les prendre, je suis désolée, mais là... je pense que c'est notre dernière année parce qu'on s'en sort pas". [...] Du coup on lui a acheté les deux palettes. [...] Tu vois c'est agréable, pas contractualisé, mais on essaie de travailler avec des gens qui travaillent bien donc on n'en a pas non plus des centaines. Dès qu'on trouve quelqu'un qui bosse bien avec qui on arrive à des choses bien c'est cool. »

Entretien avec Cédric, responsable de 9 points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

À l'instar des primeurs conventionnels, ceux qui s'approvisionnent directement auprès de producteurs mettent en avant leur volonté de garder une souplesse dans un cadre par ailleurs marqué par des routines relativement importantes. En revanche, les raisons associées à cette démarche sont

⁷³ Aussi appelée loi EGALIM 1.

différentes, puisqu'il s'agit ici d'apparaître comme un interlocuteur ouvert aux difficultés potentielles des producteurs. La capacité de ces commerçants à moduler rapidement le circuit qu'ils ont construit participe de cette garantie d'adaptation. Une dernière spécificité des pratiques d'approvisionnement développées par les primeurs alternatifs réside dans le caractère problématique qu'elles revêtent. Ils remettent ainsi régulièrement en cause leurs manières de faire, en particulier pour ce qui concerne leur capacité à participer à une transition socio-écologique du système alimentaire. Pour pallier les critiques qu'ils formulent à l'encontre de leurs propres circuits d'approvisionnement, les primeurs créent des outils d'auto-évaluation, qui prennent des formes plus ou moins structurées selon le niveau de maturité des entreprises – notamment, leur année de création et le nombre de salariés disponibles et formés pour mettre en œuvre de tels dispositifs. Pauline a par exemple créé et fait évoluer une charte sur les pratiques de production valorisées dans ses points de vente :

« Dès le début, on avait une charte donc sur les pratiques de production. Au début on a fait simple, on s'est vraiment basés sur la charte de l'agriculture paysanne qui été développée par les AMAP et qui est super bien faite. Donc on s'est appuyé là-dessus pour faire notre *sourcing*. Et là aujourd'hui, on est en train de refondre entièrement cette charte. On a deux personnes, Annaëlle et Morgane⁷⁴, qui sont nos chargées des relations producteurs. Et en fait Annaëlle est ingénieure agro et elle apporte toute une vision métier qui est super... enfin beaucoup plus riche que ce que nous on pouvait avoir au début. Et donc en fait on est vraiment en train d'essayer d'affiner les critères de sélection de la charte, notamment sur la taille d'exploitation, sur... l'équilibre qu'on crée entre la question du prix qui est effectivement importante pour nous et en même temps d'être... alors ni sur des exploitations trop petites parce que des fois ça peut être compliqué de travailler avec, ni sur des exploitations trop grandes puisque pour nous l'idée c'est quand même plutôt de soutenir des petits et moyens producteurs. »

Entretien avec Pauline, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

On retrouve ici le rôle central joué par la promesse de différence, à laquelle « les acteurs [se] réfèrent constamment pour évaluer leurs actions » (Le Velly, 2017b, p. 155). Elle influence l'organisation des équipes, puisque certaines personnes sont recrutées spécifiquement pour travailler à la définition des critères de sélection, au-delà de la fonction d'acheteur qui implique des interactions quotidiennes avec les fournisseurs – producteurs ou grossistes. Le cas de l'entreprise de Pauline n'est pas généralisé, mais constitue l'aboutissement d'une démarche qui est commune à l'ensemble des primeurs alternatifs.

Une organisation logistique plus ou moins intégrée

Les primeurs locaux et les primeurs terroirs n'adoptent pas la même organisation logistique, dans la mesure où ils ne valorisent pas les mêmes formes de proximité. Celle des premiers est

⁷⁴ Les prénoms ont été modifiés.

internalisée : ils acquièrent la propriété des produits⁷⁵, les stockent dans leurs entrepôts et les distribuent dans les différents points de vente sans recourir à des prestataires de service (Figure 6.5.b, p. 244). Trois de ces primeurs prennent en charge le transport des fruits et légumes des exploitations agricoles vers les entrepôts de stockage et de redistribution, tandis que deux passent commande à distance aux agriculteurs, qui déposent leur marchandise dans les entrepôts. Dans tous les cas, ces derniers sont situés dans des communes de la première couronne parisienne (cf. chapitre 4) et l'approvisionnement auprès des producteurs est réalisé plusieurs fois par semaine. Ce type d'organisation demande des investissements humains et matériels importants. Une part conséquente de la masse salariale se consacre donc à la préparation des commandes, à la mise en œuvre des tournées auprès des agriculteurs et enfin à la répartition et à la livraison des produits dans les points de vente (cf. encadré 6.2).

Cette organisation suppose également des investissements matériels dans des véhicules pour réaliser les tournées, ainsi que dans des entrepôts de stockage et de préparation des commandes. Cela explique en partie pourquoi les entreprises qui adoptent cette organisation sont aussi celles qui détiennent le nombre de points de vente le plus important, puisque cela permet de réaliser des économies d'échelles. Les boutiques sont également ouvertes dans des localisations stratégiques, pour faciliter la mutualisation des tournées de livraison des produits (cf. chapitre 4). Pour développer ce modèle d'approvisionnement, les exploitants mobilisent des ressources économiques spécifiques et ont notamment recours à la levée de fonds auprès d'investisseurs privés – particuliers et/ou fonds d'investissement, un mode de financement que nous n'avons pas observé dans d'autres contextes. Les primeurs terroirs délèguent quant à eux une part plus importante des tâches logistiques liées à l'approvisionnement, bien que comme les primeurs locaux ils acquièrent la propriété des fruits et légumes auprès des producteurs et assurent la gestion des différentes étapes de transport, de stockage et de livraison dans les points de vente (Figure 6.5.c, p. 245). Les premiers kilomètres de transport sont généralement assurés par les maraîchers, qui déposent les marchandises commandées dans des entrepôts ou des carreaux de producteurs dans des MIN. À partir de ces points de dépôt, des entreprises de transport acheminent les fruits et légumes vers les entrepôts de stockage qu'elles détiennent au MIN de Rungis. Un transporteur ou des salariés de l'entreprise déplacent enfin les produits vers des entrepôts plus proches du centre – notamment au sein du site logistique Bercy-Charenton. Dans certaines situations, notamment pour les fruits et légumes achetés en Europe ou auprès d'exploitations agricoles de taille importante, les producteurs peuvent organiser des livraisons dans les entrepôts des primeurs aux portes de Paris ou directement dans les points de vente. Pour les

⁷⁵ L'acquisition de la propriété des fruits et légumes n'est pas systématique dans les modèles d'approvisionnement en direct des producteurs, puisque certaines entreprises ou point de ventes collectifs – détenus par des groupements de producteurs – fonctionnent sous la forme de mandat : les producteurs y déposent leurs produits à la vente sans passer par un achat par l'exploitant du point de vente. Ce système est fréquent dans les modèles de vente directe, pour une présentation détaillée voir le travail de Carine Montet (2008).

primeurs qui délèguent une partie des tâches logistiques, il est plus rentable de faire appel à un transporteur pour acheminer les produits de leurs régions de production vers la banlieue parisienne, puisque cela leur permet de ne pas avoir de coûts internes fixes de main-d'œuvre ou de matériel dédié à cette tâche. L'intérêt de recourir à un prestataire diminue en revanche à mesure que l'on s'approche de Paris, du fait de la congestion importante autour de la capitale, mais aussi parce que les entrepôts des transporteurs sont localisés au MIN de Rungis, qui constitue donc le point privilégié de livraison des palettes.

Encadré 6.2 - L'organisation du travail dans un circuit court à la logistique internalisée : l'exemple de Kelbongoo

Kelbongoo est une entreprise de l'économie sociale et solidaire. Fondée en 2013, elle a construit un circuit d'approvisionnement correspondant au modèle internalisé décrit ci-dessus. La structure dispose donc d'un entrepôt dédié, à partir duquel sont réalisées des tournées auprès d'une centaine de producteurs, d'après le site internet de l'entreprise. En juin 2022, Kelbongoo a fait l'acquisition d'un nouvel entrepôt au Blanc-Mesnil (93), pour lequel plusieurs offres d'emploi ont été publiées en vue de recruter un responsable d'entrepôt, un chef d'équipe et plusieurs préparateurs de commandes. Elles ont été publiées sur le site *Welcome To The Jungle*, une plateforme sur laquelle l'entreprise dispose d'un espace dédié. Si elle ne permet pas de reconstituer l'organigramme exact, la description des missions pour chacun de ces postes permet d'avoir une idée de la division du travail dans l'entrepôt :

- Un directeur logistique, un responsable d'entrepôt et un adjoint sont chargés de la supervision des activités – gestion des équipes, stratégie d'optimisation des procédures d'approvisionnement, supervision au quotidien
- Les gestionnaires de stocks, chauffeurs et préparateurs de commande constituent une équipe d'environ vingt personnes.

Les personnes en charge de la logistique représentent donc près de la moitié de la masse salariale de l'entreprise, qui comptait 45 salariés en 2022. A ces postes peuvent également s'ajouter des fonctions de supervision ou de construction stratégiques de l'approvisionnement, assurées par exemple par les co-fondateurs ou les responsables des relations aux producteurs.

S'ils adoptent des configurations logistiques différentes, les primeurs locaux et terroirs n'en partagent pas moins une division stricte du travail, emblématique de celle observée dans les entreprises qui comptent plus de trois points de vente (cf. chapitre 4). Les responsables de points de vente établissent un inventaire quotidien des fruits et légumes et passent commande aux acheteurs localisés dans les différents carreaux des producteurs ou plateformes d'entreposage. Ces derniers sont chargés d'acheter la marchandise aux producteurs et d'organiser le transport vers les entrepôts les plus proches de Paris, où des manutentionnaires se chargent de la répartition vers les différents points de vente selon les commandes passées. Les acheteurs prennent donc en charge les relations quotidiennes avec les producteurs, y compris pour ce qui concerne la fixation des prix des produits et peuvent contribuer à l'identification d'autres producteurs auprès de qui s'approvisionner. La façon dont les primeurs appréhendent la transition socio-écologique du système alimentaire influence donc

la façon dont se matérialisent les circuits d'approvisionnement qu'ils mettent en œuvre. Ces différences font aussi naître des questionnements de nature différente chez les primeurs. Dans les cas où ils ont recours à des prestataires de service, la position de ces derniers par rapport à la transition socio-écologique peut être un sujet de réflexion pour les exploitants :

« [Notre transporteur] c'est une entreprise qui est un peu plus grosse, mais qui est assez familiale et le patron on l'a un peu en direct au téléphone [...]. Ils travaillent pas mal aussi avec des véhicules un peu... enfin ils ont une vraie réflexion sur les véhicules propres⁷⁶ et tout ça. Et puis moi je trouve qu'ils font du super boulot, voilà. [...] Enfin c'est pas tout le temps simple parce que c'est jamais tout le temps simple dans les transports, mais... mais en tout cas, bon. Ou alors c'est des entreprises qui sont à notre taille pour... voilà, en entreprise souvent c'est important de travailler avec des gens qui font la même taille, parce que s'ils sont trop trop petits, ils vont être à la ramasse, ils vont être à ton crochet complètement. Et s'ils sont trop gros c'est toi qui vas être dépendant d'eux, c'est déséquilibré. Donc c'est vrai que comme ce sont un peu les mêmes tailles au moins on se comprend, on a des problématiques un peu similaires, on sait un peu de quoi on parle, leurs clients c'est aussi les concurrents ou des partenaires, donc voilà. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de 5 points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Les critères de sélection d'un prestataire de service pour le transport font écho à ceux présentés par Janice pour décrire les producteurs auprès desquels elle s'approvisionne : des structures bien implantées, de taille moyenne, qui ont une attention au mode de production des fruits et légumes. L'attention aux pratiques des parties prenantes ne concerne donc pas seulement les producteurs, mais le circuit de distribution mis en œuvre. Comparer la façon dont les primeurs alternatifs contribuent à la transition de système alimentaire permet aussi de saisir comment s'articulent les différentes dimensions de la proximité. Pour reprendre la typologie proposée par Cécile Praly, Carole Chazoule, Claire Delfosse et Patrick Mundler (2014, cf. chapitre 2), les primeurs proposent à travers leurs circuits différents types de proximité fonctionnelle et assurent dans ce cadre des rôles d'intermédiaires calibrés en fonction de la transformation qu'ils souhaitent incarner dans le système alimentaire. Les primeurs locaux proposent des circuits internalisés au service des producteurs et à même de préserver la fraîcheur de leurs fruits et légumes. Les primeurs terroirs permettent quant à eux aux producteurs de valoriser – symboliquement et économiquement (cf. troisième partie) – les fruits et légumes emblématiques de leur territoire, en faisant appel à des prestataires de services capables de s'adapter à la spécificité des produits transportés. Ils sont en revanche moins à même de proposer un débouché pour des produits fragiles, dans la mesure où la mission qu'ils s'assignent est incompatible avec la définition d'un périmètre restreint d'approvisionnement.

⁷⁶ Le terme désigne ici des véhicules à moteur électrique ou hydrogène.

6.2.b – Les pratiques conventionnelles comme étapes de développement d’une activité alternative

Sur les seize primeurs alternatifs interrogés, six adoptent un approvisionnement qui croise des pratiques conventionnelles et alternatives. Nous les définissons comme alternatifs dans la mesure où ils revendiquent de participer à une transition du système alimentaire. En outre, leur trajectoire est similaire à celle des primeurs alternatifs, l’ouverture de leur premier point de vente étant liée à une reconversion depuis un métier de cadre. Ils ont en commun d’exploiter ou d’être salariés de petites entreprises, qui comprennent un à deux fonds de commerce. Pour s’approvisionner, ces entreprises passent commande à des grossistes à service complet ou à des coopératives de producteurs qui assurent la centralisation des fruits et légumes de différents agriculteurs, la préparation des commandes et, pour certains d’entre eux, la livraison en points de vente. De ce point de vue, les circuits qu’ils adoptent, même s’ils contournent le MIN de Rungis, mobilisent des structures similaires à celles sollicitées par les primeurs conventionnels. Leur recours est présenté par les commerçants comme le fruit d’un compromis au lancement de l’activité, du fait du manque de moyens, mais aussi, dans certain cas, d’un décalage entre la représentation qu’ils se faisaient du fonctionnement de la filière alimentaire et de ce à quoi ils ont été confrontés au lancement de l’activité :

« Donc le projet de départ c’était vraiment de travailler en direct avec des producteurs franciliens et idéalement des producteurs franciliens en bio. Et quand ils [les exploitants] ont commencé à travailler sur la question de l’approvisionnement, ils ont eu un mal fou en fait, parce qu’ils ont contacté des tonnes de producteurs qui n’étaient pas du tout intéressés pour travailler avec une petite épicerie comme ça. [...] Donc ça a été la grosse déception, c’était qu’en fait ce n’était pas possible de réaliser le projet tel qu’il avait été pensé, c’est-à-dire ces partenariats bilatéraux avec des petits producteurs bio franciliens. Après il y avait deux problèmes, deux écueils majeurs, le premier c’était donc cette question de la disponibilité de ces produits, et puis le deuxième c’était la question de la livraison. Parce qu’effectivement les producteurs n’ont pas le temps de livrer et qu’après nous c’était pas possible de faire tous les matins la tournée des producteurs pour récupérer nos produits. [...] Et finalement la solution qui a été retenue, c’était pour les produits locaux en circuit court, on s’approvisionne sur le carreau des producteurs de Rungis. Parce qu’en fait en termes d’optimisation des déplacements, etc. finalement c’est idéal, on est en direct des producteurs, pour nous c’est beaucoup plus gérable. Et ensuite pour le bio là on fait appel à un sous-traitant, un grossiste pareil qui est aussi à Rungis. Qui du coup nous livre, lui nous livre. C’est le gros de nos produits. »

Entretien avec Annabelle, responsable d’un point de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

La phase de mise en œuvre de l’approvisionnement a révélé plusieurs obstacles à la construction d’un circuit cohérent avec le rôle que ces primeurs envisageaient en tant qu’intermédiaires. Lors de notre enquête, les coopératives de producteurs se sont ainsi avérées être des auxiliaires fréquents dans ce type de configuration. La Coopérative Bio d’Île-de-France, notamment, rassemble 57 exploitations agricoles biologiques et a régulièrement été citée par les primeurs de cette catégorie. Elle leur permet de mutualiser un certain nombre de tâches liées à la mise

sur le marché de leurs produits, puisqu'elle fonctionne sur un modèle similaire à celui des grossistes à service complet (Figure 6.5.d, p. 245). Le fait de passer par ce mode de fonctionnement est présenté comme un compromis pour développer une activité qui contribue malgré tout à une transformation du système alimentaire :

« Demain on préférerait largement bosser avec des maraîchers en direct. [...] C'est vrai qu'une coopérative... entre guillemets tu traites avec une, je sais pas comment dire, une instance de producteurs. Tu as un rapport à la coopérative, tu n'as pas un rapport à chaque maraîcher. Donc c'est un petit peu différent. Voilà, mais malheureusement aujourd'hui il n'y a pas d'autre possibilité on fait comme ça. [...] Bien que des fois ce soit quand même intéressant de bosser avec des coopératives parce que c'est un système qui n'est pas ultra présent en France, en tout cas sur le maraîchage [...]. Et surtout ça permet [aux producteurs] concrètement de faire ce qu'ils ont à faire au départ, et de ne pas perdre du temps avec des... choses qui sont peut-être secondaires dans leur métier, mais qu'ils sont obligés de faire pour vivre. Là au moins tout ce qui est logistique, comptabilité, gestion des commandes, etc., ils ont quelqu'un qui bosse à la coop. Mais ça coupe le côté effectivement relationnel un petit peu. »

Entretien avec Philippe, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

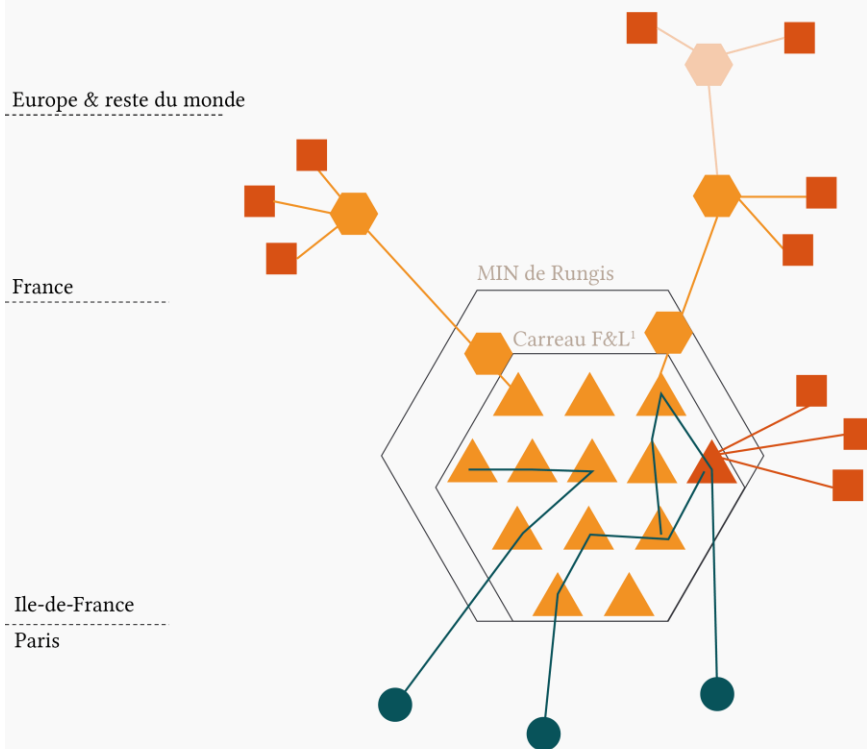
Les compromis réalisés en matière de mise en œuvre de l'approvisionnement ont influencé, en retour, la promesse de différences portée par Philippe à travers son commerce. Même s'il souhaite à terme se rapprocher d'un circuit internalisé tel que nous l'avons décrit en 6.2.a, l'étape que représente pour lui le passage par une coopérative est d'ores et déjà interprétée comme une manière de valoriser des modes d'organisation originaux pour les maraîchers en France. Dans le cas d'Annabelle, la découverte du carreau des producteurs du MIN de Rungis a remis en question la volonté de la structure de contourner complètement cette infrastructure. S'y approvisionner leur permet en effet de développer leur activité compte tenu du manque de moyens humains qu'ils peuvent consacrer à la gestion logistique de l'approvisionnement. Ces différentes réflexions traduisent le rôle central que joue l'inscription dans une perspective de transformation du système alimentaire pour ces primeurs, de même que la nécessité de l'appréhender de manière dynamique, pour saisir de potentielles recompositions dans la façon dont ils articulent leurs rationalités d'actions et leurs pratiques concrètes d'approvisionnement.

Conclusion du chapitre 6

L'analyse des pratiques d'approvisionnement met en lumière des différences importantes entre les primeurs alternatifs et conventionnels, qui résultent de rapports spécifiques aux fournisseurs, aussi bien dans les formes d'interaction que dans les circuits qui permettent de faire circuler les fruits et légumes de leurs lieux de production à ceux de commercialisation. Les schémas de synthèse présentés dans la figure 6.5 rendent compte de cette diversité, qui se traduit par des circuits dans lesquels le nombre d'intermédiaires mais aussi leur fonction dans le circuit varie. L'approvisionnement privilégié traduit aussi un ancrage dans des échelles territoriales différentes, qui sont particulièrement révélatrices, chez les primeurs alternatifs, du rôle qu'ils entendent jouer au sein du système alimentaire. Les différents critères de sélection des fruits et légumes dessinent ainsi des flux aux périmètres variés, qui influencent les infrastructures et des parties prenantes mobilisées.

Pour autant, l'analyse des pratiques de l'ensemble des primeurs permet également de mettre au jour des circulations entre les modèles, qui viennent complexifier la catégorisation entre alternatifs et conventionnels. Les modes d'approvisionnement hybrides, qui naissent de compromis à partir d'une volonté de transition dans le système alimentaire, ou au contraire d'inflexions dans des pratiques fortement ancrées dans la filière fruits et légumes, sont représentatifs de la complexité des rapports à l'alternative. Elles ne remettent pas en cause la distinction entre ces deux types, dans la mesure où primeurs alternatifs et conventionnels ne sont pas porteurs des mêmes rapports au système alimentaire et à sa transformation. En l'occurrence, la diversité des rationalités mobilisées par les primeurs adoptant des modes d'approvisionnement hybrides met plutôt en lumière la nécessité d'analyser de manière plus détaillée comment les primeurs qui revendiquent de participer à une transition du système alimentaire définissent cette transition et le rôle qu'ils comptent y jouer.

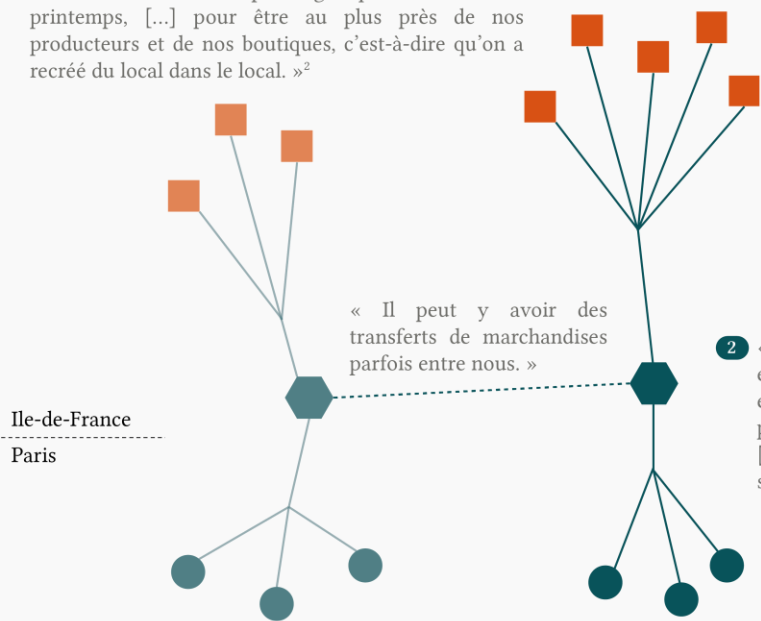
a - pratiques d'approvisionnement conventionnelles



b - Approvisionnement en direct de producteurs franciliens ou de régions limitrophes

D'après l'organisation de l'entreprise de Janice, responsable logistique de quatre points de vente

« Au départ il y avait un seul entrepôt logistique [...]. Et un troisième entrepôt logistique a ouvert au printemps, [...] pour être au plus près de nos producteurs et de nos boutiques, c'est-à-dire qu'on a recréé du local dans le local. »²



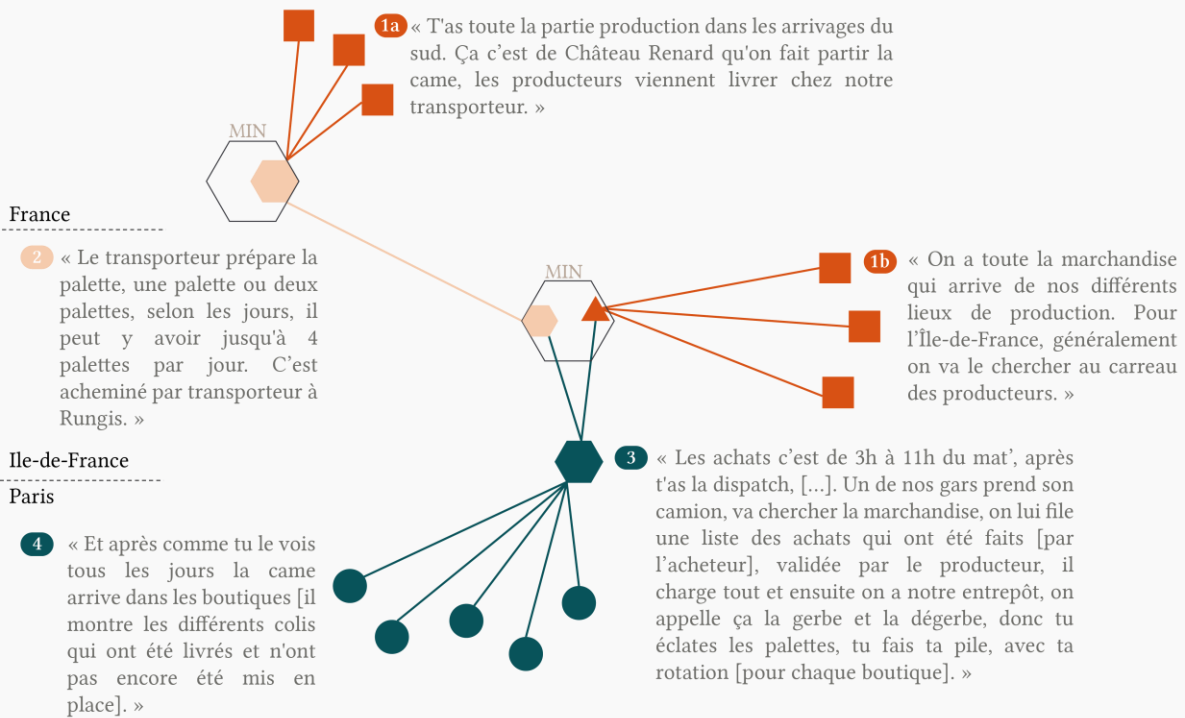
« Il peut y avoir des transferts de marchandises parfois entre nous. »

1 « Donc les gars le matin partent en sachant chez quel maraîcher ils vont et ce qu'ils doivent récupérer comme marchandise.[...] Je vais recevoir le bon de livraison et je vais vérifier pour voir s'il concorde bien avec la commande que j'ai passée au producteur hier soir. »

2 « Ils reviennent ici sur les coups de midi, midi et demi. Et ils dispatchent la marchandise entre les quatre boutiques. [...] Et comme tu peux le voir on ne stocke pas de marchandise, [...], c'est un entrepôt de... de dispatch et pour stocker les véhicules. »

3 « Et après ils livrent les boutiques l'après-midi. Donc si on allait chercher les produits trop loin, ils auraient plus le temps de livrer à temps puisque les boutiques sont ouvertes l'après-midi et les boutiques [...] et le gros de leur vente du jour c'est avec ce qu'on leur apporte chaque jour. »

c - Approvisionnement en direct de producteurs en France
D'après l'organisation de l'entreprise de Cédric, responsable de treize points de vente



d - Approvisionnement auprès de coopératives de producteurs en Île-de-France
D'après l'organisation de l'entreprise de Philippe, exploitant de deux points de vente

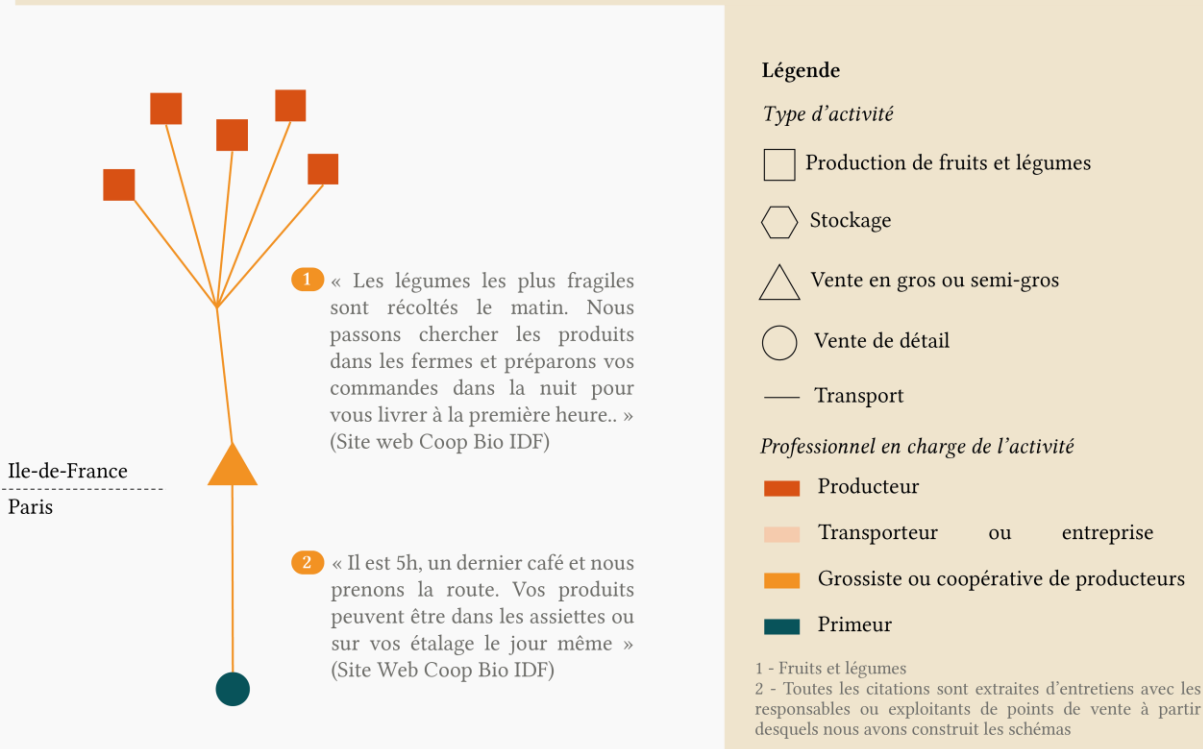


Figure 6.5 – Schéma de synthèse des pratiques d'approvisionnement des primeurs

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Adobe Illustrator

Conclusion de la deuxième partie

Nous soulignons en introduction de cette partie que la spécificité de notre démarche résidait dans l'analyse des primeurs dans leur ensemble et non de ceux d'entre eux qui revendiquaient de participer à une transition du système alimentaire. Prendre comme point de départ un discours porté par ces professionnels sur leur rapport au système alimentaire, sans être attentive aux pratiques qui y étaient associées, représentait un biais potentiel dans le type d'alternatives prises en compte. C'est d'autant plus le cas que les spécificités des stratégies développées par les primeurs qui s'approvisionnent au MIN de Rungis sont peu visibles, du fait, paradoxalement, de leur surreprésentation, associée au caractère d'évidence qui transparaît du récit de leurs pratiques. Leur absence de prise en compte dans les différentes propositions de gouvernance alimentaire territoriale vient renforcer cette situation. Sur un plan plus théorique, la mise au jour des formes de circulations entre alternative et convention est une première justification de la pertinence d'une démarche comparative et ouverte sur le rapport des primeurs au système alimentaire. Cependant, elle visait moins, dans cette partie, à identifier les conditions auxquelles les primeurs conventionnels peuvent infléchir leurs pratiques pour transformer le système alimentaire, qu'à étudier dans quelle mesure leur mode d'exercice du métier éclaire les alternatives émergentes.

La distinction entre primeurs conventionnels et alternatifs permet de distinguer deux grands types de rapport au système alimentaire et à ses perspectives de transition. Les stratégies conventionnelles tendent à préserver le fonctionnement de la filière tel qu'il se déploie depuis la seconde moitié du XXe siècle. Les freins à la participation des primeurs conventionnels à la transition sont liés à cette posture, de même qu'à la manière dont ils définissent leur rôle en tant qu'intermédiaire. Les stratégies des primeurs alternatifs naissent au contraire d'une volonté de rupture incarnée majoritairement par de nouveaux entrants dans le métier. Pour autant, les deux catégories existent et évoluent dans une dialectique. En premier lieu, les personnes qui créent des entreprises engagées dans une transition socio-écologique le font en réaction aux modèles existants, c'est en ce sens qu'ils proposent des alternatives à des pratiques commerciales conventionnelles. Cette construction en négatif se manifeste dans leur mise en scène commerciale, mais aussi dans les discours formulés à l'encontre des pratiques et motivations des primeurs qu'ils ne considèrent pas comme vertueux. On retrouve ici la définition de l'alternative comme critique adressée au système alimentaire et ceux qui le font fonctionner (Bognon et al., 2018). Cependant l'interaction est réciproque. D'une part, les primeurs conventionnels reprennent certains des critères d'achats valorisés par les primeurs alternatifs, en les interprétant à l'aune de leur parcours et du cadre dans lequel s'inscrit leur pratique. Il en résulte que ces adaptations sont le plus souvent mises au service du renforcement ou de la protection du système alimentaire contemporain. D'autre part, les primeurs alternatifs adoptent des stratégies qui rejoignent par certains aspects celles conventionnelles, notamment pour ce qui

concerne leurs stratégies de localisation. En outre, en asseyant la construction de leurs stratégies d'approvisionnement alternatives sur l'ouverture d'un nombre important de points de vente, ils rejoignent des modèles économiques et de division du travail éprouvés par des primeurs conventionnels. Les primeurs empruntent pour les uns à l'alternative, pour les autres à la convention, dans le but de renforcer leur capacité à suivre la trajectoire qu'ils se sont fixée à leur entrée dans le métier. Dans ce contexte, l'hybridation chez les primeurs naît moins de l'appropriation de critères ou de stratégies, que du détournement des infrastructures conventionnelles au service de l'inscription dans une perspective de transition. Ce constat vient à notre sens compléter les cadres proposés pour caractériser les hybridations (Bognon, 2014; Le Velly, 2017b), ainsi que ceux qui cherchent à analyser spécifiquement le rôle joué par les intermédiaires de la distribution dans la transition (Baritoux, Billion, 2018; Billion, 2018). Il permet en effet de mieux comprendre l'articulation entre le parcours des acteurs du système alimentaire, leur rapport au système alimentaire et la façon dont ce dernier influence les stratégies qu'ils adoptent et leur matérialisation dans les circuits d'approvisionnement. En outre, dans la mesure où il s'agit de porter son attention aux représentations des individus et au rôle qu'elles jouent dans l'exercice du métier, cette approche permet d'appréhender les modalités de participations à la transition socio-écologique de manière dynamique. Si l'objectif de la deuxième partie était de proposer un cadre pour caractériser les pratiques des primeurs, la troisième vise notamment à aborder la façon dont les pratiques et les représentations des primeurs évoluent au cours du temps et face à la confrontation à l'exercice du métier.

**Troisième partie. Construire
l'alternative : primeurs, métier et marché
en transitions**

La précédente partie a permis de caractériser les primeurs alternatifs au regard des pratiques et des profils conventionnels. Nous avons également mis au jour la diversité des circuits d'approvisionnement qui naissent de l'inscription dans une perspective de transition socio-écologique du système alimentaire. La troisième partie a pour objectif de donner à voir comment les primeurs fabriquent ces alternatives, pour mieux comprendre leur diversité. Ils ont la particularité de proposer des alternatives de marché (Hinrichs, 2000), donc de chercher à transformer le système alimentaire en s'inscrivant dans une profession et un marché « déjà-là ». Les deux sont caractérisés par des normes, des modes de régulation et des formes d'interactions très ancrés. Cela invite à s'interroger sur la façon dont les primeurs alternatifs manifestent dans leurs discours et leurs pratiques la transition pour laquelle ils s'engagent à travers leur activité. En quoi cet engagement transforme-t-il leurs relations aux autres professions et individus impliqués dans la filière ? Plus largement, comment et dans quelle mesure ces commerçants proposent-ils un modèle différent tout en participant à une économie de marché dont certains des fondements sont la source des limites identifiées dans le système alimentaire contemporain (Rastoin, Gherzi, 2010; Wiskerke, 2009) ? Le rôle que jouent les primeurs alternatifs dans la transition socio-écologique peut ainsi être saisi à travers les négociations qu'ils mettent en œuvre pour trouver une place dans le secteur.

Nous parlons de négociation dans la mesure où leur posture est la résultante d'essais successifs pour faire correspondre leurs pratiques avec ce qu'ils se représentent comme une trajectoire de transition. La définition de leur place passe aussi par des interactions avec d'autres acteurs du système alimentaire ou de l'économie de marché. Il en résulte des stratégies différentes, d'un primeur à l'autre mais aussi au cours de la carrière de chacun d'entre eux. De ce point de vue, il faut aussi adopter une lecture dynamique de leur participation à la transition, qui prenne en compte le passé, le présent et le futur de leur activité. Au passé, ils n'ont pas la même trajectoire personnelle et professionnelle et n'ont ni les mêmes ressources, ni les mêmes motivations à exercer le métier de primeur. Au présent, la mise en œuvre de leur projet commercial est infléchie par des obstacles ou des opportunités imprévus. Les adaptations apportées par les commerçants peuvent remettre en question la façon dont ils envisagent leur participation à la transition. Enfin, tous n'ont pas créé leur entreprise au même moment et nous les avons donc interrogés à des stades de développement différents. De ce fait, ils ne projettent pas de la même manière le futur de leur activité. Par exemple, pour les entreprises créées le plus récemment, les voies tracées par les primeurs plus expérimentés peuvent constituer des perspectives de développement.

Sauf exception, cette partie s'appuie sur des entretiens approfondis réalisés auprès de douze primeurs alternatifs, présentés dans le tableau 177. L'analyse des stratégies, trajectoires et représentations permet d'identifier des proximités entre certains primeurs, qui sont synthétisés dans

⁷⁷ Ce tableau reprend une partie des éléments qui figurent dans le tableau de présentation des primeurs rencontrés en entretien proposé en Annexe 3.

plusieurs tableaux dans les chapitres 7 et 8. L'objectif n'est pas pour autant de construire une typologie des primeurs alternatifs, mais plutôt d'identifier les aspects du métier qui permettent de comprendre les déterminants de leur participation à la transition du système alimentaire.

Tableau 1 – Présentation des primeurs alternatifs interrogés en entretien, Paris, 2020

Nom de la personne interrogée	Année de création	Nombre de points de vente en Île-de-France			Types de primeurs (cf. chapitre 5)		Type de logistique (cf. chapitre 5)		
		1 à 3	4 à 7	+ de 7	Terroirs	Local	Internalisé	Délégué	Hybride
Vincent	2006								
Reda	2012								
Cédric	2013								
Janice	2013								
Tanguy	2014								
Annabelle	2016								
Pauline	2016								
Philippe	2017								
Matthieu et Laure	2019								
Sophie	2019								
Franck	2019								
Samia	2020								

Source : NRPrimParis 2020

Les chapitres 7 et 8 traitent de la construction de l'alternative à deux échelles. Dans le chapitre 7, nous nous intéressons à la façon dont la perspective de transition oriente le rapport des primeurs à leur métier. Interroger cette dimension de leur activité sous un angle relationnel revient à interroger comment ces commerçants redéfinissent leur rôle d'intermédiaire, entendu ici comme un acteur à l'interface entre des consommateurs et des fournisseurs. Les primeurs se saisissent de cette question à l'aune de leur trajectoire et de la place qu'y occupe la perspective de transition. De même que les relations aux clients et aux producteurs les conduisent à proposer une nouvelle définition de leur métier, leur parcours les inscrit dans des contextes d'action différents.

Le chapitre 8 replace ce rapport au métier dans l'économie de marché à laquelle ils participent en tant que commerçants. Le secteur commercial parisien est concurrentiel, il est également traversé

par des mutations. Certaines, impulsées par la gouvernance alimentaire territoriale, ont trait à la transition du système alimentaire. D'autres concernent la structuration des circuits de distribution et ne reposent pas sur les mêmes rationalités. Les primeurs mettent par exemple en place des stratégies pour maintenir voire accroître leur présence au sein de ce marché. Elles reflètent le sens qu'ils donnent à l'alternative et la place qu'ils lui accordent dans un contexte où la rentabilité économique reste un curseur majeur de leur activité.

Chapitre 7. Mettre son métier au service de la transition socio-écologique

Dans son étude des commerçants gentrificateurs de l'Est parisien, Frédérique Leblanc (2017, cf. chapitre 2) montre que leur entrée dans le métier, moins valorisé socialement que celui qu'ils exerçaient auparavant, est conditionnée par une installation dans des quartiers en cours de gentrification. Cette localisation contribue à ajouter de la valeur à l'exercice de la profession car elle confère aux commerçants un rôle qui dépasse celui de la mise en vente de biens ou de services. Ils envisagent leurs commerces comme des lieux de sociabilité et d'affirmation de leur classe sociale, qui participent à des transformations du quartier qu'ils appellent de leurs vœux. Ces objectifs se manifestent dans leur rapport au métier et la façon dont ils se mettent en scène :

« Le commerçant ne peut donc pas se contenter d'exercer son activité au mieux de ce que lui permet son savoir-faire pratique ou technique : il lui faut se mettre en scène lui-même ainsi que son activité pour faire ressortir des compétences socialement situées telles que l'autonomie dans le travail, la capacité à mener à bien un projet, à se singulariser, à se renouveler, voire à diriger quelques salariés. Sont par là même exposées son hexis corporelle et la qualité de son éducation dans ses interactions, tandis que ses goûts et son esthétique se donnent à voir dans la sélection et la mise en place d'un assortiment qui le singularise. » (Leblanc, 2017, p. 90)

On retrouve une démarche similaire de la part des primeurs alternatifs. La redéfinition du rapport au métier a cependant moins trait à la localisation de l'activité⁷⁸ qu'à la place que ces commerçants entendent jouer dans le système alimentaire, qui est cohérente avec leur volonté de contribuer à sa transition. En développant – ou en cherchant à développer – des circuits d'approvisionnement en direct de producteurs, les primeurs alternatifs participent en effet à la reterritorialisation du système alimentaire. Ils continuent malgré tout de représenter une étape entre leurs fournisseurs et leurs clients, qui peut en principe les placer en porte à faux par rapport à leur ambition d'être acteurs de la transition. En d'autres termes, ils sont confrontés dans leur pratique aux débats théoriques autour de la délimitation des systèmes alimentaires alternatifs et de leurs acteurs (cf. chapitre 2). Pour y répondre, ils cherchent à démontrer la valeur créée par leur position spécifique d'intermédiaire dans le processus de reterritorialisation. Ils insistent pour cela d'une part sur leur capacité à rendre les fruits et légumes accessibles aux habitants des centres urbains denses (7.1), d'autre part sur les services qu'ils rendent aux producteurs (7.2). Selon les circuits d'approvisionnement qu'ils adoptent, cette accessibilité et ces services sont de nature différente. Ils permettent en cela de mieux caractériser ce qui différencie les primeurs alternatifs dans leur rapport au métier. Reprenant la réflexion initiée par Frédérique Leblanc à propos des commerçants gentrificateurs, nous nous attacherons également à relier cette redéfinition à la trajectoire des primeurs

⁷⁸ Le secteur d'implantation joue malgré tout un rôle, puisque l'on a vu dans le chapitre 4 que les primeurs alternatifs s'implantent préférentiellement dans des quartiers marqués par la gentrification.

alternatifs (7.3). La perspective de transition n'occupe pas la même place dans le parcours des individus et n'a donc pas le même effet sur la façon dont ils la convoquent pour s'approprier et redéfinir leur rôle de commerçant.

7.1 – « On a beaucoup d'informations à transmettre » : une relation au client orientée par la recherche d'accessibilité

Les primeurs alternatifs ont tous mis en avant leur volonté de contribuer à une meilleure accessibilité aux fruits et légumes qu'ils considèrent comme durables (cf. chapitre 5). L'accessibilité revêt trois dimensions. Elle est d'abord physique, dans la mesure où ils rendent disponibles des produits sur un marché auparavant dominé par l'offre du MIN de Rungis. Elle est ensuite informationnelle, la boutique constituant un lieu privilégié de sensibilisation aux propriétés valorisées dans les fruits et légumes, mais aussi dans les circuits d'approvisionnement adoptés (7.1.a). Enfin, à travers les prix qu'ils pratiquent, les primeurs peuvent aussi rendre les produits accessibles sur le plan économique (7.1.b).

7.1.a – Le commerce comme lieu de pédagogie

La majorité des primeurs alternatifs appréhendent le statut d'intermédiaire sous l'angle d'une transmission des connaissances acquises auprès des fournisseurs vers leurs clients. Il s'agit de les informer sur les contraintes liées aux saisons, aux modes de production ou aux aléas climatiques. Cette mission pédagogique naît d'une critique des modes de consommation favorisés par le système agro-industriel :

« Il faut communiquer sur tout, il faut tout expliquer aux gens parce que les gens aujourd'hui sont perdus. Et qu'est-ce qui les a perdus : la grande distribution. Où on a tout, toute l'année. [...] Dans le fruit et légume, on a une spécificité, c'est respecter des produits de terroir, et de saison. [...] J'ai eu le cas hier à la boutique, "bonjour monsieur vous avez du raisin ?" "bah non monsieur désolé la saison des raisins Moscatel du Chili vient de se terminer, mais c'est pas un raisin que je fais parce que je sais qu'il est archi traité à la base, par contre attendez le mois de juillet vous allez avoir les premiers raisins muscats du mont Ventoux qui sont une appellation d'origine protégée et qui eux sont français."

Question : et les gens comprennent dans ce cas-là ?

Vincent : le gars comprend. Lui va comprendre, par contre [il y en a] à qui je dis "non je n'ai pas de figues en ce moment" ils vont dire "tant pis on va à la concurrence". Ils me le mettent dans le nez, mais je m'en fous, parce que pour moi le but recherché c'est... ma droiture dans l'exercice de mon métier, c'est d'apporter cette professionnalisation et de faire comprendre aux gens qu'il y a une saisonnalité pour tout. »

Entretien avec Vincent, responsable de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Il y a une forte articulation entre la redéfinition du rapport aux clients et l'inscription dans une perspective de transition, présentée ici comme une remise en cause des modes de consommation associés au développement de la grande distribution. Elle passe, pour Vincent, par ce qu'il décrit comme une « professionnalisation » du métier, qui renvoie notamment à la capacité à mettre en lumière les spécificités de chaque filière – celle des fruits et légumes se caractérisant par la saisonnalité, où chaque produit est adapté à une saison et un territoire de production. Lors des entretiens, les anecdotes à propos de l'ignorance des clients sur certains aspects du système alimentaire, ou d'incohérence dans leurs modes de consommation, ont été des moments privilégiés pour saisir comment les primeurs appréhendent la transition. C'est particulièrement autour du mode de production et des niveaux de prix que se cristallisent les points d'incompréhension qu'ils ont soulevés. Cédric, responsable de neuf points de vente, a par exemple décrit les différents éléments sur lesquels il devait fréquemment insister lors de ses échanges avec les clients :

« Cédric : La dernière fois, il y a une dame qui rentre dans la boutique et qui dit "ouais là-bas chez [entreprise S] elles sont à un 1,30 € et c'est bio" et je lui dis "mais c'est super ! Mais moi je défends pas ça. Là le producteur il touche 1,30 € par salade. Chez [l'entreprise S], s'il fait une marge de deux [...] il touche 70 centimes par salade madame votre producteur". Et puis bio c'est un label, j'essaie de l'expliquer aux gens, c'est pareil. Le bio c'est des produits que tu as le droit d'utiliser sans aucune limite de quantité. Donc tu peux traiter au soufre parce que c'est pas nocif pour l'humain, mais ça tue la terre. Et ça, c'est bio. T'achètes du bio espagnol, tout le monde sait que c'est des migrants payés au lance-pierre et on te répond "non, mais on s'occupe de la terre et pas des hommes". [...] Ça a le mérite d'être clair, nous on leur dit, "si vous êtes là pour acheter un label, on a des pommes, des poires, des citrons qui sont bio. On a des avocats, par exemple on travaille avec des producteurs bio sur l'Etna" ! Donc c'est stylé, ça fait plaisir, mais tu vois par exemple on a travaillé avec un producteur qui était en conventionnel avant. Mais on avait une explication à ça et du coup c'est juste la transparence, c'est expliquer aux gens pourquoi on a de l'avocat, pourquoi on a de la banane. Parce que circuit court aussi il y en a plein qui connaissent pas.

Question : oui, ils pensent que c'est pas loin ?

Cédric : oui ! [...] Quand tu dois lancer une boutique, t'as deux mois d'explications, j'ai un speech je pense que je peux te le faire même en dormant !

Entretien avec Cédric, responsable de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

À sa création, le réseau de points de vente dans lequel Cédric est salarié était une association, dont l'objectif était de lutter pour une meilleure rémunération des producteurs. Il est resté central dans le modèle commercial et se manifeste dans le discours de Cédric, sur le site internet de l'entreprise ainsi qu'en boutique, où les étiquettes de prix informent les clients sur le prix d'achat des fruits et légumes aux producteurs et donc sur la marge réalisée par l'entreprise lors de la revente. Ce réseau de boutiques est également représentatif des stratégies d'approvisionnement qui visent à mettre en valeur des patrimoines maraîchers en France et dans certains pays européens. La façon dont Cédric décrit les principaux points à aborder avec les clients – le direct producteur, la juste

rémunération, le mode de production – reprend exactement ces différents points. Il met en lumière la façon dont il appréhende la transition du système alimentaire à laquelle il participe, tout en lui donnant l'occasion d'explicitier son caractère unique par rapport à d'autres modèles de distribution, telle que les franchises spécialisées dans les produits issus de l'agriculture biologique. Cette démarche pédagogique, qui est aussi une manière de clarifier l'identité du commerce, est cohérente avec la faible mobilisation par ces primeurs des labels existant dans le champ de l'alimentation et de la distribution. Chacun d'entre eux revendique en effet de proposer une trajectoire de transition unique, incarnée par les circuits d'approvisionnement construits et les jeux d'acteurs qui y sont favorisés. Cette démarche peut être reliée à la volonté de distinction dans un marché concurrentiel (cf. chapitre 8).

Cette attention portée à la dimension pédagogique de leur activité pousse les primeurs alternatifs à mettre en place une grande diversité d'outils de communication à destination de leurs clients. La mise en scène commerciale vise directement à donner des informations sur les fruits et légumes et leur mode de consommation. Cela passe par exemple par des fiches recettes, des affichages en vitrine sur les nouveaux arrivages en fonction des saisons (Figure 7.1.a), ou encore des panneaux expliquant les spécificités de certains produits, par exemple lorsqu'ils sont vendus moins chers, car abîmés ou hors calibre (Figure 7.1.b). Une place importante est également accordée à la présentation des fournisseurs et des lieux de production (Figure 7.1.c). Elle donnent à voir la proximité avec la capitale, mais également la contribution des exploitations agricoles à la transition du système alimentaire, en insistant sur l'impact de leurs pratiques sur les manières de préparer et de conserver les produits (Figure 7.1.d).

Le rôle des salariés préposés à la vente est aussi central dans cette démarche. Chez les primeurs conventionnels comme alternatifs, une partie de leur travail consiste à faciliter la vente de produits abîmés, ou proches de leur niveau de maturité maximal. La particularité des primeurs alternatifs réside dans le fait que les produits matérialisent le système alimentaire qu'ils veulent défendre. Dès lors, les explications apportées par les vendeurs à propos de l'apparence des fruits et légumes, de leur mode de production ou de leur goût participent à la création de leur valeur d'achat. Dans l'entreprise de Janice, cela a orienté le passage d'un fonctionnement par casiers en libre-service à un modèle de boutique plus classique :

« Ce qu'on n'avait pas prévu et qui a été chouette, c'est vraiment ce contact client et de vraiment pouvoir parler des maraîchers, des produits. [...] Donc ça avec le distributeur⁷⁹, c'était pas possible et ça a été une très belle surprise, c'est quelque chose qui a été beaucoup développé dans notre nouveau concept, c'est vraiment d'avoir une relation forte avec le client et de lui transmettre ce qui se passe dans le champ et de lui parler de nos maraîchers. D'ailleurs il y a des maraîchers parfois qui viennent dans nos boutiques pour faire des dégustations, on est vraiment le lien entre le champ et le consommateur. Donc on a

⁷⁹ Janice fait ici référence aux casiers dans lesquels étaient auparavant distribués des colis de fruits et légumes.

beaucoup d'informations à transmettre qui passent aussi par moi. Moi mon travail, c'est que je récupère les informations des maraîchers et je les retransmets aux boutiques. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Le rôle de communication sur les propriétés des produits est investi par l'ensemble des salariés, puisque Janice indique que son rôle en tant que responsable logistique est aussi de transmettre des informations sur les maraîchers et les conditions de production des fruits et légumes. Les circuits d'approvisionnement sont donc aussi, de ce point de vue, des canaux de communication qui visent à donner des clés de compréhension sur les propriétés des produits au moment de leur vente. Dans le discours des primeurs, cette dimension de leur activité est souvent présentée comme une manière d'être plus transparent sur les circuits construits et de sensibiliser les consommateurs de manière générale – et donc pas uniquement leurs seuls clients – sur certains aspects du système alimentaire qu'ils souhaitent encourager ou critiquer. Pour ce faire, ils utilisent les réseaux sociaux, en particulier Instagram. Parmi les primeurs alternatifs avec qui nous avons réalisé un entretien, sept avaient un compte actif, quatre avaient un compte inactif⁸⁰, et un seul n'avait pas de compte. Bien que nous n'ayons pas mené d'enquête exhaustive pour quantifier la présence des primeurs conventionnels sur les réseaux sociaux, celle des primeurs alternatifs nous paraît inédite, tant par son caractère généralisé que par les contenus qui y sont associés. En premier lieu, l'association de textes et de photos permet d'associer une dimension esthétique au discours porté par les primeurs et donc de construire une image de marque autour de leur activité. Les pages d'accueil des profils Instagram de certaines entreprises reflètent un travail important d'harmonisation dans le type de photos prises et les chartes graphiques mobilisées (Figure 7.2).

⁸⁰ Nous avons considéré qu'un compte était inactif lorsqu'aucune publication n'avait été proposée depuis au moins six mois.



Sur le mur adjacent à la vitrine, ces deux affiches donnent des informations complémentaires sur les fruits et légumes commercialisés. Celle de gauche liste les produits qui sont récoltés au mois de septembre. Celle de droite propose une recette à partir de l'un d'entre eux, le potimarron. Les recettes portent souvent sur des légumes réputés pour leurs difficultés de préparation, ou qui sont peu connus. Ailleurs dans la boutique, on trouve par exemple un usage original de la betterave, en brownie (photo ci-dessous).

a. Affiche de présentation des fruits et légumes du mois de septembre et recettes dans une boutique Au Bout du Champ (75 014)



b. Message d'information à propos d'un lot d'oignons hors calibre, dans une

Dans la photo ci-contre, le panneau des prix indique le message suivant : « Ces oignons sont plus petits que la norme, c'est pour ça qu'ils sont moins chers ». Ce message permet d'expliquer pourquoi, dans une boutique qui met en avant une meilleure rémunération des producteurs, il est possible de trouver certains produits à des prix inférieurs à ceux d'autres primeurs voire de la grande distribution. Elle démontre également la démarche de réduction du gaspillage dans laquelle s'engage l'entreprise.



Figure 7.2 – Extrait de trois pages d’accueil de primeurs alternatifs sur Instagram, 2022
 Source : Comptes Instagram des entreprises (Capture d’écran) / Traitement : Adobe Illustrator

Une partie des publications portent sur des informations pratiques : horaires d’ouverture, jours de fermeture exceptionnels, menu de petite restauration rapide ou ouverture d’un nouveau point de vente, etc. Une autre partie renvoie à des opérations de communication plus ciblées sur les spécificités de leur approche du métier et les valeurs qu’ils défendent. Elles donnent à voir les étapes qui précèdent la commercialisation des fruits et légumes, avec des publications portant sur les entrepôts (Figure 7.3.a), les lieux de production, ou encore les producteurs et leurs pratiques (Figure 7.3.b). Elles permettent aussi aux primeurs d’expliquer certains de leurs choix d’approvisionnement. Par exemple, l’exploitante de la boutique Curiosités, localisée dans le 13^e arrondissement de Paris, a composé une publication pour justifier le développement d’une gamme d’avocats produits en Espagne (Figure 7.3.c), ce qui est *a priori* contradictoire avec certains critères de sélection défendus, notamment l’approvisionnement à proximité géographique de Paris. Cette exploitante mobilise aussi Instagram pour informer ses clients sur la conjoncture du système alimentaire. Dans la figure 7.3.d, elle explique par exemple que l’été 2021 a été « pourri » sur le plan agricole, pour justifier la rareté de certains fruits et légumes généralement vendus entre août et octobre, tels que les cerises, les poires ou les fraises. Là encore, il s’agit de communiquer sur l’offre présente – ou absente – en la reliant à ses conditions de production et de sensibiliser les clients aux contraintes rencontrées par les agriculteurs.

Ce type de publication permet également de se prémunir de critiques sur la faible quantité de certains fruits et légumes particulièrement sollicités par la clientèle. Ces discours sont rares par rapport aux autres formes d’expression sur Instagram, mais ils sont cependant révélateurs du rôle important joué par ce moyen de communication dans la construction de la relation avec les potentiels clients. Cette fonction d’interaction est renforcée par la place accordée aux commentaires. Par exemple, lorsque Paysan Vrac a publié en septembre une photo d’aubergine sur le point d’être récoltée, une internaute s’est interrogée sur leur culture tard dans l’année – « des aubergines fin septembre » – ce à quoi l’entreprise a répondu en invoquant « la météo exceptionnelle cette année en

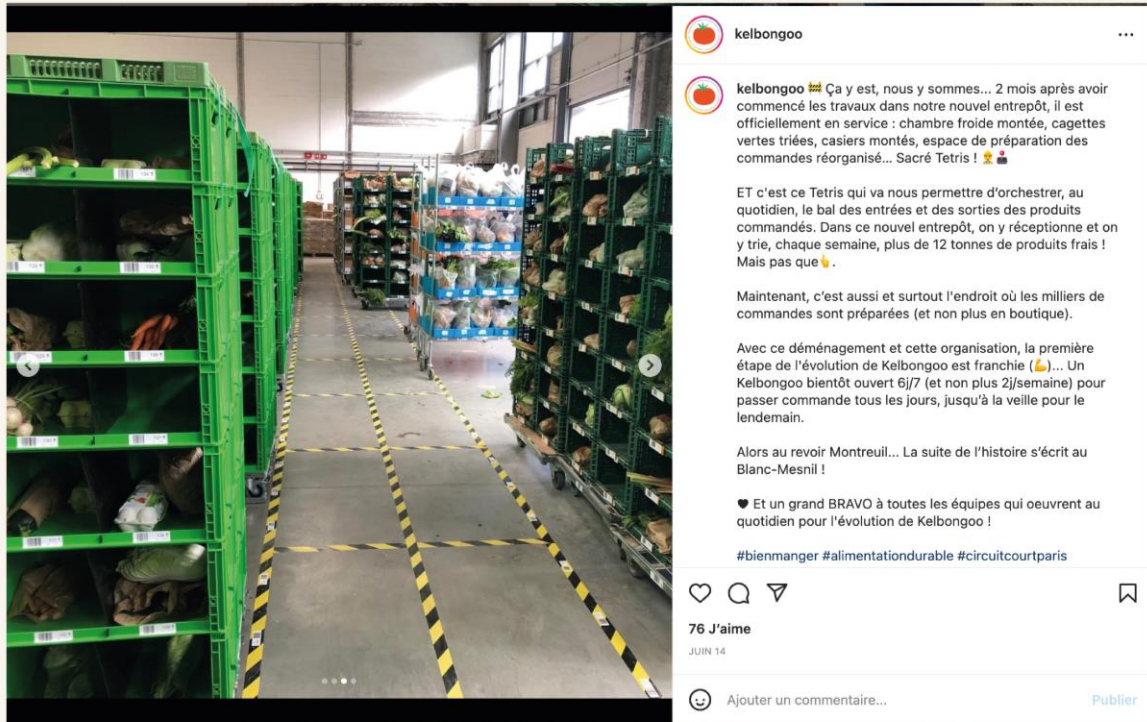
septembre » (Figure 7.3.b). Cette capacité de communication est présentée par certains primeurs peu actifs sur les réseaux sociaux comme un élément manquant à leur stratégie commerciale. :

« Je vois [il cite un réseau de commerces indépendants], je sais ce qu'ils ont comme produits, la marge qu'ils font, et je vois leur Insta (*sic*) et même moi j'aurais envie d'aller là-bas ! Il y a des trucs tout bêtes, tu as un suivi, ils travaillent avec seize producteurs t'as le portrait du producteur en 4K⁸¹, nous on est avec 180 producteurs quand on fait un portrait il est en noir et blanc affiché sur un panneau... [...] D'un autre côté on arrive à tourner malgré ça, mais dès que je dis [il cite le nom de son entreprise] les gens ils ne voient pas de quoi je parle. [...] Tu dois raconter une histoire, il faut qu'elle soit jolie, tu ne peux pas raconter tout à tout le monde. »

Entretien avec Cédric, responsable de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

« Raconter une histoire » autour de l'activité commerciale suppose des compétences spécifiques de mise en récit de l'engagement pour la transition du système alimentaire. Cédric insiste sur le fait qu'elles ne sont pas innées et de fait, les primeurs les plus actifs sur Instagram sont aussi ceux qui ont ouvert leur commerce après avoir exercé des métiers de cadre dans le secteur tertiaire. On peut faire l'hypothèse que leur capacité de communication est issue de ce parcours, qui apparaît ainsi adapté à une reconversion dans l'activité commerciale. Au-delà des compétences détenues par les exploitants, le déploiement de ces différents dispositifs traduit aussi une reconnaissance par ces derniers du rôle qu'ils peuvent jouer dans l'attractivité de leur entreprise. C'est l'un des points sur lesquels insiste Cédric quand il souligne que « même [lui] aurai[t] envie d'aller » dans un commerce concurrent dont il critique pourtant les pratiques d'approvisionnement. Les entreprises qui sont actives sur les réseaux sociaux investissent donc du temps et de l'argent dans cet aspect de leur activité, notamment en embauchant des chargés de communication. Chez trois des douze primeurs alternatifs, un poste au moins était ainsi dévolu à cette tâche. De ce point de vue, la présence sur les réseaux sociaux répond, au même titre que la mise en scène commerciale, à deux objectifs : celui de la transmission pédagogique de connaissances sur le système alimentaire et celui de distinction en vue d'attirer de nouveaux clients.

⁸¹ C'est-à-dire en haute définition.

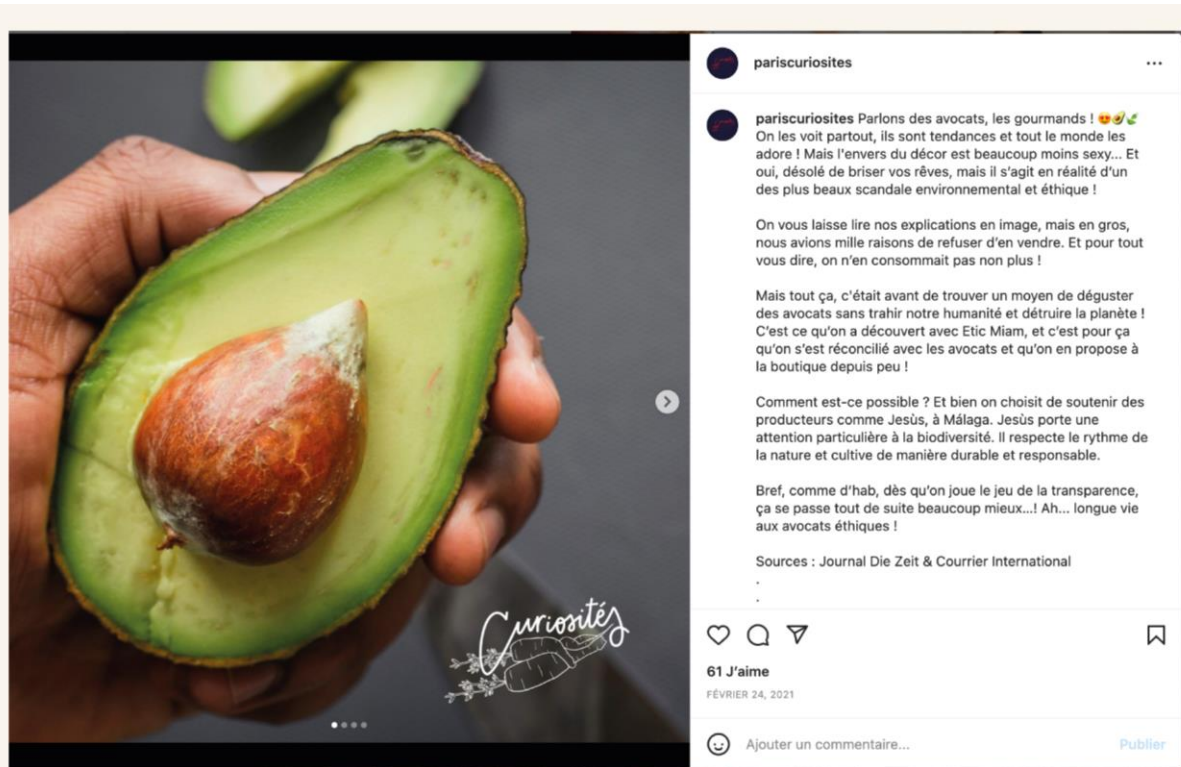


a. Publication sur le compte Instagram de l'entreprise Kelbongoo (@kelbongoo) - juin 2022



Paysan Vrac a été fondée par des agriculteurs, qui mettent donc en avant sur leur compte Instagram l'actualité de leur activité agricole. La publication leur permet également de rappeler leurs jours d'ouverture et les principes qui guident leur modèle commercial.

b. Publication sur le compte Instagram de l'entreprise Paysan Vrac (@paysanvrac) - septembre 2020



c. Publication sur le compte Instagram de l'entreprise Curiosités (@pariscuriosites) - février 2021



d. Publication sur le compte Instagram de l'entreprise Curiosités (@pariscuriosites) - Septembre 2021

Figure 7.3 – Quatre publications de primeurs alternatifs sur Instagram, 2022

Source : Comptes Instagram des entreprises (Capture d'écran) / Traitement : Adobe Illustrator

7.1.b – Une diversité d’interprétations de l’accessibilité économique aux produits

Tous les primeurs alternatifs ont évoqué lors des entretiens les niveaux de prix qu’ils pratiquaient pour justifier de la transformation de leur rôle en tant qu’intermédiaires. La majorité d’entre eux recherchent un équilibre entre leur soutien à une meilleure rémunération des producteurs, qui peut se manifester par des prix plus élevés que dans d’autres circuits de distribution et la volonté de favoriser l’accès à une alimentation durable au plus grand nombre. Ainsi, confrontés à – ou anticipant – des critiques de la part de certains clients sur les prix des fruits et légumes, deux types de réponses sont proposées par les primeurs alternatifs. Le premier ensemble d’arguments vise à justifier les niveaux de prix par une rémunération équitable des producteurs, par rapport à celle pratiquée dans la grande distribution. Sophie, par exemple, vend des fruits et légumes déclassés, c’est-à-dire qui ne correspondent pas aux calibres reconnus dans la filière, au même prix que les produits conformes :

« Je n’oblige pas le moins cher parce que... ça coûte à produire aussi, ça prend du temps. Et de mon côté je le mets pas moins cher parce que justement je veux pas qu’on se dise que c’est moins bien. Donc du coup c’est les mêmes prix, parfois les gens râlent un peu. [...] Je leur dis que c’est la grande distribution qui a dit à un moment que c’était classé ou déclassé. »

Entretien avec Sophie, exploitante d’un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d’une coopérative de producteurs.

Le second type de réponse tend à relativiser l’écart de prix entre les différents types de points de vente et de modes d’approvisionnement, en particulier les primeurs conventionnels qui représentent l’une de leur principale concurrence au sein des centralités commerciales, mais aussi dans le type de clientèle ciblée :

« Après c’est vrai que parfois on est amenés à en parler parce que les gens dans les boutiques nous disent "oui c’est moins cher là-bas !" Oui parce qu’on ne fonctionne pas du tout pareil et je pense qu’au bout du bout nos maraîchers sont forcément mieux rémunérés que ceux-là. C’est obligé. [...] De toute façon soit c’est vendu plus cher à la fin, soit c’est acheté moins cher au début... Mais [les primeurs conventionnels] sont souvent quand même plus chers que nous. [...] Donc nous on est plutôt sur, voilà, 50 % de marge, enfin fois deux sur tous les produits en moyenne. Alors oui sur certains produits on marge un peu plus parce que sur d’autres on sait qu’on margera moins, les fraises, les produits de ce genre. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Dans son argumentation, Janice articule la fixation des prix dans une logique de répartition équitable de la valeur au sein de la filière et la comparaison avec d’autres circuits, dont elle critique l’opacité dans la définition de leur marge. Sa description de la politique de l’entreprise sur ce point constitue un troisième mode de justification des prix pratiqués, qui permet d’insister sur l’existence de produits d’appels, c’est-à-dire des fruits et légumes très plébiscités par les consommateurs, comme

les fraises, pour lesquels l'entreprise choisit d'appliquer une marge moins importante pour les vendre moins cher et être donc concurrentielle vis-à-vis d'autres primeurs, voire de la grande distribution. Cette stratégie existe chez l'ensemble des primeurs (cf. chapitre 4), mais elle a la particularité, chez ceux alternatifs, d'être utilisée pour légitimer et populariser le mode d'approvisionnement qu'ils défendent :

« Nous ce qu'on veut très clairement, ce que je veux, c'est aller piquer des clients à Naturalia, Bio c' Bon et tous ceux-là. On était en promo sur la courgette française, il y a un mois maintenant, on arrivait à faire 2€90 le kilo de courgettes françaises bio quand Carrefour ne le fait pas, en conventionnel. Eh bien là je suis fier de moi et je montre au client que le bio c'est pas si cher que ça. J'arrive à faire le brocoli à 1€50 la tête, en gagnant de l'argent hein, je le donne pas, mais j'achète intelligemment, je travaille en direct producteur, je réduis les coûts, bref, je fais le meilleur pour sortir un prix cohérent. Et quand vous sortez le brocoli à 1€50, que vous mangiez bio ou pas, 1€50 c'est un bon prix. Donc j'ai des gens qui ne mangent pas bio, je peux vous dire qu'ils sont venus acheter seulement deux têtes de brocolis ! Ils reviendront peut-être plus jamais, mais ce jour-là j'ai pris 3€ que Carrefour n'a pas pris, que Naturalia n'a pas pris, etc. ».

Entretien avec Reda, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Face à un marché dans lequel les produits issus de l'agriculture biologique ont des prix supérieurs à ceux de l'agriculture conventionnelle, Reda s'approvisionne directement auprès de maraîchers en partie pour se distinguer de la concurrence et communiquer sur la possibilité de proposer des tarifs abordables dans le commerce indépendant. L'achat en direct des producteurs renvoie donc ici à des rationalités qui sont différentes de celles observées chez la majorité des primeurs, sans pour autant être contradictoires avec l'objectif de participer à la transition.

Ces différentes positions vis-à-vis de l'accessibilité économique aux fruits et légumes donnent à voir les spécificités du rôle que les commerçants entendent jouer dans la transition socio-écologique du système alimentaire. En l'occurrence, les prix pratiqués témoignent d'une recherche d'équité dans la filière, en comparaison avec les pratiques prédatrices de la grande distribution et l'opacité de celles des primeurs conventionnels. Face à ces derniers, les commerçants alternatifs font encore une fois valoir leur rôle de transmission, en insistant sur la transparence qui entoure les marges qu'ils tirent de la commercialisation des produits et en adossant les promotions éventuelles à leur efficacité logistique. Quelques primeurs adoptent une position différente et fondent leur modèle commercial et d'approvisionnement sur la recherche de prix les plus bas possibles, pour s'adresser aux ménages en situation de précarité économique. Cette démarche est marginale, puisqu'elle a été observée chez seulement deux entreprises, celles de Pauline et d'Annabelle. L'accessibilité économique des fruits et légumes pour les ménages les moins aisés a été au centre de la création de leur activité et a donc guidé la conception des circuits d'approvisionnement et des fournisseurs. Pour le cas du point de vente dont Annabelle est responsable, alors que les exploitants souhaitaient initialement réaliser leurs achats en

direct des producteurs, ils sont finalement passés pour la majorité d'entre eux par un grossiste à service complet pour limiter les coûts logistiques (cf. chapitre 5).

Le traitement de l'accessibilité économique est donc particulièrement différenciant dans les modèles adoptés par les primeurs et illustre les différentes manières par lesquelles ils construisent un équilibre entre l'accessibilité qu'ils souhaitent favoriser pour les consommateurs et le débouché profitable qu'ils revendiquent de constituer pour les producteurs. En revanche, il n'y a pas de lien de causalité entre le type de proximité géographique valorisée – terroir ou local – et les dispositifs pédagogiques mis en place par les primeurs alternatifs. Sur ce plan, c'est leur parcours professionnel jusqu'à l'exploitation ou la gestion d'un point de vente qui oriente les stratégies adoptées. Il détermine les compétences acquises en matière de mise en scène commerciale en boutique et en ligne. Dans ce contexte, on peut aussi interpréter les investissements consentis pour la communication par une partie des primeurs comme une manière de manifester leur rattachement à un mode spécifique d'exercice du métier, dans lequel la commercialisation de produits est un support de la participation à la vie de quartier et la sensibilisation à des modes de consommation. L'affirmation de ce rôle dans le territoire les rattache à des mutations plus générales dans le commerce de bouche, qui participent de la revalorisation sociale de cette profession (Delamarre, 2013; Delfosse, 2017; Leblanc, 2017). De ce point de vue, les primeurs alternatifs qui mettent le plus en scène leur participation à la transition la rende compréhensible pour une partie des consommateurs parisiens en adoptant des codes qui existent par ailleurs dans leur secteur d'activité. Cette accessibilité est plus ou moins sélective, et c'est sur ce point que l'approche pédagogique qu'ils déploient rejoint l'importance qu'ils accordent à l'accessibilité économique de leur commerce.

7.2 – « Les maraîchers ne sont pas là pour faire de la livraison » : offrir des débouchés aux producteurs

Les différentes dimensions de l'accessibilité mises en avant par les primeurs alternatifs s'appuient toutes sur la valorisation d'une relation privilégiée avec les producteurs. Au-delà de la communication auprès des clients, les exploitants cherchent à travers leur activité à rendre service aux producteurs, en leur donnant accès au marché parisien et à ses spécificités. Or, s'ils n'ont pas présenté de limites à leur rôle vis-à-vis des consommateurs, celui qu'ils exercent auprès des producteurs est plus ambigu. S'ils offrent effectivement un débouché supplémentaire aux agriculteurs, leur proposition s'inscrit dans un contexte de forte croissance des circuits qui partagent un objectif similaire, sous la forme de commerces ou de dispositifs visant à faciliter la commercialisation en direct par les producteurs (Darrot *et al.*, 2021). Les primeurs alternatifs doivent donc démontrer leur utilité en tant qu'intermédiaire auprès de ces acteurs fortement sollicités pour écouler leur production, notamment en Île-de-France où les surfaces maraîchères sont peu nombreuses au regard du bassin de

consommation que représente la région (Laithier, Vauléon, 2018a). Cette situation peut être de nature à remettre en cause le projet de certains exploitants :

« Je commence à démarcher, discuter, et je me rends compte qu'en fait les producteurs d'Île-de-France ont moins ce problème de fruits et légumes déclassés qu'ailleurs. Parce qu'en Île-de-France les circuits courts ou semi-courts sont quand même assez développés. Donc je me disais "grand bien vous fasse, il faut que je réfléchisse autrement". Ça m'a un peu découragée, je me rappelle à ce moment-là de m'être dit "j'essaie de répondre à un truc où en fait il n'y a pas de besoins" ! Mais je me suis replongée dans les études et je me suis dit "si en fait il y a un gros problème" ! Il faut juste chercher ailleurs. »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs.

En décrivant comment ils entendent rendre service aux maraîchers et en cherchant à justifier la légitimité de ce service, les primeurs décrivent donc sur un autre registre leur apport en tant qu'intermédiaires alternatifs au système alimentaire. Les circuits qu'ils mettent en œuvre rendent ainsi plus ou moins service aux producteurs sur le plan logistique et ont en commun de leur apporter une connaissance des modes de consommation et de leurs évolutions (7.2.a). C'est d'autant plus le cas que les primeurs alternatifs que nous avons interrogés constituent un débouché sur le marché parisien, qui a un fonctionnement particulier (7.2.b).

7.2.a - Donner des outils logistiques et des informations aux producteurs

Les primeurs alternatifs prennent en charge à des degrés divers les tâches associées au transport et au stockage des fruits et légumes (cf. chapitre 6). Pour les primeurs qui internalisent ou délèguent à des transporteurs l'ensemble des fonctions logistiques, cette dimension de leur activité est présentée comme le principal service rendu aux producteurs :

« On a toujours travaillé de la même façon. Si toi tu veux ouvrir ta boutique, ce qui va être difficile c'est qu'il va falloir acheter toi-même les produits. [...] Donc, le frein il est là, c'est-à-dire que nous dès le début on s'est dit "bon bah on va aller le chercher nous-mêmes, on va faire la logistique". On a toujours travaillé comme ça. On a créé ce truc, on s'est dit "bon les légumes on les veut on va les chercher, les maraîchers ne sont pas là pour faire de la livraison". [...] On est toujours partis du fait que le maraîcher il est dans son champ et ce n'est pas à lui de faire la livraison. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

La description de l'ampleur du service logistique rendu aux producteurs constitue également pour l'entreprise dans laquelle Janice est salariée une manière de se distinguer de ses concurrentes. Elle insiste ainsi sur la redistribution des tâches au sein de la filière fruits et légumes favorable aux maraîchers et considère que les entreprises qui ne prennent pas en charge la logistique ne sont pas viables. Les primeurs qui demandent aux producteurs auprès desquels ils s'approvisionnent de

prendre en charge une partie du transport ou du stockage ont conscience des limites de ce mode de fonctionnement. On perçoit ce regard critique dans la description que fait Philippe des interactions avec ses fournisseurs – et ceux qui ont refusé de l'être. Exploitant d'un point de vente à Paris et d'un autre à Lyon, il décrit son expérience dans la métropole lyonnaise, en faisant un parallèle direct avec la capitale :

« C'est que Paris comme Lyon même combat, pour un producteur... [...] Entrer dans Lyon ça leur prend un temps fou, ça les emmerde, et voilà. Et du coup, trouver des producteurs qui ont des tournées de livraison sur Lyon, l'idée c'est... c'est que pour eux tu sois un débouché intéressant, il ne faut pas qu'il s'embête à venir te livrer si ça lui bouffe ses journées. Donc... voilà l'idée c'est vraiment d'être pour lui une... un potentiel débouché supplémentaire et c'est finalement très très compliqué notamment sur le fruit et légume c'est une vraie galère. [...] Moi je bosse aujourd'hui avec une coopérative de producteurs du Rhône et après sinon les mecs qui rentrent dans Lyon, et concrètement ils ont bien raison, ils favorisent à 300 % de faire de la vente en direct, donc soit livrer des AMAP soit faire des marchés. Ils ont très clairement raison, mais du coup bah ça les intéresse pas de proposer leurs produits à des revendeurs on va dire, ou alors il faut vraiment qu'ils soient juste à côté et à côté de ça tu n'as pas accès à tout parce qu'ils privilégient le direct donc un maraîcher isolé n'ayant pas une production astronomique, tu récupères très concrètement des fonds de cagette quoi. »

Entretien avec Philippe, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès de coopératives de producteurs.

Le statut de revendeur auquel se rattache Philippe reflète son absence de marges de manœuvre en matière de mise en circulation des fruits et légumes. D'une part, il ne dispose pas des moyens techniques d'organiser des tournées dans leurs exploitations. D'autre part, son rôle de commerçant, ou de revendeur pour reprendre ses propres termes, est de proposer une offre régulière à ses clients. Dans ce contexte, les primeurs mobilisent d'autres arguments que la logistique pour justifier leur utilité en tant qu'intermédiaires. Le premier d'entre eux renvoie à leur capacité à partager des informations sur le fonctionnement et les attentes du marché, dans une logique équivalente à la démarche pédagogique adoptée auprès des clients :

« Moi j'aime bien dire que ça redonne une réalité du consommateur au producteur et une réalité du producteur au consommateur. Parce qu'en gros un produit, il se peut que cette semaine il n'y en ait pas, parce que, je ne sais pas, il n'a pas plu cette semaine-là, ça n'a pas poussé, ou il y a une maladie à un moment sur un type de légume qu'on n'aura pas. [...] Pour les producteurs c'est ce qu'ils recherchent aussi, quand ils distribuent dans ce genre de magasins, c'est d'aller aussi en direct avec les clients et apporter des trucs un peu directement. Sachant que les producteurs, ils passent dans la boutique eux-mêmes parce qu'ils livrent, donc ils peuvent être amenés à croiser des clients, qui vont leur poser des questions. Ou moi-même, les employés, on les appelle en direct dès qu'on a des questions. Il y a une vraie transparence par rapport à ce qui peut être fait [dans d'autres boutiques]. »

Entretien avec Franck, responsable d'un point de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Dans les faits, ces rencontres imprévues entre les producteurs et les consommateurs sont rares, dans la mesure où la livraison dans les points de vente est le plus souvent assurée par des prestataires de services. La fréquence des dégustations en présence des producteurs a également fortement diminué au cours des trois dernières années en raison de l'épidémie de covid-19. Cependant, si les rencontres ne se font pas entre maraîchers et clients, les primeurs insistent sur leur rôle de médiateur. Les prises de commandes représentent par exemple des moments privilégiés pour échanger sur la vie des exploitations agricoles d'une part, des attentes du marché d'autre part. Ces interactions peuvent donner lieu à des formes de planification des cultures :

« Il y a un intérêt à échanger. Il y a aussi dans nos producteurs par exemple une productrice qui fait de la framboise, des produits transformés et qui va sans doute étendre sur d'autres fruits, donc nous on peut lui dire quelles sont les attentes clients... ça peut être aussi un producteur qui produit un truc à l'origine, il y en a un par exemple qui fait un truc juste à côté et qui s'est mis à faire du kiwi – enfin il a fallu le tanner ! – des myrtilles et de la rhubarbe. Du coup je l'ai fait rentrer en petit producteur sur la myrtille et petit à petit il s'agit d'arriver sur des choses plus diversifiées... et de lui dire "tiens j'ai tel besoin, voilà ce que tu pourrais développer" et regarder pour chacun ce que nous on aurait besoin et ce que lui il peut faire... »

Entretien avec Franck, responsable d'un point de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Cette démarche de planification joue un rôle important dans la territorialisation du système alimentaire, dans le sens où les circuits développés par ces primeurs participent d'une transformation des structures agricoles en Île-de-France. Dans le même état d'esprit que Franck, Matthieu souligne par exemple que, parmi les producteurs qu'il sollicite pour s'approvisionner, « on retrouve beaucoup de gens qui retournent aux fruits et légumes, dans les élevages de poules pondeuses, ou les petits élevages de viande, parce qu'ils savent qu'avec Paris il y a un débouché quoi » (entretien avec Matthieu).

En tant qu'intermédiaires, ces primeurs alternatifs revendiquent de participer, grâce à leur connaissance des tendances de consommation, à la transformation des pratiques agricoles et, plus largement, du système alimentaire. Ils revendiquent également d'être des acteurs parmi d'autres de la diversification des débouchés offerts aux agriculteurs. Tous les primeurs alternatifs ont ainsi indiqué que leurs fournisseurs avaient recours à d'autres circuits de distribution que celui qu'ils proposaient, le plus souvent aux marges du système agro-industriel – vente à la ferme, marchés de producteurs, casiers, AMAP... :

« 95 % des gens avec qui on travaille ont déjà un débouché commercial sur le marché ou en magasin de producteur, nous ça nous permet de... d'éviter qu'il y ait des gens qui perdent pied par rapport à leur production. [...] Si, on a un retour qualité d'un client, mais qui est lui-même un pro, qui revend lui-même, c'est pas tout à fait pareil. Lui il va être intéressé par la conservation, par l'aspect, voilà, mais... voilà, c'est, du coup je trouve ça intéressant

d'avoir des gens indépendants sur leur commercialisation, avec plusieurs débouchés, du coup autonomes et qui font des choix par rapport à leur production, et qui... et qui du coup ont plusieurs niveaux de commercialisation aussi, du gros, demi-gros, détail. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de cinq points de vente, approvisionnement en direct de producteurs

La diversité des circuits est perçue de manière positive par les commerçants. À leurs yeux, elle permet aux producteurs de ne pas dépendre d'un seul mode de distribution et donc de disposer d'un modèle économique plus solide. Ils accèdent également à une plus grande variété de retours sur leurs produits, puisque les circuits ne visent pas la même clientèle et ne sont donc pas associés aux mêmes attentes. En se présentant comme un débouché complémentaire à d'autres modèles de commercialisation, les primeurs alternatifs font valoir leur volonté de participer à une transformation des modes de distribution. Ils s'opposent à la concentration des flux de fruits et légumes par quelques entreprises de grossistes et de la grande distribution (Rastoin, Ghersi, 2010) en insistant sur le fait qu'ils ne souhaitent pas devenir le seul débouché des producteurs auprès desquels ils s'approvisionnent⁸². Cette démarche participe à la reterritorialisation du système alimentaire dans la mesure où elle s'appuie sur la création d'interaction avec des distributeurs proches géographiquement, et qui partagent un certain nombre de valeurs à propos des modes de production et de commercialisation :

« Ce qui est important c'est que les territoires soient dynamiques, qu'il se passe des choses, et que les gens ils vivent de leur métier et que ces métiers-là soient durables et pérennes, voilà. Donc déjà le fait que les gens se connaissent, soient en contact, mutualisent des transports... créent une dynamique, voilà locale, déjà pour moi c'est de la paysannerie et c'est une manière de définir comment je vais choisir. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de cinq points de vente, approvisionnement en direct de producteurs.

Ces différents éléments sont révélateurs du sens que les primeurs accordent à leur fonction d'intermédiaire et de l'importance que revêt pour eux la nature de la relation qu'ils entretiennent avec les producteurs. Au-delà du débouché qu'ils cherchent à constituer sur le plan fonctionnel, les interactions qu'ils entretiennent participent de la redéfinition de leur rôle dans le système alimentaire, dans le sens d'une influence importante sur les manières de produire des fruits et légumes. Nous nous concentrons ici strictement sur le sens donné par les commerçants à leur activité dans la mesure où il n'a pas été possible, dans le cadre de l'enquête de terrain, d'attester ou de quantifier cette influence sur les territoires de production. En effet, les primeurs n'ont pas recours à la contractualisation et une enquête complémentaire auprès des producteurs serait nécessaire pour mieux appréhender la matérialisation de l'ambition des intermédiaires. La volonté des primeurs de constituer un débouché

⁸² Ce discours est plus ambigu lorsqu'il s'agit des circuits développés par d'autres primeurs alternatifs à Paris, comme nous le verrons dans le chapitre 8.

complémentaire est néanmoins cohérente avec les différents travaux qui se sont intéressés aux circuits de commercialisation des producteurs vers l'Île-de-France et qui démontrent la diversité des types de circuits courts adoptés par ces derniers (Aubry, Kebir, 2013; Stephens, 2021).

7.2.b – Donner accès au marché parisien

Une autre plus-value sur laquelle insistent les primeurs alternatifs réside dans leur implantation à Paris. En premier lieu, il s'agit d'une métropole à laquelle il est complexe d'accéder en tant que producteur, du fait de congestions importantes sur les voies routières (Bognon, 2014). Pour rendre cette difficulté d'approvisionnement tangible, Franck évoque la prospection des fournisseurs en termes de temps de trajets plutôt que de distance au centre de Paris :

« Pour les distances on aura plus de mal à trouver des producteurs très proches à Paris ; 80 km à Paris ça fera vite 2 à 2h30 de route aller, 2 à 2h30 retour. Ça complexifie la donne en termes de transport par rapport à la province où ils peuvent être juste à côté et eux ils ont des livraisons de légumes quotidiens. C'est une vraie différence. Pour nous c'est impossible, enfin pas impossible, mais très difficile d'avoir un maraîcher qui soit à un quart d'heure. Un quart d'heure ça fait 200 m dans Paris. »

Entretien avec Franck, responsable d'un point de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Pour les primeurs qui internalisent la plus grande partie du transport, ce contexte légitime d'autant plus leur existence et leur permet de faire valoir leur expertise plus seulement en tant que commerçants, mais comme prestataires d'un service logistique (cf. chapitre 8). Au-delà de cette fonction, le fait d'exercer dans un marché caractérisé par un pouvoir d'achat plus élevé que dans les alentours immédiats des lieux de production est présenté comme une opportunité pour ne pas négocier le prix d'achat de la marchandise avec les producteurs. La spécificité de la capitale réside également, selon eux, dans la possibilité pour les maraîchers d'écouler des produits peu connus, grâce notamment à leur travail de pédagogie auprès des citoyens :

« C'est une belle relation qu'on a et c'est assez symbolique parce qu'ils sont très fiers pour certains que leurs produits soient vendus à Paris. [...] Donc ça leur permet aussi... de vendre des produits qui ne se vendent pas trop chez eux, je parlais des blettes ou d'autre chose, le consommateur parisien et le consommateur [de nos boutiques], il est aguerré. Il est très soucieux du goût, de la fraîcheur, on l'a éduqué comme ça. On lui a fait découvrir des légumes qu'il ne connaissait pas, ou qu'il connaissait peu, qu'il a réappris à manger parce que la fraîcheur fait qu'ils sont meilleurs, des choux de Bruxelles pas trop amers... Des salades ultras fraîches et j'en passe, enfin tous nos produits. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Les avantages du débouché parisien mis en avant par les primeurs ne reposent cependant pas uniquement sur la diversité des produits qu'il est possible d'écouler. Janice indique que les

producteurs sont « fiers » de vendre leurs produits, sous-entendant un certain prestige de la capitale à leurs yeux. Cette représentation fait écho, dans leur discours, à un certain prestige de la capitale, associé notamment à la gastronomie⁸³. Vincent, par exemple, a fait le choix avec l'exploitant du stand dont il a la responsabilité de développer une offre de fruits et légumes haut de gamme destinée aux restaurateurs :

« J'ai eu le réflexe de me mettre à travailler avec les restaurants du quartier, en choisissant les restaurants qui faisaient de la nourriture... [...] on va dire de la nourriture digne de ce nom ! [...] Ceux qui avaient les moyens ont été intéressés. Parce que comme vous pouvez le constater, en fait on va vendre de l'asperge verte de Pertuis à 34 € le kilo, du citron de Nice, à 11,95 € le kilo, tous les primeurs ne le font pas. J'ai quand même une gamme de produits qui est assez élevée et assez riche, et pas spécialement donnée. »

Entretien avec Vincent, responsable de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Trois autres primeurs ont indiqué lors des entretiens vendre une partie de leurs fruits et légumes à des restaurateurs (cf. chapitre 8), en soulignant systématiquement les attentes élevées de ces derniers en matière de qualité et de spécificité des produits. Elle correspond à une source de revenus complémentaire pour ces commerçants, en même temps qu'elle assoit d'après eux leur légitimité autant auprès des producteurs que des consommateurs. Une dernière manière de démontrer leur valeur en tant qu'intermédiaire réside dans leur capacité d'achat. Cet argument est principalement mobilisé par les primeurs qui disposent d'un nombre important de points de vente. Cet argument semble être une réaction face au refus de certains producteurs de leur vendre des fruits et légumes, dans la mesure où ils disposent de débouchés suffisants en vente directe, ou avec des grossistes, en particulier dans le cas des agriculteurs installés en Île-de-France. C'est notamment pour cette raison que des primeurs comme Pauline font le choix d'élargir leur périmètre de prospection, notamment en Picardie (Hauts-de-France), pour obtenir des prix moins élevés⁸⁴, mais aussi car elle anticipait que les producteurs en Île-de-France avaient déjà de nombreux débouchés en vente directe ou sur les marchés régionaux :

« C'était intéressant pour nous d'aller un petit peu plus loin, en nous disant que notre service était plus pertinent pour ces producteurs qui ont du mal à accéder aux débouchés parisiens alors qu'un producteur d'Île-de-France potentiellement il peut plus facilement aller sur un marché ou dans une AMAP. Aujourd'hui on se rend compte que c'est un peu plus compliqué, qu'en fait c'est pas toujours des filières très structurées et qu'y compris en Île-de-France les producteurs peuvent avoir besoin d'un relai logistique. »

Entretien avec Pauline, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

⁸³ Il serait nécessaire d'interroger les producteurs pour confirmer ce sentiment et le relier éventuellement à d'autres paramètres de leurs interactions avec les distributeurs parisiens.

⁸⁴ Elle explique que ces prix plus faibles par le fait que les producteurs appliquent des tarifs cohérents avec ceux des marchés de plein vent dans des territoires où le pouvoir d'achat des consommateurs est moins élevé.

En l'occurrence, cette saturation des débouchés concerne surtout des producteurs installés depuis plusieurs années voire plusieurs générations et qui produisent des quantités importantes. De ce fait, ils ont aussi construit au cours du temps des circuits de commercialisation, ce qui explique qu'ils aient peu de marchandise disponible pour travailler avec des commerçants spécialisés en dessous d'une certaine quantité d'achats, ou d'une prise en charge logistique complète. Dans le même temps, les producteurs installés sur de plus petites parcelles, ou plus récemment, ne sont pas perçus par les primeurs qui disposent d'un nombre important de points de vente comme des fournisseurs fiables pour leur activité commerciale :

« Nous on bossait avec plusieurs maraîchers isolés qu'on avait rencontrés dans des AMAP, un peu de partout, des assos aussi qui font de la revégétalisation de Paris, etc. qui ont des cultures sur toit, ce genre de choses. Donc au début c'était un peu tout ça, ça venait d'un peu partout, on suivait pas grand-chose, c'était un peu le bordel (sic.), c'est un fonctionnement en fonction de qui avait quoi, etc. Et à un moment ce n'était juste plus possible, parce que toi tu es obligé d'avoir une offre qui est logique dans ta boutique et t'es obligé d'avoir tout simplement une offre déjà, si les clients quand ils viennent une fois sur deux ils trouvent rien, c'est pas possible. Donc effectivement nous le seul système qu'on a trouvé pour avoir quelque chose de beaucoup plus carré c'est de passer par la Coop bio, et aussi un peu les Paniers bio du Val de Loire. Au-delà des paniers aux particuliers, ils font aussi un peu de revente à des clients professionnels. »

Entretien avec Philippe, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès de coopératives de producteurs.

À nouveau, Philippe mobilise la fonction de revendeur pour relativiser le service rendu aux producteurs. La relation partenariale voulue par les primeurs est ainsi mise en balance avec leur statut d'intermédiaire, qui implique une régularité dans l'offre proposée aux clients. La difficulté d'interaction avec un nombre important de petits producteurs vient aussi des faibles capacités financières et humaines dont Philippe dispose pour développer son activité. Elles ne lui permettent pas de mettre en place un circuit à même de s'adapter aux aléas rencontrés par les producteurs. La constitution d'équipes dédiées à l'approvisionnement ou aux relations avec les producteurs, y compris lorsque la logistique est déléguée à des entreprises spécialisées, est une manifestation de l'investissement nécessaire à cet équilibre.

À travers la façon dont les primeurs décrivent leur rôle à la croisée du service aux producteurs et du renforcement de l'accessibilité aux consommateurs (Tableau 7.1), on retrouve différentes facettes de l'intermédiation telle qu'elle a été analysée dans les travaux qui se sont concentrés sur le rôle de ces acteurs dans les circuits courts et de proximité. On peut qualifier une partie des personnes interrogées de primeurs logisticiens : c'est à travers cette fonction qu'ils rendent service aux producteurs et rendent possible la diversification des circuits de distribution. En créant sur-mesure des modes de transport et de stockage des fruits et légumes, ils influencent aussi leur qualité, et c'est sur ce point qu'ils insistent lorsqu'ils les présentent aux consommateurs. Une seconde catégorie de

primeurs, que l'on peut qualifier de médiateurs, insiste plutôt sur le rôle d'ambassadeur associé à la figure d'intermédiaire : ils se reposent sur des infrastructures logistiques existantes – transporteurs, carreaux de producteurs dans les MIN, grossistes ou coopératives – pour acheminer les fruits et légumes et concentrent leurs investissements sur la construction d'outils et de canaux pour les valoriser auprès d'une clientèle disposant d'un pouvoir d'achat plus élevé que dans d'autres contextes territoriaux. On peut de ce point de vue tenter d'associer leur rapport au métier aux différentes dimensions de la proximité proposées par Cécile Praly, Carole Chazoule, Claire Delfosse et Patrick Mundler (2014, cf. chapitre 2). Tous les primeurs alternatifs insistent sur leur capacité à renforcer la proximité spatiale entre producteur et consommation, même si cette démarche prend des formes différentes. Il en va de même pour la dimension économique, dans la mesure où tous se donnent comme mission de participer à une meilleure rémunération des agriculteurs et, plus largement, au renforcement de leur autonomie dans le système alimentaire. Les primeurs logisticiens se perçoivent avant tout comme des agents du renforcement de la proximité fonctionnelle, qui correspond au « moyen d'acheminer et d'adapter le produit de la production à la consommation » (Praly et al., 2014, p. 264). Leurs investissements se concentrent sur cet aspect de leur métier. Les primeurs médiateurs valorisent quant à eux leur capacité à renforcer, à travers le discours et la mise en scène commerciale, la proximité relationnelle entre producteurs et consommateurs, c'est-à-dire « les moyens de renforcer les conditions de l'échange marchand : confiance, partage de valeurs, de connaissance, etc. » (ibid.).

L'investissement dans ces deux dimensions n'est pas incompatible et la distinction entre les primeurs logisticiens et médiateurs repose avant tout sur des niveaux de priorités différents accordés à la dimension fonctionnelle ou relationnelle de la proximité. Pour une partie des commerçants, le rôle de médiateur est envisagé comme une étape vers celui de logisticien, qu'ils considèrent comme plus complet dans ses apports aux différentes parties prenantes de la filière, mais qu'ils n'ont pas les moyens techniques et économiques de mettre en œuvre à ce stade de développement de leur entreprise. D'un autre côté, les primeurs logisticiens accordent aussi une grande importance à leur rôle de médiateur et d'informateur sur le fonctionnement du marché parisien. Les choix qu'ils font pour construire leur rôle en tant qu'intermédiaire sont conditionnés par leur parcours, les ressources économiques, relationnelles et techniques dont ils disposent, à partir desquels ils réalisent des arbitrages pour mettre en œuvre un modèle le plus proche possible de ce qu'ils considèrent comme une trajectoire souhaitable de transition. Or, la place occupée par cette perspective de transition est elle-même variable dans les motivations qu'ont les primeurs à exercer ce métier.

Tableau 7.1 – Type de service rendu aux producteurs par les primeurs alternatifs

Nom de la personne interrogée	Type de logistique (cf. chapitre 5)			Service rendu aux primeurs	
	Internalisé	Délégué	Hybride	Logisticien	Médiateur
Vincent					
Reda					
Cédric					
Janice					
Tanguy					
Annabelle					
Pauline					
Philippe					
Matthieu et Laure					
Sophie					
Franck					
Samia					

Source : NRPrimParis 2020

7.3 – Trois modes d’engagement dans la transition

Pour les primeurs alternatifs, leur entreprise est un moyen de contribuer à la transition socio-écologique du système alimentaire. Ils interprètent différemment cette démarche, ce qui se manifeste dans leurs stratégies d’approvisionnement et le rapport qu’ils entretiennent aux autres parties prenantes de la filière. De manière générale, leur exercice du métier est dépendant du sens qu’ils accordent à la perspective de transition. Les outils de la sociologie de l’entrepreneuriat sont particulièrement pertinents pour saisir comment ces différents aspects s’articulent (cf. chapitre 2). Pour rappel, l’entrepreneuriat est ici appréhendé comme un ensemble de logiques qui orientent l’action des individus ou des organisations. Parmi elles, on retrouve « une forme de projection vers un avenir qui n’est pas le résultat immédiat de l’action en cours, mais une configuration souhaitée d’acteurs et de ressources, un état du monde devant résulter d’un processus enchaînant des séquences d’actions ou interactions » (Chauvin, Grossetti, Zalio, p. 23). La logique d’action entrepreneuriale se caractérise aussi par une dimension narrative, c’est-à-dire que les individus construisent une intrigue autour de

leur trajectoire, qui vise à articuler leur passé à la position qu'ils occupent au moment où ils sont interrogés et à celles qu'ils envisagent d'avoir dans le futur.

Les primeurs alternatifs déploient à travers leur activité une forme de projection vers une transition du système alimentaire. Ce sous-chapitre vise à analyser la façon dont se manifeste cette projection, pour mieux comprendre les différentes manières selon lesquelles ils appréhendent l'interaction entre la transition qu'ils appellent de leurs vœux et l'exercice de leur métier. Lors des entretiens approfondis, nous avons interrogé les primeurs sur les raisons qui les avaient poussés à créer leur entreprise ou à faire évoluer leurs pratiques d'approvisionnement. Les explications qu'ils donnaient à ce propos donnent particulièrement à voir la place qu'ils accordent à la perspective de transition dans l'exercice du métier. Nous leur avons également systématiquement demandé comment ils se présentaient lorsqu'ils devaient décrire leur profession. Il s'agissait notamment de savoir s'ils se reconnaissaient plutôt comme primeur, commerçant ou entrepreneur. Les réponses à ces questions illustrent la façon dont les primeurs définissent leur activité, y compris à partir du regard qu'ils portent sur d'autres dénominations que celles à laquelle ils se rattachent. Celle d'entrepreneur, en particulier, a généré des avis tour à tour très favorables, critiques, voire nettement défavorables. Elles ont permis de comprendre comment ces primeurs définissent leur propre entreprise de transformation du système alimentaire. Deux profils de primeurs se détachent de ce point de vue : les premiers cherchent à professionnaliser, à travers leur commerce, un engagement préalable en faveur d'une transition socio-écologique (7.3.a) ; les seconds insistent plutôt dans leur discours sur l'opportunité de marché que constitue l'inscription dans une perspective de transition (7.3.b).

7.3.a – Professionnaliser son engagement pour le système alimentaire

La moitié des primeurs alternatifs interrogés, s'ils n'avaient pas d'expériences professionnelles préalables dans la filière des fruits et légumes, s'étaient déjà engagés pour une transition socio-écologique, qu'elle concerne ou non le système alimentaire. Dans le récit de leur entrée dans le métier, ils ont souligné avoir été sensibilisés à ces processus, par leur famille, leurs études ou leurs premières expériences professionnelles :

« Le déclic, je dirais que ça a été de se dire qu'en fait on peut pas vraiment penser les questions écologiques sans penser les questions sociales... en fait le constat c'était de se dire qu'on est depuis cinquante ans sur un modèle agricole intensif avec la PAC qui continue d'encourager le développement de grosses structures, l'approvisionnement international... et le modèle grande distribution avec beaucoup d'intermédiaires qui écrasent les marges des producteurs ce qui fait que beaucoup disparaissent ou qu'il y a des savoir-faire, qui sont plutôt écrasés dans les logiques comme ça industrielles. Et donc les consommateurs, en fait ils mangent des produits pas bons, qui n'ont pas de goût, qui ne sont pas frais, pour lesquels on va privilégier le calibre, la tenue au transport et à l'étalage au lieu de privilégier le goût. »

Entretien avec Pauline, exploitante de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Pauline articule les questions écologiques à celles sociales, politiques et économiques, en rappelant que les producteurs sont « écrasés dans les logiques industrielles » et par la PAC qui promeut une agriculture intensive. C'est à cette configuration qu'elle associe les problèmes écologiques de disparition des savoir-faire maraîchers et la disparition des qualités nutritives d'une partie des fruits et légumes. Ce discours est exemplaire d'une approche systémique, qui met en exergue les logiques d'interdépendance entre les conséquences environnementales, sociales et économiques du fonctionnement de modèle agroalimentaire. Pauline insiste par exemple sur le fait que cette structuration est liée à un jeu d'acteurs économique et politique spécifique. Cette capacité à formuler un discours systémique est le fruit d'une socialisation spécifique. Pauline souligne dans l'entretien avoir eu des parents militants, qui l'ont sensibilisée aux questions de justice sociale (cf. chapitre 5). Cette socialisation primaire a été complétée par un cursus universitaire en relations internationales, dont l'un des débouchés est le travail dans des organisations non gouvernementales dont elle ne partageait pas la même vision politique. Elle a alors pris la décision de travailler, après ses études, dans un service départemental dédié à l'éducation populaire en Île-de-France, notamment pour « [s']investir plutôt sur [son] territoire d'origine » (entretien avec Pauline). C'est dans ce cadre qu'elle se familiarise avec les problématiques écologiques liées au fonctionnement du système alimentaire, à travers des échanges avec le public cible de son travail d'éducation populaire :

« Moi quand je faisais l'éduc pop, on avait des échanges avec les habitants des quartiers, du [département], ce qui revenait très souvent c'est "oui j'aimerais bien manger local, frais, responsable et tout, mais en fait c'est hors de prix, c'est inaccessible à Paris, les fermes elles sont beaucoup trop éloignées". Donc du coup pour moi il y avait vraiment un enjeu à se dire "ok le circuit court, mais si c'est pour créer une niche où seule l'élite parisienne peut se permettre de se nourrir en circuits courts et en produits fermiers, pour moi c'est pas du tout le rôle de l'agriculteur en fait". Le rôle pour moi d'un producteur local c'est de nourrir les habitants de son territoire et pas seulement de devenir un produit de luxe, qui serait vendu à une élite sur Paris. Donc vous voyez du coup la question de l'accessibilité elle était vraiment au cœur des réflexions qu'on a eues dès le début sur le modèle économique. »

Entretien avec Pauline, exploitante de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Le positionnement de Pauline sur le marché, très axé sur l'accessibilité économique et géographique à des produits qu'elle considère comme durables, est né de sa trajectoire professionnelle, marquée par son précédent emploi dans une institution publique, auprès de personnes en situation de précarité. C'est aussi cette position dans un premier temps extérieure au secteur commercial qui lui a permis d'identifier ce qu'elle considère comme des limites de sa structuration, notamment la concentration de l'offre s'adressant à une clientèle aisée. La spécificité de son parcours lui permet de se démarquer des structures potentiellement concurrentes sur le marché de la vente en direct des producteurs, telles que La Ruche Qui Dit Oui qu'elle mentionne à plusieurs reprises lors de l'entretien. Dans ce contexte où les primeurs sont très critiques vis-à-vis du marché

et de son fonctionnement, le choix de développer une activité commerciale plutôt qu'une autre forme d'engagement – en tant que consommatrice ou membre d'association par exemple – est présenté comme une manière de renforcer leur autonomie, à la fois sur le plan hiérarchique, mais aussi dans la définition de leur rôle vis-à-vis du système alimentaire. Ces deux points – autonomie et engagement militant – sont fortement mêlés dans le récit qu'ils font de leur entrée dans le métier. Pauline justifie comme suit sa démission de son emploi pour créer une activité de primeur avec son conjoint :

« En fait [avec mon conjoint] on voulait, oui, avoir un projet qui incarnait on va dire nos valeurs. On avait aussi envie de faire quelque chose sur lequel on soit vraiment assez libres, parce que les [collectivités territoriales] c'est quand même très...

Question : cadré ?

Pauline : cadré, contraint, bref c'est une administration, une institution publique donc c'était pas hyper simple, on était quand même pas mal dépendants du politique, des budgets, bref. »

Entretien avec Pauline, exploitante de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Pauline a souhaité créer une entreprise pour définir en dehors d'un cadre existant ce qu'elle considérait comme une trajectoire souhaitable de transition. Elle se matérialise dans les choix d'implantation des points de vente et la stratégie d'approvisionnement. Cette autonomie renvoie aussi à une prise de distance vis-à-vis de l'organisation des collectivités publiques, jugées ici trop dépendantes d'un agenda politique. En créant son entreprise, Pauline cherche donc à créer un cadre d'activité professionnelle qui lui permet de définir son propre agenda, lié à son approche militante du système alimentaire. De ce point de vue, on peut analyser sa trajectoire comme une professionnalisation de son engagement en vue d'une transition socio-écologique.

Une partie de ces primeurs alternatifs emploie volontiers la dénomination d'entrepreneur pour qualifier cette position professionnelle, bien que dans une démarche critique, ou du moins en précisant la définition qu'ils accordent à ce terme. Il s'agit notamment de proposer une vision de l'entrepreneuriat cohérente avec leur inscription dans une perspective de transformation du système alimentaire, comme le souligne Tanguy :

« [c'est] plutôt en réaction en fait à une insatisfaction, plus que la version du bel entrepreneur qui est trop content, qui entreprend et c'est Macron, genre la France qui entreprend quoi.

Question : oui du genre startup nation.

Tanguy : oui voilà, pas du tout startup nation ! Après [...] ce qu'on a en commun en partie c'est l'innovation, parce que de toute façon entreprendre c'est innover un minimum, enfin c'est quand même aller sur des brèches de marché, aller chercher des choses que les gens ne font pas. Mais par contre de base ça vient pas du tout... c'est pas une grande satisfaction de connaître les brèches du marché en fait. [...]

Question : oui je comprends. Ça naît d'une forme de contrainte, d'un blocage externe.

Tanguy : ouais, c'est ça. [...] Du coup ça fait prendre le problème quand même je pense par sa racine, le besoin écologique plutôt que l'opportunité de marché pure. [...] Ensuite on dégage une opportunité de marché, par l'emplacement, par les conditions de vente, par tout ça, on la dégage forcément, parce que sinon on n'est pas une entreprise, sinon on gagne pas d'argent. Mais elle découle. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de cinq points de vente, approvisionnement en direct de producteurs.

L'adoption d'une posture entrepreneuriale est clairement rattachée, dans le discours de Tanguy, à une critique du fonctionnement du système alimentaire et de certains aspects du marché en tant que tel, au sein duquel il a identifié des « brèches ». Le fait de dégager un revenu en comblant cette brèche lui permet d'y consacrer son temps de travail, mais ce caractère pécunier n'a pas constitué le premier moteur de son investissement dans la transformation du système alimentaire. Son parcours présente des similarités importantes avec celui de Pauline, notamment du point de vue de la socialisation à des formes d'engagement militants. Ses deux parents ont été engagés dans des syndicats et il justifie en partie sa prise de distance avec « le bel entrepreneur qui est trop content » par ce contexte familial. Il a lancé son activité commerciale avec un associé après avoir occupé pendant plusieurs années une ferme avec des amis, dans une démarche qu'il met en relation avec sa sensibilisation à la théorie de l'effondrement⁸⁵ durant la période de ses études supérieures. Au regard de cette expérience, son choix de revenir à Paris où il a grandi pour développer une activité commerciale représente une forme de compromis entre sa volonté d'engagement pour une transition socio-écologique – qui dépasse d'ailleurs le système alimentaire – et celle de retrouver un mode de vie urbain et en dehors d'un collectif. C'est en ce sens que l'on peut comprendre son appréhension de l'activité économique comme un « moyen », dans lequel un problème social et écologique est transformé en opportunité de bénéficier d'un revenu pour consacrer son temps de travail à chercher des façons de le résoudre. Son discours vise ainsi à légitimer la capacité d'une entreprise à participer à une transition. Il opère pour cela une distinction entre l'opportunité de marché générée par l'offre proposée – la « brèche de marché » – et celle qui naîtrait du contexte dans lequel est développée cette offre – « par l'emplacement, par les conditions de vente ». Cette prise de distance vis-à-vis d'une certaine image de l'entrepreneuriat, qui est aussi une manière de reconsidérer la fonction de primeur, devient une condition pour exercer le métier de façon cohérente avec la volonté de ces commerçants d'être avant tout des acteurs de la transition socio-écologique du système alimentaire. Comme l'a indiqué Sophie lors de notre entretien, « c'était la base du truc, être primeur classique ça ne

⁸⁵ La notion d'effondrement renvoie ici à « l'horizon inévitable du régime actuel si une transition favorable à l'environnement ne se produit pas » (Bognon et Thébaud, 2020, p. 48). Elle a notamment été popularisée en France par Yves Cochet, pour qui il s'agit du « processus à l'issue duquel les besoins de base (eau, alimentation, logement, habillement, énergie, mobilité, sécurité) ne sont plus fournis à une majorité de la population par des services encadrés par la loi » (Cochet, 2011, p. 2). Cela donnerait lieu selon lui à une décroissance démographique, voire une mise en péril de certaines sociétés dans l'incapacité d'accéder et d'utiliser les ressources présentes dans l'environnement. On retrouve cette perspective dans le récit fait par Tanguy de son expérience de vie dans une communauté dont l'un des objectifs était de développer l'autosuffisance.

m'intéressait pas du tout. Enfin, je l'ai pas compris tout de suite, mais il fallait que ce soit un primeur engagé sinon ça m'intéressait pas. ».

Ce type de parcours et de motivation joue un rôle dans le rapport des commerçants au territoire. Au-delà de critères que l'on retrouve chez l'ensemble des commerçants interrogés – emplacement dans une polarité dynamique, réflexion sur les contraintes logistiques, etc. – les primeurs qui professionnalisent leur engagement ont relié ce choix d'implantation à leur volonté d'agir dans le territoire où ils ont grandi, en réinterprétant la logique de proximité souhaitée pour leur approvisionnement à l'aune de leur parcours personnel. Faisant un parallèle avec ses expériences antérieures à l'étranger dans le cadre de ses études en relations internationales, Pauline souligne par exemple qu'elle a « préféré revenir en France et puis [s']investir sur [son] territoire d'origine, qui est Paris » (entretien avec Pauline). De même, Tanguy applique à lui-même la logique de coopération territoriale qu'il valorise chez les producteurs auprès desquels il se fournit :

« C'était une manière aussi de la jouer un peu localiste à ma manière. [...] C'est une manière de dire aussi, "tu reviens aussi à tes racines", comme plein de gens pourraient revenir à leurs racines partout d'où ils viennent. [...] Mais bon, après c'est aussi, je me rappelle qu'à l'époque – bon la question se pose un peu moins maintenant – en gros on avait créé une sorte d'îlot de paix à la campagne, la question c'était comment le rendre vivable pour 1000 personnes, 10 000, un million, comment le transposer dans le béton quoi. [...] Et du coup on proposait [aux citoyens] du pratique mieux que Monoprix quoi ! C'était un peu... On leur proposait un truc à une sauce un peu refaite pour leur donner du vert, mais surtout leur montrer qu'un autre monde était possible, c'était une porte d'entrée vers, en fait, "ouvrez les yeux". »

Entretien avec Tanguy, exploitant de cinq points de vente, approvisionnement en direct de producteurs.

L'installation à Paris représente ainsi pour Tanguy une démarche cohérente par rapport à son parcours résidentiel, en même temps qu'elle correspond à l'ambition pédagogique de son projet commercial, qui visait initialement à faire « *ouvrir les yeux* » aux consommateurs parisiens sur leurs pratiques de consommation et les limites environnementales qui y sont afférentes (cf. 7.1). Pour une autre partie des primeurs, qui se définit comme entrepreneur, l'autonomie associée à ce statut et les perspectives de succès économique liées à l'activité commerciale ont joué un rôle plus central dans leur entrée dans le métier.

7.3.b - Saisir une opportunité de marché en phase avec ses aspirations professionnelles

L'autre moitié des primeurs alternatifs n'a pas placé la perspective de transition au cœur du récit de son entrée dans le métier. Ce processus, bien que central dans la construction de leur stratégie d'approvisionnement, n'a pas été un élément déclencheur de leur choix de développer une activité commerciale. Parmi eux, on retrouve des personnes entrées dans le métier suite à une reconversion et qui n'ont pas souligné lors de l'entretien l'existence d'un engagement préalable pour une transition,

contrairement aux primeurs présentés en 7.3.a. Celle-ci était avant tout présentée comme une opportunité de gagner en indépendance en sortant du modèle du salariat. Le choix de travailler dans le secteur alimentaire et en particulier de développer des produits en direct des producteurs a été plus directement relié à des goûts personnels, ainsi qu'à la détention de ressources susceptibles d'être converties sur un marché économique :

« [Le co-fondateur] lui était dans le marketing sportif à Paris, déjà donc on se connaissait depuis le lycée et lui était parti finir ses études à Paris et a commencé sa vie active à Paris. Et moi j'ai pas mal bougé pour mes études et finalement je me suis réinstallé en Franche-Comté et je bossais dans l'industrie pharmaceutique, ce qui n'a pas grand-chose à voir. Voilà.

Question : et donc l'idée de se lancer dans ce secteur c'est...

Philippe : bah l'idée c'est qu'on était fiers de notre terroir déjà, c'était un truc qui nous bottait. Et clairement je pense que nos deux carrières naissantes ne correspondaient pas forcément à nos envies et voilà, on avait des vellétés entrepreneuriales, je pense tous les deux de notre côté, et à force d'en discuter, etc. on s'est dit "allez c'est le moment d'essayer". On n'avait pas de famille ou d'enfant, donc voilà si tu te rates c'est pas la fin du monde ! »

Entretien avec Philippe, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Plutôt qu'un engagement préalable, c'est donc avant tout la volonté de créer leur entreprise qui a motivé Philippe et le co-fondateur de l'entreprise à chercher un secteur d'activité qui les intéressait tout en présentant des opportunités de marché. La promotion du terroir franc-comtois correspondait à cette recherche. Dans la mesure où les deux fondateurs du commerce sont originaires de cette région, ils ont pu s'appuyer sur cette ressource d'une part pour identifier des fournisseurs, d'autre part pour faire valoir leur légitimité à distribuer ces produits sur le marché parisien. En outre, contrairement aux primeurs déjà engagés, Philippe n'a pas développé de discours systémique pour justifier la création de son activité. La comparaison des récits d'entrée dans le métier montre également que la spécialisation dans les fruits et légumes, et l'alimentation en général, occupe une place moins importante dans les motivations des primeurs. Philippe insiste en effet plus sur ses projets entrepreneuriaux, qui ont constitué un élément déclencheur dans sa reconversion professionnelle. La figure de l'entrepreneur est ici directement mobilisée et valorisée par ces primeurs pour décrire leur activité présente, mais aussi, plus largement, la façon dont ils envisagent leur trajectoire professionnelle :

« Question : quand tu te présentes... Tu dirais que tu es plutôt commerçante, entrepreneure, primeur...

Laure : entrepreneure. Ouais !

Question : Pour quelle raison ?

Laure : Parce que je sais que si ça ne marche pas j'ai plein d'autres idées de boîtes et je remonterai un truc. Et je sais que le format salarié... Ne me permet pas vraiment de m'épanouir quoi. Après, dans la boîte dans laquelle j'étais [avant d'ouvrir la boutique],

c'était un peu un statut... tu sais ils utilisent le mot intrapreneur⁸⁶, et franchement ça m'allait à peu près quoi.

Matthieu : est-ce que tu as d'autres questions ?

Question : oui la même que pour Laure, si tu devais te présenter tu dirais que tu es plutôt commerçant, primeur, entrepreneur, agriculteur ?

Laure : je vais continuer mon boulot ! [En partant, elle dit pour Matthieu : Agriculteur !]

Matthieu : je dirais agriculteur entrepreneur

Question : oui ? Alors pour quelles raisons ?

Matthieu : agriculteur parce que c'est ma passion, entrepreneur parce que j'ai décidé de créer quelque chose en dehors de la ferme et qu'aujourd'hui, voilà on crée une entreprise. Je ne me vois pas comme un primeur. Ma spécialité ce n'est pas les fruits et légumes, on essaie d'être spécialistes dans tout donc non, pas primeur⁸⁷ »

Entretien avec Matthieu et Laure, exploitants de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Matthieu et Laure rejettent la fonction de primeur et plus généralement leur appartenance à la filière des fruits et légumes. Le seul élément qui s'y rattache est la référence au métier d'agriculteur, qu'aucun des deux n'exerçait au moment de l'entretien. Son évocation met en lumière une forme de continuité puisque les parents de Matthieu sont agriculteurs et qu'il envisage de reprendre leur activité dans le futur. L'ouverture d'une boutique est pour lui une première expérience de la double activité – agriculture et distribution – qu'il envisage d'exercer à plus long terme. Laure, quant à elle, appréhende son métier moins au regard de ce qui constitue sa pratique au quotidien que par rapport à la trajectoire professionnelle qu'elle entend construire au fil des années. Dans ce contexte, l'activité commerciale n'est ni un moyen de participer à une transition en gardant une continuité dans le métier exercé, ni une manière de rendre économiquement viable un engagement antérieur pour la transition socio-écologique. Elle est plutôt appréhendée par ces primeurs comme une étape dans leur parcours professionnel, vers d'autres formes de participation aux transformations du système alimentaire – par exemple en développant les circuits de proximité en tant qu'agriculteur dans le cas de Matthieu. Si cette forme de projection existe chez d'autres primeurs (cf. chapitre 8), la spécificité de cette catégorie réside d'une part dans le fait que leur changement de secteur d'activité est anticipé, d'autre part dans la place relativement faible accordée à la perspective de transition socio-écologique dans ces projections.

⁸⁶ Dans les sciences de gestion et dans le champ opérationnel, l'intrapreneuriat désigne les pratiques innovantes adoptées à l'intérieur des entreprises, dans lesquelles des salariés adoptent des postures qui se rapprochent de celles de l'entrepreneur (Germain, Carrier, Bloch, 2011).

⁸⁷ Lors de l'entretien, les points de vente exploités par Matthieu et Laure étaient bien spécialisés dans les fruits et légumes, dans la mesure où ces derniers constituaient la très grande majorité de leur offre et de leur chiffre d'affaires. En revanche, ils envisageaient effectivement de diversifier le type de produits commercialisés, d'où cette affirmation. Cette dimension importante de leur activité et de leur stratégie commerciale est abordée de manière détaillée dans le chapitre 8.

Les primeurs qui exerçaient déjà la profession et ont transformé leurs pratiques pour participer à la transition rejettent assez largement le terme d'entrepreneur pour qualifier leur activité. Pour autant, à l'instar des commerçants que nous décrivons ci-dessus, il s'agit aussi pour eux d'adapter leur trajectoire professionnelle pour la faire correspondre à leurs aspirations. Dans le chapitre 6, nous avons vu comment Reda, qui a développé du direct producteur en recourant aux infrastructures utilisées par les grossistes, associait cette stratégie à une volonté de reconnaissance par certains acteurs du MIN. Il indiquait ainsi vouloir « rentrer dans le cercle des coqs un peu plus gros » (entretien avec Reda). Être en mesure de développer des circuits en direct des producteurs lui confère un statut particulier auprès des grossistes du MIN de Rungis, qui ont constaté qu'il travaillait avec d'autres types de fournisseurs :

« Certains fournisseurs et grossistes à Rungis ont vu ce manège, ils le connaissent ! Ils sont venus me voir, ils m'ont dit "combien t'as payé ?" "j'ai payé tant pour tel produit" bah la semaine d'après ils m'ont dit "reviens me voir je te fais le même prix". »

Entretien avec Reda, exploitant d'un étal de marché couvert et d'une boutique, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

L'achat en direct de producteurs permet entre autres à Reda de faire jouer un nouveau type de concurrence avec les grossistes, d'autant plus important que les capacités de négociation dans le secteur des fruits et légumes issus de l'agriculture biologique sont limitées. Mais il s'agit aussi pour lui, à travers l'approvisionnement en direct, de se distinguer des autres acheteurs du MIN à travers les circuits originaux qu'il met en œuvre. Cette logique de distinction est commune aux primeurs pour qui l'approvisionnement alternatif s'inscrit dans la continuité d'une carrière marquée par des pratiques conventionnelles. L'inscription dans une perspective de transition s'appuie à la fois sur des convictions fortes sur les fruits et légumes et leur mode de production, et sur une volonté d'être concurrentiels :

« Pourquoi le produit de qualité, c'est parce que... c'est très difficile à faire, à vendre, parce que ce sont des produits qui n'ont pas le même goût que les autres. Et... lorsqu'on est entouré par la grande distribution et avec des marchands de casse sur les marchés extérieurs, le challenge est tout de suite beaucoup plus intéressant et beaucoup plus valorisant. Et ça met en valeur un peu plus le travail de commerçant de détail. »

Entretien avec Vincent, responsable de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs

Les marchands de casse correspondent ici à des primeurs conventionnels qui commercialisent aux yeux de Vincent des fruits et légumes de mauvaise qualité qu'ils se sont procurés à des prix particulièrement bas au MIN de Rungis. Le travail de distinction opéré par les primeurs comme Vincent vis-à-vis de ces professionnels et des pratiques de la grande distribution, à travers une forte sélectivité des fournisseurs qui les inscrivent dans une démarche de transition, contribue aussi à donner un sens à leur exercice du métier. Contrairement aux personnes qui ont effectué une

reconversion professionnelle, ils se décrivent d'ailleurs volontiers comme primeurs et commerçants, tout en insistant, dans un prolongement de leur démarche de distinction, sur les spécificités de leur manière d'exercer :

« Question : Si vous deviez dire à quelqu'un votre métier, vous vous voyez plutôt comme un commerçant, un entrepreneur, un primeur ? Si ces distinctions font un sens pour vous.

Vincent : alors... entrepreneur non. Parce que... le but du jeu c'est pas de développer des entreprises pour entreprendre et en recréer d'autres et créer une chaîne. Vouloir créer une chaîne, sur certaines gammes de produits aujourd'hui on a... LVMH qui le fait très bien avec La Vie Claire⁸⁸, on a Monoprix qui le fait très bien avec Naturalia... donc tous ces gens-là moi je leur laisse leur travail d'entrepreneur d'excellence (*rires*) avec grand plaisir. Je garde ma sincérité pour moi ! [...] Voilà, donc entrepreneur, non ! Primeur oui parce que j'ai des produits très bons, comme des asperges, comme la fraise de Marmande qui arrive là en ce moment, qui est de la gariguette, qui a déjà un parfum et qui vient concurrencer l'entrée sur le marché d'une fraise en culture hydroponique [...] Mais voilà, commerçant pour être commerçant non. [Je suis] primeur pour mettre en avant des produits français qui vont concurrencer des produits dégueulasses, qui sont... paupérisés, par entre guillemets, la mondialisation. »

Entretien avec Vincent, responsable de deux points de vente, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

Vincent prend ainsi le contrepied des primeurs mettant en avant leur position d'entrepreneur, en insistant sur la façon dont son expertise en tant que commerçant lui permet de concurrencer des entreprises de la grande distribution. En l'occurrence, l'entrepreneuriat se rapproche pour lui du fonctionnement de l'économie de marché telle qu'elle s'est développée dans le cadre de la mondialisation. En conséquence, c'est en revendiquant son attachement à la profession de commerçant, mais également en indiquant, à l'instar de Sophie, qu'il ne souhaite pas être « commerçant pour être commerçant » (entretien avec Vincent), qu'il manifeste son mode d'action en direction du système alimentaire. Elle est aussi une manière, pour ces primeurs, de défendre une forme de légitimité basée sur l'expérience, qu'ils mettent en regard avec des stratégies qu'ils considèrent comme opportunistes et décalées par rapport à l'exercice du métier :

« Moi quand on me demande ce que je fais je dis "vendeur de patates", parce que justement il y a cette tendance très parisienne de donner des noms folkloriques, à la fin de la journée ce que j'ai fait c'est vendre des patates. Comme dit [l'exploitant], on est des nourriciers, faut pas être prétentieux. On le fait du mieux qu'on peut, mais on reste des vendeurs de fruits et légumes tout simplement. Et après l'objectif c'est d'ouvrir le plus de boutiques possibles pour permettre au plus de producteurs possible de vivre bien comme il faut. Et moi dans l'idée, j'espère pendant un temps évoluer avec cette compagnie et après un jour j'espère que je pourrais faire mon business. Mais je sais qu'il faut, allez, quatre ou cinq ans encore de

⁸⁸ La Vie Claire, réseau de distribution spécialisé dans les produits bio, n'est en fait pas la propriété du groupe LVMH. Fondé en 1948, il a été repris en 1980 par le Groupe Bernard Tapie, puis cédé en 1996 au groupe Distriborg, spécialisé dans la production et la distribution d'aliments biologiques. En 2010, une filiale de Natixis, Naxicap, est également entrée au capital de l'entreprise (Coquaz, 2018).

patience. [...] On donne plein d'exemples de mecs (*sic*) qui lancent des startups, mais dès que tu creuses un peu il y a ou des fonds d'investissement, ou papa, ou maman, ou un truc, mais t'as très peu de gars qui à 30 ans sont chefs d'entreprises. »

Entretien avec Cédric, responsable de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

En choisissant de se présenter comme primeur, commerçant ou encore entrepreneur, les professionnels que nous avons interrogés mettent en lumière les représentations qu'ils associent à chacune de ces dénominations. De ce point de vue, le terme valorisé par chacun d'entre eux nous renseigne sur la façon dont ils envisagent tous les autres et ce qu'ils disent du rôle d'un intermédiaire dans le système alimentaire. Lorsque Cédric affirme être un « vendeur de patates » et critique certains modes d'entrée dans le métier, il met ainsi en lumière le décalage qui existe à ses yeux entre sa représentation du marché des fruits et légumes et de son fonctionnement et celles de primeurs nouvellement entrés dans le métier. Il souligne aussi ce qu'il perçoit une reconnaissance inégale des formes de contribution à la transition, induite par des capacités d'investissements plus importantes chez certains primeurs en reconversion. Si elle n'est pas avérée sur le plan des moyens économiques, elle est en revanche manifeste pour ce qui concerne la maîtrise des outils de communication (cf. 7.1). Or, la façon dont il définit son rôle est antagoniste de celle des primeurs entrepreneurs : pour ces derniers, c'est en menant une profonde mutation du métier qu'ils rendent la transition possible – sur le plan socio-écologique mais aussi par rapport à leur propre trajectoire professionnelle – tandis que les primeurs déjà dans le métier affirment que c'est en étant exigeant sur son exercice qu'il est possible de transformer le système alimentaire.

Lorsque l'on analyse les postures des primeurs alternatifs (Tableau 7.2), on constate que l'année d'ouverture des commerces semble jouer un rôle important dans les modes d'engagement dans la transition. Assez logiquement, ceux que nous avons appelés les primeurs exigeants ont été les premiers sur le marché – à l'exception de Samia – dans la mesure où ils ont transformé leurs pratiques, mais étaient déjà commerçants depuis plusieurs années. Les mutations dans le rapport à la transition au sein du métier semblent ensuite être venues de personnes qui professionnalisaient leur engagement, avant que les ouvertures ne soient majoritairement le fait d'entrepreneurs cherchant à saisir une opportunité cohérente avec leurs aspirations professionnelles. Cette chronologie donne à voir une logique de développement d'un marché de l'alternative dans les fruits et légumes à Paris, qui comprend des modèles divers et plus ou moins hybrides dans le profil et trajectoires des commerçants qui les tiennent et les stratégies qu'ils adoptent. Le sens que les primeurs donnent à leur action sur le système alimentaire nous renseigne ainsi sur les logiques de structuration des circuits alternatifs dans un territoire donné et en relation avec les modes de distribution préexistants.

Tableau 7.2 – Modes d’engagement des primeurs dans la transition du système alimentaire

Nom de la personne interrogée	Année de création ou de reprise	Mode d’engagement dans la transition		
		Primeur exigeant	Professionnalisation de l’engagement	Entrepreneuriat
Vincent	2006			
Reda	2012			
Cédric	2013			
Janice	2013			
Tanguy	2014			
Annabelle	2016			
Pauline	2016			
Philippe	2017			
Matthieu et Laure	2019			
Sophie	2019			
Franck	2019			
Samia	2020			

Source : NRPrimParis 2020

Conclusion du chapitre 7

Au cours du chapitre, nous avons cherché à identifier des types de rapport au métier de primeur alternatif, en fonction de plusieurs paramètres : la relation aux clients et le mode d'accessibilité défendu ; la posture adoptée vis-à-vis des producteurs ; le mode d'engagement dans la transition. En croisant ces trois axes d'analyse, il est possible de mettre en lumière certains déterminants des stratégies adoptées par les primeurs alternatifs. Le rôle qu'ils entendent jouer auprès des consommateurs est déterminé par celui qu'ils souhaitent assurer auprès des producteurs. Les informations pédagogiques sont tirées d'interactions renforcées avec ces derniers et sont au cœur de la mise en scène commerciale. La manière d'appréhender l'accessibilité économique naît quant à elle d'une mise en balance entre la volonté de mieux rémunérer les agriculteurs et celle de proposer des fruits et légumes de qualité au plus grand nombre. Dans la majorité des cas, c'est le premier objectif qui domine, ce qui favorise des pratiques commerciales s'adressant aux ménages qui ont un pouvoir d'achat élevé. La minorité de primeurs qui privilégient l'accessibilité économique donne cependant à voir comment les stratégies d'approvisionnement peuvent être adaptées lorsqu'il s'agit de réduire le prix de vente des produits. Ces choix en matière d'approvisionnement sont également déterminants dans la construction par les primeurs d'un discours valorisant les services rendus aux producteurs. Ils leur permettent de justifier leur utilité en tant qu'intermédiaires. L'internalisation de la logistique joue ici un rôle central, dans la mesure où la mise en place de circuits internalisés donne lieu à des discours qui s'écartent de la position de médiateur largement adoptée par les commerçants.

Ces résultats permettent en outre de compléter l'analyse des stratégies d'implantation des primeurs proposée dans le chapitre 4. Au-delà de leur articulation avec le mode d'organisation logistique, les primeurs alternatifs choisissent aussi la localisation de leurs points de vente en fonction de la clientèle qu'ils ciblent. En l'occurrence, ceux qui privilégient l'accessibilité économique sont effectivement installés dans des quartiers de la politique de la ville, ou dans lesquels il existe une mixité sociale importante. À l'inverse, la majorité des primeurs alternatifs ouvrent des boutiques dans des quartiers marqués par un processus de gentrification commerciale. Ce type de localisation leur permet de mettre en œuvre des formes d'interaction spécifiques avec leurs clients et leurs fournisseurs, basées sur une médiation forte et des niveaux de prix relativement élevés, ou du moins que les primeurs ne cherchent pas à réduire. On retrouve ici une homogamie importante entre ces exploitants et leurs clients, résidents ou usagers des commerces dans les quartiers gentrifiés. Pour reprendre les travaux de Frédérique Leblanc, cités en introduction de ce chapitre, on peut qualifier une partie des primeurs de commerçants gentrificateurs, mais cette position est conditionnée par leur trajectoire. Cette dernière leur permet d'accumuler des ressources, qui influencent leur capacité à produire un discours sur leur activité, mais aussi la façon dont ils définissent la transition et comment ils s'y engagent en tant que commerçants. Ce mode d'engagement n'est pas anodin, puisqu'il s'appuie sur et encourage des pratiques différentes – dans le degré d'accessibilité ou encore le type de

fournisseurs sollicités – mais aussi des projections spécifiques dans l'exercice du métier et la place occupée par la transition dans leurs perspectives professionnelles.

Ces constats témoignent de la façon dont les parcours, la place accordée à la transition et la manière de se positionner dans la filière s'articulent pour aboutir à des définitions propres à chaque primeur de leur rôle d'intermédiaire. Une analyse à l'échelle individuelle s'avère ainsi pertinente, y compris pour comprendre des pratiques qui ont une influence sur le système alimentaire dans son ensemble. Le cas des primeurs alternatifs parisiens est représentatif des apports de la démarche méthodologique défendue par Daniel Bertaux et Isabelle Bertaux-Wiarne (1980), pour qui le sens individuel accordé à l'action constitue un point d'entrée privilégié de compréhension des mutations sociales et économiques dans un secteur donné (cf. chapitre 2). Dans le cas de la recherche appliquée aux systèmes alimentaires alternatifs, cette approche complète les travaux qui explorent le rôle des intermédiaires dans la transition sous l'angle des transformations apportées aux relations qu'ils entretiennent avec les consommateurs et les producteurs (Faliès, Hulot, 2022). Nous montrons que, dans le cas des commerçants du moins, c'est aussi en lien avec leur trajectoire et leur rapport au secteur du commerce de manière générale que se construit cette position. Elle est aussi liée à leur position sociale : leur lieu de naissance, la profession exercée par leurs parents, leur formation ou encore leurs précédentes activités professionnelles jouent un rôle majeur dans la posture qu'ils adoptent vis-à-vis de la transition et les moyens qu'ils déploient pour mettre en œuvre leur projet commercial. Nous avons vu dans le chapitre 5 comment ces trajectoires personnelles les différencient des primeurs conventionnels du point de vue des pratiques adoptées. Ce chapitre montre comment elles orientent aussi leur mode d'engagement dans la transition et les ressources qu'ils sont à même de mobiliser pour le médiatiser auprès de leurs clients et de leurs fournisseurs.

Ce chapitre permet enfin de mettre en lumière comment la diversité des rapports au métier participe à l'émergence de modes d'interaction spécifiques au territoire, induits par la volonté des primeurs de changer le fonctionnement de la filière. Au-delà de l'influence des stratégies d'approvisionnement alternatives sur les flux de fruits et légumes qui circulent vers la capitale, l'inscription des commerçants dans une perspective de transition du système alimentaire les incite à affirmer un rôle au-delà du cadre de leur boutique. C'est dans cette redéfinition du métier – qui peut aussi prendre la forme d'une réaffirmation – que réside la spécificité de l'action des primeurs sur le système alimentaire et sa territorialisation, en même temps qu'elle la conditionne. En effet, ils cherchent à la fois à opérer une transition socio-écologique et à identifier un modèle commercial qui leur permet d'avoir une place dans l'économie de marché. Ces deux dimensions de leur activité interagissent et sont présentées comme des démarches plus ou moins antagonistes dans les discours. Autrement dit, être commerçant semble constituer à la fois la condition et la limite à ce qu'ils participent selon leurs attentes à la transition du système alimentaire. En cela, ils sont moteurs dans le développement d'un marché de l'alternative à Paris, dont les logiques de structuration rappellent

celles identifiées par Yuna Chiffoleau dans son analyse des circuits courts alimentaires en France (2019) :

« Nous comprenons ainsi le renouveau des circuits courts alimentaires et leur diffusion à travers la coévolution de différents modèles de développement, soutenus par des collectifs incluant des institutions politiques dans la construction de différents systèmes de valeurs, de pratiques et d'alliances autour du lien production-consommation. Cette analyse nous amène à proposer d'élargir le principe d'observation-concurrence entre pairs, fondant les marchés concrets chez White, aux organismes encadrant les producteurs et aux institutions politiques, en particulier : s'observant, cherchant chacun à occuper une niche, y compris en affirmant ou en revendiquant des règles spécifiques, ces organisations et institutions participent, de fait, à la construction sociale des marchés, autant voire davantage que le consommateur concret, ce même dans les circuits courts. » (Chiffoleau, 2019, p. 156)

Dans ce passage, Yuna Chiffoleau évoque la construction du marché par des collectifs et des institutions politiques. On observe cependant des dynamiques identiques à l'intérieur de la catégorie des primeurs alternatifs, dont les stratégies d'approvisionnement et les discours portés sur le métier naissent à la fois d'aspirations personnelles, de contraintes techniques, mais aussi d'une logique de distinction par rapport aux modèles existants. Si nous avons jusqu'à présent observé cette construction en prenant comme prisme d'analyse le rapport au métier, il convient de s'intéresser dans un dernier chapitre à la façon dont les primeurs appréhendent cette inscription dans une économie de marché, au sein de laquelle ils cherchent à faire valoir certaines règles d'échanges.

Chapitre 8. Un marché des alternatives : les perspectives de transition au prisme de l'encastrement

La redéfinition par les primeurs de leur rôle constitue une condition à la mise en œuvre d'une alternative de marché au système alimentaire (Hinrichs, 2000, cf. Chapitre 2). En insistant sur les nouvelles fonctions qu'ils entendent assumer auprès des clients et des producteurs, incarnées par leur stratégie d'approvisionnement, une mise en scène commerciale et des outils de communication dédiés, ils cherchent à créer une position d'intermédiaire qui s'inscrit dans l'économie de marché tout en remettant en cause sa structuration. Les primeurs sont conscients de cet entrelacement qui conditionne leurs pratiques et les écarte d'alternatives aux marchés – pour reprendre la typologie proposée par Clare Hinrichs (2000). Ils portent un regard critique sur cette situation, qui se manifeste dans l'opinion formulée à propos de commerces jugés trop peu engagés dans la transition mais aussi à travers la façon dont ils décrivent les limites de leurs propres pratiques. Le marché qu'ils cherchent à construire s'appuie, de ce point de vue, sur la recherche d'un modèle où coïncident des rationalités d'actions qu'ils considèrent comme incompatibles dans le système existant. La notion d'encastrement, telle qu'elle a été définie dans le chapitre 2, s'avère de ce point de vue utile pour appréhender les marchés comme fruit d'un contexte institutionnel, culturel et politique particulier, qui modèle les représentations et pratiques des individus impliqués dans des échanges marchands. Partant, l'encastrement permet de penser la façon dont des transformations dans ces différents contextes influencent à leur tour la forme prise par les marchés. En montrant que l'économie de marché autorégulée relève de représentations et de normes qui « offre[nt] une légitimité et un encouragement à certains comportements » (Le Velly, 2002, paragr. 29), les théories de l'encastrement donnent des clés pour envisager les conditions de coexistences de plusieurs modèles de marché :

« L'apport de Polanyi et de Mauss peut être interprété comme la mise à disposition d'une grille d'analyse permettant d'appréhender le caractère pluriel de l'économie réelle par la mise en évidence de l'existence d'une diversité de principes économiques de répartition et de production en même temps que par l'attention portée aux formes d'encadrement institutionnel du marché. La référence à une économie plurielle présente l'avantage de respecter les faits et peut mettre à jour tant des complémentarités que des tensions et des conflits entre des polarités économiques » (Laville, 2008, paragr. 26)

Les stratégies adoptées par les primeurs alternatifs sont analysées à l'aune de cette diversité de modèles. À partir des résultats présentés dans les chapitres précédents, nous partons du principe qu'ils cherchent à développer un marché des alternatives, qui a partie liée avec l'économie de marché à laquelle ils contribuent en tant que commerçants. Cette position leur donne accès à des ressources en même temps qu'elle les expose à des normes de régulation et à des tendances d'évolution qui n'ont pas de lien, voire peuvent être contradictoires, avec leurs ambitions de transition du système alimentaire. La diversification des circuits de distribution est l'une des mutations rencontrées dans le

secteur du commerce, par rapport à laquelle les primeurs alternatifs réalisent un arbitrage (8.1). Leurs projets révèlent aussi des manières ambivalentes d’appréhender la croissance de leur entreprise, dans une logique de double distinction, vis-à-vis des primeurs conventionnels d’une part, de la grande distribution d’autre part. Les stratégies qu’ils mettent en œuvre sont là encore une manière de revendiquer leur participation à la création de nouvelles trajectoires sur le marché économique (8.2). Enfin, raisonner à partir de l’encastrement implique de comprendre comment et à quelles conditions ce marché de l’alternative s’institutionnalise. En particulier, il s’agit d’étudier comment les collectivités territoriales et notamment la mairie de Paris, qui détient des compétences de régulation du commerce et revendique d’amplifier sa régulation du système alimentaire, interagit avec les primeurs alternatifs pour transformer le fonctionnement du marché (8.3).

8.1 – Une diversification de l’activité orientée par la recherche de rentabilité

Le commerce de détail en ville est marqué par de nombreuses mutations, amplifiées pour certaines par la crise sanitaire liée à l’épidémie de covid-19. Parmi elle, la diversification des canaux de distribution se manifeste par le développement de la vente en ligne mais aussi des services de livraison à domicile ou encore la croissance de la vente aux entreprises par les distributeurs (Sabbah, Madry, 2021). Chez les primeurs alternatifs, on peut ajouter à cette diversification celle des types de produits commercialisés, puisqu’une partie d’entre eux affirme vouloir tendre vers un modèle de commerce généraliste. Ces deux types d’évolution de l’activité et la façon dont ces professionnels s’y adaptent – ou y résistent – sont révélatrices des postures adoptées par rapport au fonctionnement du marché dans lequel ils s’insèrent. La diversification des produits commercialisés révèle des positionnements nuancés entre primeurs alternatifs sur les méthodes de transformations du système alimentaire (8.1.a). Celle des canaux de distribution met au jour des types de stratégies visant à arbitrer entre adaptation à la transformation du secteur commercial et inscription dans une perspective de transition (8.1.b). Ces deux cas de figure répondent à des rationalités différentes, mais ont en commun de représenter, pour les primeurs, une manière de se situer par rapport aux commerces concurrents sur le marché des fruits et légumes. Dans ce contexte, la perspective de transition socio-écologique du système alimentaire joue un rôle de modulation dans la mise en pratique des projets de diversification.

8.1.a – Rester primeur ou devenir un supermarché de la proximité

Lors de l’enquête par questionnaire, nous avons demandé à l’ensemble des primeurs s’ils envisageaient d’apporter des transformations à leur boutique ou, plus largement, dans l’exercice de leur métier (Tableau 8.1). L’une des actions, mise en avant par 11 % des primeurs interrogés, consistait en une diversification des produits commercialisés. Il s’agissait le plus souvent d’élargir l’offre de produits d’épicerie, de développer une gamme de fruits et légumes issus de l’agriculture biologique,

ou de développer la transformation des produits en fabriquant des jus, des soupes ou des salades (Figure 8.1).

Tableau 8.1 – Répartition des réponses à la question « Avez-vous des projets concernant votre magasin dans les mois à venir ? » par les primeurs, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 100)

Ensemble des primeurs	
Pas de projet	49
Travaux de rénovation ou d'agrandissement	21
Ouverture d'un ou plusieurs points de vente	13
Diversification de l'offre	7
Développement d'une gamme bio	4
Ne sait pas	6

Source : NRPrimParis 2020, recodé, plusieurs réponses possibles / Traitement : Microsoft Excel



Cave à vin et cuisine de petite transformation (75 016)

Le primeur chez qui nous avons pris cette photo a réalisé des travaux de rénovation dans sa boutique. Il a développé à cette occasion un espace de petite transformation – au fond à droite de la photo – pour fabriquer des jus à partir d'inventus.



Espace fromagerie (75 015)

Certains primeurs développent une offre complémentaire de produits frais, notamment de fromage. Cela demande des investissements en matériel de réfrigération, ainsi qu'une surface importante. Cette configuration ne se retrouve que chez une minorité d'entre eux.

Figure 8.1 – Exemples de diversification de l'offre chez des primeurs conventionnels, Paris, 2020

Source : NRPrimParis 2020

La diversification chez les primeurs conventionnels concerne une part largement minoritaire de l'activité et – à l'exception du développement d'une gamme d'épicerie – reste cantonnée à la filière des fruits et légumes, notamment à travers le développement de l'offre en produits issus de l'agriculture biologique. En revanche, certains primeurs alternatifs envisageaient de développer leur

activité dans le sens d'une large ouverture à d'autres produits, en particulier ceux frais comme le fromage ou la charcuterie :

« Nous l'aspect où on veut se développer, c'est qu'aujourd'hui on a des concurrents tels Au Bout Du Champ et tout, qui sont des très bonnes entreprises, qui cartonnent, nous on veut se développer sur quelque chose qui se fait peu en local, c'est un supermarché de A à Z. Donc où on est capables de trouver de l'épicerie fine, de la viande, du pain, des produits laitiers, des légumes. En local. »

Entretien avec Matthieu, exploitant de neuf points de vente, approvisionnement en direct de producteurs.

Proposer un « supermarché de A à Z » est une manière d'affirmer une spécificité face à la concurrence des entreprises spécialisées dans les fruits et légumes, en étant capable de proposer des produits issus d'une grande diversité de filières, tout en conservant des principes d'approvisionnement précis, en direct de producteurs localisés en Île-de-France ou dans les régions limitrophes. Matthieu compare son commerce à ceux développés par Au Bout du Champ, une entreprise créée avant la sienne, qu'il considère comme étant un modèle de réussite dans le secteur des fruits et légumes et qui dispose d'un nombre important de points de vente. Diversifier la gamme de produits vendus lui permet d'intégrer un marché dans lequel il y a, de son point de vue, moins de concurrence. Lors de l'entretien, Matthieu a insisté sur sa volonté de valoriser des pratiques agricoles à travers son commerce et cette démarche peut être transposée à d'autres produits comme le fromage ou la charcuterie. En effet, plusieurs labels visent à garantir leur provenance et leur mode de transformation.

Dans ce contexte, la diversification de l'offre se situe au croisement de la perspective de transition autour de laquelle il a développé son activité et de la recherche d'un élément de distinction sur le marché commercial parisien. Elle reste malgré tout conditionnée par un certain nombre d'éléments, parmi lesquels figure le coût induit par une diversification, en termes de formation des personnes dédiées à la vente, mais aussi d'investissement matériel. Interrogé sur le futur des boutiques dont il a la responsabilité, Cédric souligne les nombreux changements nécessaires au développement de nouvelles filières :

« On a essayé, on a un peu d'épicerie parce qu'il suffit de la mettre là, après il faut la vendre parce que ça te bloque de la trésorerie. Mais après on a travaillé de la viande avec une coopérative top, mais le problème c'est qu'on avait trop de pertes. [...] C'est comme tout, c'est le vendeur, quand on avait de la viande on a vu que quand c'était les vendeurs ou les responsables des boutiques qui savaient y faire, ça partait toujours, et dès qu'on mettait d'autres gars on avait des pertes.

Question : oui donc il faut vraiment un travail en plus de spécialisation.

Cédric : oui et puis derrière, ça demande de la main-d'œuvre, c'est bête, mais ça demande une gestion qu'on n'a pas, tu as vu comment on travaille. Pour la viande les vendeurs me faisaient des inventaires sur des feuilles en papier à la main et quand tu regardes le truc,

comment tu peux savoir ce qu'on a, ce qu'on a perdu, ce qu'on a vendu à quel pourcentage... c'était ingérable. [...] On a mis sur pause pour l'instant et on reprendra dès qu'on aura un système informatique qui permettra de scanner, parce que pourquoi on fait que des fruits et légumes, c'est aussi parce qu'on a que des balances pour fruits et légumes clairement. Tu peux mettre de l'épicerie, mais c'est tout. Mais du coup c'est vrai qu'on n'a pas encore la logistique. Et puis ça demande des frigos, c'est plein de trucs un peu bêtes auxquels on pense pas forcément, un frigo derrière c'est de l'entretien, quand il a un problème il faut un gars pour réparer, s'il y a une coupure durant la nuit t'as deux cents balles de came à jeter. [...] Et après c'est pas plus mal aussi d'être spécialisé, ça donne vraiment... une crédibilité dans ce milieu-là. Nous on est des spécialistes en fruits et légumes, on peut prétendre à ça. »

Entretien avec Cédric, responsable de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Par rapport à d'autres filières, celle des fruits et légumes se caractérise par un nombre relativement faible de barrières à l'entrée dans le métier. Jusqu'en 2018, il n'existait pas de formation certifiante dédiée à son exercice⁸⁹ et les investissements matériels sont moins nombreux que pour d'autres activités, dans lesquels les normes d'hygiène sont plus nombreuses et strictes. Cédric témoigne aussi des nombreuses adaptations à apporter dans la gestion des points de vente et leur mise en scène. Au-delà de l'identification de fournisseurs adaptées, de la formation du personnel et du réaménagement des locaux, diversifier implique aussi de redéfinir son identité et, partant, son rôle en tant que commerçant. Le développement d'autres filières de produits peut en effet remettre en question la crédibilité acquise en tant que spécialiste des fruits et légumes. Pour cette raison principalement, le choix d'être ou de ne pas être concentré sur la filière maraîchère représente une frontière importante entre les primeurs alternatifs. En effet, même si tous proposent à la marge une offre d'épicerie, les projets d'ouverture plus importante à d'autres spécialités généraient chez une partie d'entre eux des réactions négatives. Chez ces derniers, dans une dynamique inverse à celle de Matthieu, ils articulent leur rejet de ce type de trajectoire commerciale à une volonté de se démarquer par leur spécialisation :

« Ça restera toujours, pour l'épicerie, 20 % à peu près, quelque chose comme ça. On reste des vendeurs de fruits et légumes, c'est ce qu'on aime faire, c'est ce qu'on sait faire, c'est ce qui nous semble le plus important et aussi le plus difficile à faire, parce que l'épicerie au final il n'y a plus de problématique de fraîcheur. Nous c'est vrai que notre valeur ajoutée c'est la fraîcheur, c'est vraiment le légume cueilli le matin vendu l'après-midi. Et ça on sait le faire donc ce serait vraiment dommage de ne pas le valoriser autant qu'on le fait quoi. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

⁸⁹ En 2018, le syndicat professionnel Saveurs Commerce a développé un CAP dédié, dont le cursus propose une formation en apprentissage dédiée à l'approvisionnement, à la préparation et au stockage des fruits et légumes, ainsi qu'à leur « mise en valeur » et leur vente. Source : Site internet de Saveurs Commerce (URL : <https://www.saveurs-commerce.fr/sections/cap-primeur>)

Pour Janice, c'est à travers sa capacité à construire une logistique adaptée à la fraîcheur des fruits et légumes que l'entreprise dans laquelle elle est salariée participe à la transition socio-écologique du système alimentaire. Cette compétence n'est pas transposable à d'autres produits alimentaires et ne leur confère pas non plus, selon elle, une valeur ajoutée sur le plan économique. Matthieu, quant à lui, appréhende son rôle autour de la mise en valeur de modes de production qu'il considère comme vertueux autour de la capitale, fonction qui garde un sens et peut être valorisée sur d'autres produits. De ce point de vue, la façon dont ces primeurs envisagent le futur de leur activité peut s'analyser comme une réflexion sur leur place dans un marché caractérisé par une concurrence croissante, menée au prisme de ce qu'ils considèrent comme étant leur fonction dans la transition socio-écologique du système alimentaire. Elle s'inscrit dans la continuité du rapport au métier tel qu'ils l'ont défini au lancement de leur activité et en fonction de leur parcours (Tableau 8.2). Les primeurs terroirs sont ainsi plus nombreux à tendre vers un modèle généraliste valorisant des produits tels que le fromage et le vin qui disposent de plus de labels que la filière des fruits et légumes. Les primeurs locaux et ceux qui envisagent leur participation à la transition à travers une revalorisation de leur profession – les primeurs exigeants – insistent plutôt sur leur valeur ajoutée en tant que commerçant spécialisé. La mise en place de nouveaux circuits de distribution par les primeurs alternatifs renvoie à des logiques similaires, mais plus directement orientées par une prise de position par rapport à des mutations du secteur du commerce de proximité.

Tableau 8.2 – Perspectives de diversification des primeurs alternatifs

Nom de la personne interrogée	Types de primeurs (cf. chapitre 5)		Mode d'engagement dans la transition (cf. chapitre 7)			Perspective de diversification	
	Terroirs	Local	Primeur exigeant	Prof. de l'eng. ⁹⁰	Entrep. ⁹¹	Supermarché de la proximité	Commerce spécialisé
Vincent							
Reda							
Cédric							
Janice							
Tanguy							
Annabelle							
Pauline							
Philippe							
Matthieu et Laure							
Sophie							
Franck							
Samia							

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Adobe Illustrator

8.1.b – Diversification critique des canaux de distribution

Dix primeurs alternatifs sur les douze rencontrés en entretien déploient des canaux de distribution complémentaires à la vente en boutique (Tableau 8.3). Deux d'entre eux exploitent des stands sur des marchés hebdomadaires : Tanguy est présent sur deux marchés, dont un spécialisé dans les produits issus de l'agriculture biologique, localisé à proximité immédiate de l'un de ses points de vente et rassemblant plusieurs commerçants de l'arrondissement ; l'entreprise de Cédric a quant à elle commencé son activité commerciale sur des marchés de plein air qui continuent de représenter une part importante de l'activité. Dans une logique approchante, trois primeurs ont déjà ou cherchent à mettre en place des partenariats avec d'autres commerces, des lieux culturels, des universités ou encore des tiers lieux pour proposer des stands de vente éphémères. Il s'agit d'une méthode privilégiée pour tester des implantations en dehors de Paris sans avoir investi dans un fonds de commerce. Ce

⁹⁰ Professionnalisation de l'engagement.

⁹¹ Entrepreneuriat.

type de circuit joue un rôle important dans le modèle commercial de Pauline, dont les clients peuvent commander en ligne puis retirer leurs produits à Paris ou dans plusieurs lieux partenaires dans l'est parisien :

« C'est un peu gagnant-gagnant, pour le point de collecte ça permet qu'il y ait des gens qui viennent, qui découvrent le lieu, ça amène de la vie, de l'activité. Pour nous, ça permet d'aller dans des zones où il y a pas forcément d'offre alimentaire de qualité mais où en termes de densité on est pas sûrs de pouvoir venir rentabiliser une boutique. Et donc du coup ça permet de manière plus souple de développer le modèle. Donc là on est surtout dans des villes de Seine-Saint-Denis sur ce modèle-là. »

Entretien avec Pauline, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

En filigrane, les partenariats avec des lieux culturels apparaissent comme un moyen de créer des formes de coopération territoriale et de renforcer l'accessibilité aux fruits et légumes au sein de quartiers dans lesquels les ménages disposent d'un pouvoir d'achat limité. Cette stratégie est donc très cohérente avec les valeurs défendues par Pauline et à partir desquelles elle fait valoir sa différence avec d'autres primeurs alternatifs. Dans l'ensemble, ces derniers participent aussi à des circuits relativement inédits⁹², notamment auprès des associations et de la restauration collective. L'enquête de terrain n'a pas permis d'identifier de mises en œuvre concrètes de cette dernière forme de partenariat, mais cela faisait partie des perspectives de développement esquissées par Tanguy et Janice. Il s'agissait, pour Tanguy notamment, d'approfondir les interactions qu'il entretient depuis la création de son commerce avec la mairie d'arrondissement et ses représentants :

« Sur une logique un peu plus... qui est toujours très opérationnelle, pour avoir un impact, voilà qui du coup est en lien avec les services publics, c'est l'approvisionnement des cantines scolaires par exemple. [...] ça on est pas mal en réflexion avec la mairie, en tant qu'acteurs. Après le covid ça a un peu mis un stop.

Question : oui ?

Tanguy : bah les cantines ont fermé déjà donc... voilà. Du coup là elles reprennent, mais c'est vrai que là ils ont subi une grosse secousse, ils ont... c'est des structures... je dirais pas qu'elles sont fragiles, mais c'est vrai que c'est pas simplissime pour eux de se poser toutes les questions comme ça. Ils sont régis par beaucoup d'appels à projets, de choses... très réglementées. C'est réglementé par l'Europe directement, enfin c'est quand même... Du coup il y a beaucoup de barrières, mais bon il y avait des opportunités. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de 5 points de vente, approvisionnement en direct de producteurs.

Ici, la recherche d'impact poursuivie par Tanguy passe par le développement de canaux de distribution inédits, en lien avec la collectivité. Elle suppose elle aussi d'opérer des transformations dans les manières de faire de l'entreprise, pour être capable de proposer des solutions opérationnelles

⁹² Nous les qualifions d'inédits dans la mesure où ils ne sont pas développés par les primeurs conventionnels.

à la mairie d'arrondissement. Tanguy met en avant sa capacité à comprendre les contraintes et attentes de la collectivité en matière d'approvisionnement, puis à y apporter une réponse qui respecte les procédures publiques, notamment la réponse à des appels d'offre.

Tableau 8.3 – Circuits de commercialisation complémentaires des primeurs alternatifs, Paris, 2020

Nom de la personne interrogée	Marchés	Stands de vente partenaires	Restaurants	Livraison	Associations	Restauration collective
Philippe						
Franck						
Annabelle						
Matthieu et Laure						
Sophie						
Cédric						
Samia						
Reda						
Vincent						
Pauline						
Janice						En réflexion
Tanguy						En réflexion

Source : NRPrimParis 2020

La vente sur des marchés, les partenariats institutionnels et la distribution aux associations ou à la restauration collective apparaissent comme des manières pour les primeurs de promouvoir leur modèle dans d'autres lieux que leur boutique. Ces circuits participent à leur stratégie de développement d'un marché des alternatives, puisqu'ils s'appuient sur des acteurs et des espaces qui se situent en dehors du secteur commercial (à l'exception des marchés). Ces stratégies les rapprochent aussi d'autres circuits alternatifs, tels que les AMAP ou les plateformes comme la Ruche Qui Dit Oui, dont les modes de distribution reposent sur l'occupation temporaires de lieu non dédiés à la vente.

Il ne s'agit cependant pas des modes de distribution complémentaire les plus représentés. En effet, quatre primeurs vendent une partie de leur marchandise à des restaurateurs et ils sont cinq à proposer un service de commande à distance et de livraison aux particulier et aux entreprises. Le développement de la distribution aux restaurateurs a le plus souvent été une réponse à des sollicitations d'entreprises ou d'institutions intéressées par leurs produits, à condition qu'ils puissent,

dans un premier temps du moins, coïncider avec le mode de fonctionnement des boutiques, notamment sur le plan logistique. Après avoir assez largement ouvert à la livraison aux restaurateurs, Tanguy et son équipe ont par exemple fait le choix de ne plus assurer certaines commandes qui demandaient une organisation trop complexe pour des montants d'achats parfois peu élevés :

« On s'est dit... "on a des [restaurants] ils nous font des commandes d'à peine 100 € par semaine, on doit les livrer, on doit décolliser en stock, refaire des colis et tout", or on a des particuliers pendant le covid... à chaque fois qu'ils venaient, il y avait plein de paniers au-dessus de 100 euros facilement plein pot, au tarif normal, en boutique, ce qu'on savait faire donc en fait il y a un côté un peu, bon, "on pilote sur ce qu'on sait faire" et pour une entreprise c'est quand même super agréable de... de travailler sur ce que tu sais faire plutôt que d'avoir 50 000 trucs et puis ceci et cela à gérer. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de 5 points de vente, approvisionnement en direct de producteurs.

Malgré ce regard critique porté par Tanguy, le site internet de son entreprise⁹³ comporte une rubrique dédiée à ce service et fait valoir l'approvisionnement de 42 restaurants et cafés dans la capitale, conditionné en revanche à un montant minimum de commande. On retrouve une démarche similaire pour la livraison aux particuliers, développée par plusieurs primeurs lors du premier confinement lié à l'épidémie de covid-19. Il s'agissait alors de trouver une réponse rapide à la baisse de fréquentation induite par les restrictions de déplacement, voire la fermeture des points de vente. Ça a été le cas pour Reda, qui exploite un stand dans un marché couvert dont la gestion est assurée par la ville de Paris, qui a fermé ses portes en mars 2020 :

« Nous on s'est dit "personne peut nous empêcher de faire de la livraison à domicile". Du coup, je me rappellerais toujours ce jour-là, tous les collègues ont troqué entre eux de la marchandise... sauf moi. Moi j'ai tout gardé parce que j'ai senti le truc, et je suis resté tout seul ouvert. Et... J'ai été débordé par les demandes de livraison. Si bien que 10 jours après, 10 commerçants sont revenus ouvrir leur étal et faire de la livraison comme moi.

Question : Et pour la livraison ça se passait comment ?

Reda : L'enfer ! En fait, au départ c'était un peu à l'arrache. J'avais commandé des cartes de visite, j'en avais 500 deux semaines avant le confinement, [...] je les ai distribuées à tous les clients qui venaient, je disais "au cas où", la plupart me disaient "oh non je pense pas", mais de toute façon ça leur coûtait rien. Résultat le marché a été fermé, confinement total... Et de 7h du matin à minuit, une heure du matin, les gens m'envoyaient des commandes. [...] Donc c'était très très très très dur, il fallait réceptionner les commandes, aller à Rungis, faire la livraison, préparer la commande... [...] On était un peu partout. On avait une livraison par téléphone, une livraison par mail, Uber Eats, Glovo et mon site internet, du coup on était deux à préparer les commandes, les livrer... À refaire je le referais bien différemment, avec les mêmes outils, mais pas dans cet ordre-là. On voulait tout faire en fait, et c'était dur. »

Entretien avec Reda, exploitant d'un étal de marché couvert et d'une boutique, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

⁹³ Consulté en juillet 2022.

Reda proposait avant la crise sanitaire une offre de livraison à domicile via la plateforme Uber Eats mais il n'était quasiment jamais sollicité dans ce cadre. Le confinement, associé à une communication de sa part et à une présence sur les plateformes de commande en ligne avant les autres primeurs de son quartier, a eu un effet beaucoup plus important qu'il ne l'avait anticipé et l'a poussé à revoir l'organisation logistique associée à ce mode de distribution. Aujourd'hui, il représente une branche spécifique de son activité, ce qui est aussi le cas pour d'autres primeurs alternatifs qui recrutent, pour certains, des salariés dédiés à la gestion des commandes ou nouent des partenariats avec des prestataires spécialisés dans la prise de commande et la livraison. Pauline et Tanguy, qui disposent d'un site internet dédié à la prise de commande en ligne, font appel à une coopérative de cyclologistique, Olvo, pour livrer les particuliers ou les restaurants. Les trois autres primeurs alternatifs qui proposent un service de livraison sont clients d'Epicery. Cette entreprise fondée en 2016 propose des services de référencement, de prise de commande et de livraison aux commerçants indépendants dans plusieurs villes françaises. Contrairement à la vente sur marché de plein vent⁹⁴, aux partenariats et à la distribution aux associations ou à la restauration collective, ce type de diversification n'est pas l'apanage des commerçants s'inscrivant dans une perspective de transition socio-écologique. Le site Epicery recensait ainsi, en juillet 2022, 43 points de vente spécialisés dans les fruits et légumes, dont une majorité ne fait pas partie des établissements que listés comme alternatifs lors de l'enquête de terrain. On retrouve également le recours à ce type de plateformes pour ce qui concerne les invendus, puisque lors de l'enquête par questionnaire, 18 % des primeurs ont indiqué avoir recours à des applications comme Phénix, Too Good To Go ou Karma⁹⁵ pour mettre en vente des paniers de produits abîmés ou proches de la maturité à des prix réduits. De ce point de vue, la mise en place de la livraison correspond plutôt à une adaptation des primeurs alternatifs à des mutations propres au commerce de proximité. La perspective de transition ne joue pas ici de rôle moteur, mais donne plutôt lieu à des arbitrages. Certains primeurs alternatifs disent ainsi avoir été confrontés à des dilemmes autour de la livraison :

« Je suis pas hyper fan de la livraison à domicile, mais c'est très demandé avec le confinement !

Question : Oui ? Qu'est-ce qui vous déplaît dans la livraison ?

Pauline : Déjà telle qu'elle est pratiquée aujourd'hui c'est, en logistique, un désastre. C'est-à-dire que c'est un véhicule thermique, polluant, qui sillonne, donc en fait c'est des nuisances de pollution, des nuisances sonores, c'est des embouteillages, c'est vraiment... tel que c'est pratiqué aujourd'hui c'est terrible pour les villes. Et en plus [...] il y a aussi les conditions de travail des livreurs, dans la logistique du dernier kilomètre c'est souvent catastrophique. Bon [dans notre cas] évidemment c'est une coopérative donc c'est complètement différent

⁹⁴ Si aucun des primeurs conventionnels interrogé n'est présent sur des marchés de plein vent, une partie d'entre eux y ont été salariés avant de devenir exploitants (cf. chapitre 5).

⁹⁵ Ces trois applications permettent aux commerçants de mettre en vente à prix réduit des paniers de produits invendus et proche de leur date de péremption. Les consommateurs les réservent en ligne et se rendent dans les points de vente pour les récupérer.

en termes de traitement des salariés et en plus ils sont à vélo donc c'est plutôt bien, mais évidemment c'est pas la majorité de la livraison à domicile aujourd'hui. Et en plus je trouve qu'il y a une perte de lien social, c'est-à-dire qu'en fait je trouve que c'est quand même hyper important les commerces de proximité, où ça fait la vie du quartier, les gens se croisent, se parlent, il y a une vie de quartier du fait d'avoir un commerce. Nous nos boutiques c'est vraiment des lieux super conviviaux, où les équipes voient les mêmes personnes chaque semaine, il y a des liens qui se créent, il y a du lien social qui se crée. Et la livraison à domicile ça isole vachement les gens, ils sortent plus de chez eux, ils reçoivent tout à la maison, c'est vraiment pas convivial. »

Entretien avec Pauline, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Ici, le développement de la livraison à domicile a remis en question une partie importante du rôle que Pauline s'assigne en tant que commerçante, à savoir l'animation et l'entretien d'un lien social à l'échelle du quartier. Elle génère également des flux qui ne sont pas en phase avec le fonctionnement du système alimentaire qu'elle souhaite défendre. La contractualisation avec un prestataire de livraison organisé sous forme de coopérative représente ainsi un compromis entre son engagement et la réponse à la demande d'une partie des clients. Ce type de questionnement n'est pas apparu chez l'ensemble des commerçants alternatifs et il est notable de constater que ce sont surtout ceux ayant professionnalisé un engagement qui ont décrit de quelle manière ils cherchaient à trouver des solutions de livraison cohérentes avec la représentation qu'ils se faisaient de leur rôle. Cette attitude traduit donc aussi une définition de l'approche systémique de la transition qui leur est propre et qui dépasse le système alimentaire (cf. chapitre 7).

Le développement de nouveaux canaux de distribution et la diversification des produits commercialisés sont particulièrement représentatifs de la façon dont les primeurs alternatifs transforment leur activité en réponse aux transformations du marché dans lequel ils se situent. Certaines adaptations sont une manière d'affirmer leur rôle dans la transition, à l'image de la diversification des produits vendus, ou du développement de certains canaux originaux pour des acteurs du commerce mais qui les rapprochent d'autres modèles de circuits courts ou de proximité. D'autres transformations apportées à l'activité sont en revanche plutôt liées à des mutations du secteur commercial. Elles répondent à l'émergence de nouveaux modes de consommation, favorisés notamment par la crise sanitaire liée à l'épidémie de covid-19. Dans ce contexte, seule une minorité de primeurs indique avoir sélectionné leurs prestataires de service en fonction de leur compatibilité avec une trajectoire de transition socio-écologique. Il s'agit essentiellement d'entreprises créées autour de l'année 2016 dans une optique de professionnalisation de l'engagement. Elles disposent d'un nombre important de points de vente et surtout s'appuient sur une organisation du travail qui accorde une place importante aux fonctions de structuration des circuits d'approvisionnement et de distribution. Autrement dit, ce sont des entreprises qui ont connu une forte croissance au cours des dernières années et adoptent un mode d'organisation les rapprochant des réseaux de franchises ou

d'enseignes caractéristiques du système alimentaire contemporain. Ces trajectoires interrogent sur la façon dont les primeurs alternatifs ménagent leur développement avec l'inscription dans une perspective de transition.

8.2 – Les trajectoires commerciales, matérialisation des formes de l'engagement

Les primeurs alternatifs cherchent à croître d'une part en ouvrant de nouveaux points de vente et d'autre part en recrutant plus de personnes. Les entreprises au sein desquelles nous avons réalisé l'enquête de terrain ont été créées plus ou moins récemment et permettent de comparer différents stades de croissance. Elles donnent à voir des stratégies orientées par des rationalités différentes, qui forment malgré tout une continuité, dans la mesure où les structures les plus anciennes sont une source d'inspiration pour les plus jeunes. Dans les deux cas également, la croissance est perçue comme un moyen d'optimiser l'organisation logistique d'une part, de renforcer le poids du marché des alternatives d'autre part. Cette voie de développement peut poser question par rapport à une perspective de transition socio-écologique. D'une part, elle constitue une trajectoire en phase avec le paradigme de la croissance (Bailleux, Ost, 2016), qui est au cœur des critiques formulées à l'égard du système alimentaire contemporain. D'autre part, elle interroge sur la territorialisation de l'activité : dans quelle mesure les primeurs alternatifs peuvent-ils y participer si l'un de leurs objectifs est de développer un réseau de points de vente le plus étendu possible ? Les commerçants interrogés sont en fait conscients de ces ambivalences et cherchent à construire des modèles qui font coïncider leurs ambitions professionnelles – plus ou moins associées à une volonté de croissance par exemple – et leur inscription dans une perspective de transition. De même que pour la définition de leur rapport au métier ou leurs stratégies d'approvisionnement, cela passe par une comparaison, vis-à-vis des primeurs conventionnels dans les plus petites entreprises (8.2.a), de la grande distribution pour celles qui ont déjà plusieurs points de ventes (8.2.b). Les primeurs alternatifs explorent également les opportunités offertes par certains statuts pour manifester leur rôle de transformation des modèles commerciaux dans le système alimentaire (8.2.c).

8.2.a – Ouvrir plus de points de vente pour affirmer sa singularité

Le déploiement d'un réseau de points de vente est présenté comme une priorité par les primeurs disposant d'un à deux points de vente. Il conditionne à leurs yeux la mise en œuvre d'une stratégie d'approvisionnement cohérente avec leur objectif de transformation du système alimentaire :

« Je vais continuer à [acheter en direct des producteurs en dehors du carreau] parce que c'est super intéressant et parce que je pense qu'avec un certain volume vous vous permettez d'employer quelqu'un à faire ça. Je pense que si demain j'ai dix boutiques par exemple, je fais ça et je paye un gars à aller chercher la came et la dispatcher dans les magasins. Là ça devient rentable, on est ok. Mais à part ça, faire ça que pour sa propre boutique et tout, non.

Impossible, ça a pas de sens. Et en plus c'est invivable, quand le soir en plus vous finissez à 20h, ça veut dire qu'en fait il te reste 4h, il faut que t'aïilles dormir ! Et puis vous progressez pas, parce que vous faites un truc que quelqu'un d'autre pourrait faire aussi bien que vous, aller chercher une palette. [...] Il faut le faire pour comprendre, il faut même le faire plusieurs fois pour voir les petits subterfuges qui se cachent derrière tout ça. »

Entretien avec Reda, exploitant d'un étal de marché couvert et d'une boutique, approvisionnement auprès de grossistes spécialisés et de producteurs.

On retrouve une démarche similaire pour les primeurs alternatifs qui sollicitent des coopératives ou des grossistes spécialisés pour tout ou partie de leur approvisionnement. Aux yeux de cette catégorie de primeurs, l'ouverture de nouveaux points de vente permettrait, à travers une division du travail plus poussée, d'optimiser leur approvisionnement et de faire la démonstration de leur capacité à générer des flux conséquents de fruits et légumes produits dans une logique qu'ils considèrent comme durable :

« Le plus important quand tu fais du direct producteur, à terme, c'est de toi réussir à créer une logistique qui fait que tu puisses aller aux producteurs et là tu t'ouvres un champ des possibles énorme. Et tant que toi tu es, entre guillemets, dépendant des capacités logistiques des producteurs avec lesquels tu travailles, c'est très très très compliqué. »

Entretien avec Philippe, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Pour Philippe, la structuration d'un système logistique de tournée auprès des producteurs est la prochaine étape de développement de son activité. Elle serait aussi l'occasion, à titre individuel, de se concentrer sur cet aspect de son activité et d'en superviser le fonctionnement. Bien qu'elle se rapproche du processus de répartition des tâches liées à l'approvisionnement observé également chez les primeurs conventionnels qui exploitent plusieurs points de vente (cf. chapitre 4), cette démarche représente pour une partie des commerçants alternatifs interrogés une manière d'affirmer la singularité de leur approche du métier :

« Bah je passe 12 h par jour dans ma boutique, je pense que c'est commerçant. [...] Après je pense qu'on est une autre génération, ma finalité c'est pas d'être épicier à 70 ans et d'être toujours dans mon petit quartier et voilà, mais aujourd'hui si je dois analyser ma situation personnelle, je passe 12 h par jours dans mon commerce, je suis commerçant. Ça ne me pose pas de souci particulier ! Mais oui. C'est un commerce un petit peu moderne on va dire.

Question : la différence elle se situerait dans le fait que tu envisages pas de faire ça toute ta vie par exemple ?

Cédric : bah je... oui. Après c'est aussi rester dans le... c'est pas pour autant changer de vie complètement, mais c'est peut-être venir à développer ton modèle pour qu'à un moment donné tu puisses laisser la main sur les points de vente et arriver à quelque chose qui fasse que tu puisses créer un nouveau système logistique, aller aux producteurs, etc., etc. »

Entretien avec Philippe, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Philippe rejette l'idée « d'être épicier à 70 ans et d'être toujours dans [son] petit quartier », une image qui traduit une représentation peu valorisante du métier de commerçant. Néanmoins, à l'instar des autres commerçants qui n'exploitent qu'un à deux points de vente, l'absence de division du travail au sein de son entreprise rapproche son activité quotidienne de celle observée chez l'ensemble des primeurs ayant peu de boutiques. Sa façon de se distinguer de ces derniers réside donc dans la trajectoire qu'il envisage pour son poste et, par extension, pour son entreprise. Il souhaite malgré tout ménager une forme de continuité dans son activité professionnelle, puisqu'il indique qu'il ne souhaite « pas pour autant changer de vie ». Cette affirmation est différente de celle exprimée par les primeurs en reconversion pour décrire leur entrée dans le métier, qui est présentée comme une rupture dans leur trajectoire professionnelle. Ici, être un commerçant représente un point de départ vers d'autres modes d'intervention au sein du système alimentaire, à travers la prise en charge d'autres types d'activités à l'échelle de l'entreprise. La démarche de construction d'un marché des alternatives, qui s'appuie sur des formes de régulation nouvelles notamment dans l'étape d'approvisionnement, s'articule donc fortement avec la volonté des primeurs alternatifs d'assurer un maintien, si ce n'est une ascension de leur position socio-professionnelle.

La prise de distance de Philippe vis-à-vis de ce qu'il se représente comme le métier de commerçant traduit aussi une prise de conscience de certaines contraintes associées à cette profession, qui concernent autant le mode de vie qui y est associé que le degré d'influence sur le fonctionnement du système alimentaire. Il évoque en effet les conditions de travail difficiles associées à l'exploitation d'une boutique, qui implique d'être « 12h par jour dans [son] commerce » et précise plus loin dans l'entretien que « même à titre personnel, au bout d'un moment, voilà quoi, bosser 12 h par jour dans une boutique c'est bien, mais ça te laisse pas beaucoup de temps pour autre chose donc... [laisser la main sur les points de vente c'est] aussi un moyen d'avoir une évolution personnelle, de reprendre des horaires qui sont entre guillemets plus des horaires de bureau » (entretien avec Philippe). Outre le temps de travail, plusieurs primeurs ont mis en avant les difficultés qu'ils rencontraient dans leurs interactions avec les clients. Pour une partie d'entre eux, la routine associée à la pédagogie crée une frustration dans l'exercice de la profession :

« C'est vrai qu'il y a encore ce travail à faire, d'expliquer "vous devez vous méprendre, vous pensez au [circuit] local peut-être", il faut enrober, le jour où t'es mal luné et que tu tombes sur un mec comme ça, des fois t'as pas la patience. Mais t'es obligé c'est le travail...

Question : Est-ce que c'est une raison pour lesquelles où tu as eu envie à un moment d'être plus dans la supervision ?

Cédric : Exactement. Au moins je choisis les moments où je peux discuter de ça. [...] Là on est en train de lancer un magasin éphémère dans le Marais, c'est moi qui me le coltine et ça me fait super plaisir, ça me fait du bien... Mais quand tu dois lancer une boutique, surtout pour lancer une boutique, t'as deux mois d'explications. »

Entretien avec Cédric, responsable de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs

Derrière cette frustration apparaît aussi, chez les primeurs en reconversion, une prise de conscience des implications d'un métier de contact quotidien, d'autant plus lorsque les professionnels l'assortissent d'un objectif de sensibilisation :

Sophie : les clients c'est génial, j'ai des relations géniales avec certains d'entre eux mais des fois c'est très ingrat aussi et je suis pas quelqu'un de patient, du coup je me mords la langue parfois pour pas engueuler les gens. Donc c'est un peu...

Question : oui c'est pas forcément très agréable

Sophie : non. Franchement, je vois environ entre 250 et 300 personnes par semaine. Du coup il y a des moments où on a plus envie de voir personne ! (*rires*) On devient un peu asociale.

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs.

À travers la relation aux clients, certains primeurs alternatifs se retrouvent donc confrontés à une forme de subordination, alors même que l'un de leurs objectifs en devenant entrepreneur était d'acquérir une plus grande autonomie dans leur activité professionnelle. Si la revendication d'un rôle pédagogique est une manière de valoriser le métier de commerçants, les échecs représentent des formes d'interactions inattendues : par exemple, des clients peuvent ne pas être convaincus des arguments de vente ou de la pertinence du type d'approvisionnement adoptés. Ces moments rappellent aux primeurs que leur autonomie est conditionnée à l'entretien d'une bonne entente avec la clientèle. De ce point de vue, la volonté de prise de distance par rapport au contact en boutique remet en question le rôle de pédagogie que s'attribue l'ensemble des primeurs alternatifs (cf. chapitre 7). Cet écart entre leurs projections et l'exercice du métier était plus ou moins présent chez les personnes rencontrées en entretien. Les primeurs ayant le plus axé le développement de leur entreprise sur le renforcement de l'accessibilité économique aux fruits et légumes, ou la prestation d'un service logistique aux producteurs, ont moins mis en avant les limites de l'activité sur ce point. Finalement, ce sont ceux qui accordaient le plus d'importance à la pédagogie auprès des clients lors de l'ouverture de leur commerce qui ont aussi été les plus critiques sur cette démarche lorsqu'ils étaient amenés à en évaluer l'efficacité.

8.2.b – Répliquer son modèle sans ressembler à la grande distribution

Dans les entreprises qui disposent déjà d'un nombre important de points de vente et internalisent tout ou partie de la logistique, les projets liés à la croissance de l'entreprise peuvent ressembler au commerce organisé sous forme d'enseignes ou de franchises. C'est par exemple le cas pour la structure exploitée par Pauline. Quelques jours avant notre entretien, nous avons consulté un article publié dans la presse spécialisée qui évoquait son ambition de développer une franchise autour du concept initial, à propos duquel nous l'avons interrogée :

« Pauline : [...] En fait nous l'idée c'est plutôt de se dire que là on a développé un savoir-faire sur la partie web, logistique, *sourcing* et on se dit que c'est intéressant de pouvoir développer le modèle plus rapidement, mais sans forcément... garder tout en interne. Et du coup la question des franchises en fait c'est vraiment de se dire que nos boutiques aujourd'hui ça pourrait être une petite équipe, soit en coopérative ou... soit en [société coopérative de participation, une SCOP], soit en asso, soit en petite entreprise classique, mais en fait d'avoir un ou des entrepreneurs qui se disent "bah voilà moi j'ai envie d'ouvrir ma boutique en circuits courts dans mon quartier, je suis implanté là, je connais tout le monde, j'ai mon petit réseau, je veux faire vivre mon quartier, mais j'ai pas forcément les ressources de développer tout ce modèle d'approvisionnement, de logistique, de web optimisé" que nous on travaille depuis 8 ans et du coup permettre à un entrepreneur local de pouvoir ouvrir son enseigne. Et donc nous on ferait toute la logistique amont et puis on livrerait simplement les boutiques et l'équipe de la boutique gèrerait finalement toute la vente directe, la préparation des commandes, la distribution et toute la relation, de recommandations terrain, liens avec les consommateurs, fidélisation... Voilà toute l'animation de ce lieu en termes de vente, de distribution, etc.

Pour nous c'est une manière de pas devenir trop nombreux, enfin d'avoir une structure trop grosse, de pouvoir finalement essaimer plus vite et c'est aussi une garantie d'ancrage local. Parce que nous là on s'est développé dans le nord-est de Paris, moi j'ai grandi ici, c'est mes quartiers, c'est mon réseau, etc.... Le jour où on veut aller, je sais pas, à Lyon, je trouve que ça ferait vachement plus sens que déjà nous on recrute localement pour notre *sourcing*, notre logistique, mais aussi que ce soit des gens du quartier qui ouvrent leur propre boutique. Un peu comme les Biocoop. Parce que nous on pense que notre valeur ajoutée elle est vraiment plutôt sur l'amont, sur la partie web, logistique, etc., mais que finalement l'aval ça pourrait être géré de manière autonome en fait. »

Entretien avec Pauline, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

L'objectif économique mis en avant par Pauline à travers la création d'un réseau de franchises est de pouvoir continuer à s'étendre tout en limitant les investissements liés à l'acquisition de points de vente et à l'embauche de salariés dédiés à la gestion et la vente dans ces derniers. Dans le même temps, ce type d'organisation permettrait de mutualiser les approvisionnements de plusieurs points de vente et donc d'optimiser l'organisation logistique dans un périmètre donné, qui regrouperait « le réseau de producteurs, les points de dépôt, l'entrepôt, les boutiques, les points partenaires... » (Entretien avec Pauline). À travers cet objectif, Pauline procède aussi à une redéfinition importante de ce qui constitue son métier puisqu'elle insiste sur le fait que « [leur] valeur ajoutée est vraiment plutôt sur l'amont, sur la partie web, logistique ». Elle désigne par là le site de vente en ligne des produits et l'ensemble de l'infrastructure développée autour de la logistique d'achat, de transport et de stockage des fruits et légumes achetés aux producteurs. De ce point de vue, elle envisage son rôle vis-à-vis du système alimentaire non pas du point de vue de l'activité commerciale en tant que commercialisation de produits à des particuliers, mais avant tout sous l'angle de la mise en place d'un circuit d'approvisionnement. En procédant à cette redéfinition, mais aussi à travers le type d'organisation qu'elle souhaite défendre – un réseau d'enseignes ou de franchise – le modèle qu'elle

décrit se rapproche fortement de celui que l'on observe dans la grande distribution. Le développement des groupements de commerce indépendants comme Leclerc, dans la seconde moitié du XXe siècle, s'est appuyé sur des rationalités similaires (Chambolle, Allain, 2003). Il s'agissait en effet de concéder une enseigne en échange du respect par les commerçants des méthodes de vente et d'approvisionnement, matérialisée notamment par le recours à des fournisseurs et des infrastructures logistiques communes. Il s'agissait donc aussi – voire surtout – de bénéficier de meilleurs tarifs de la part des fournisseurs. Les primeurs alternatifs font aussi valoir cet argument pour justifier l'ouverture de nouveaux points de vente, même si cette rationalité s'inscrit plus largement dans un objectif de meilleure rémunération des producteurs en opposition à la grande distribution (cf. chapitre 7). Les primeurs qui évoquent des projets de ce type sont conscients de ce paradoxe et leur discours à ce sujet est empreint de précautions visant à préciser l'écart qui existe avec ces entreprises emblématiques du système alimentaire contemporain. Une première manière de le faire consiste à évoquer d'autres statuts pour organiser ce type d'activité, à l'instar de Pauline qui minimise l'intérêt qu'elle porte à la franchise en insistant avant tout sur son objectif de créer des formes de coopération territoriale.

D'autres primeurs proposent des stratégies de croissance moins fondées sur l'ouverture de points de vente que sur une activité de conseil, à destination d'acteurs à l'amont de la filière – notamment les producteurs – ou de personnes souhaitant créer des commerces en circuit court ou de proximité. Cette démarche, comme la création de franchises, est une manière pour les primeurs de diffuser la représentation qu'ils se font d'une transition souhaitable du système alimentaire et de la façon dont le commerce peut participer à sa mise en œuvre :

« Moi c'est un peu un modèle de société hein que j'ai en tête, je ne te le cache pas. Moi j'estime que, voilà, il y aurait besoin d'épicerie comme ça partout. On a besoin de structurer les circuits courts pour que les producteurs soient valorisés, que les transporteurs, les livreurs, que la logistique soit valorisée [...]. Et... donc moi j'ai ciblé tout de suite que mon ennemi c'était la grande distribution, donc ça faisait un peu gros quoi ! Du coup forcément, je ne pouvais pas juste faire ma petite initiative dans mon coin, localement, ma petite épicerie, c'était pas tout à fait ça le... le projet quoi, pour moi en tout cas. J'étais content d'avoir joué les épiciers pendant un temps, mais c'est vrai que dans le fond je savais bien que voilà ça me suffirait pas. Donc soit j'en ouvrais d'autres, soit je proposais un modèle qui permettait à d'autres gens d'en ouvrir. [...] Mais du coup ouais on aide d'autres boutiques aussi. Et moi c'est vrai qu'un de mes... un de mes intérêts dans cette logique de projet vraiment ce serait peut-être d'animer un peu une sorte de réseau d'épicerie. Pas forcément animer strictement par moi-même, mais... tout ce qui est structuration du réseau, accompagnement du réseau... sur des tâches administratives, RH aussi... on a fait les deux conventions collectives, on a appris à travailler avec les deux. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de 5 points de vente, approvisionnement en direct de producteurs.

On retrouve ici la conjonction entre des aspirations professionnelles – Tanguy parle de « jouer à l'épicier », prenant de la distance avec l'idée d'exercer à long terme cette profession – et la

construction d'une stratégie adaptée à son objectif principal de transformation du système alimentaire à travers la création d'un modèle propre à concurrencer la grande distribution. Dans ce cadre, la création de ses boutiques est garante de la légitimité et de l'expérience nécessaires à son objectif à plus long terme de diffusion de bonnes pratiques pour concurrencer la grande distribution. Partant, il valorise également de nouvelles formes de solidarités entre commerçants, qui s'écartent des groupements d'indépendants qui ont donné naissance à la grande distribution et sont conditionnés par le partage d'un certain nombre de fournisseurs et d'infrastructures. Cette expérience concerne aussi bien des aspects liés à l'approvisionnement, décrits en première partie de l'extrait d'entretien, que des bonnes pratiques de gestion d'une activité commerciale. L'ampleur de cette tâche est liée au pouvoir de marché détenu par la grande distribution – « ça faisait un peu gros [...] je ne pouvais pas juste faire ma petite initiative dans mon coin » – ainsi qu'à sa dimension systémique, puisqu'il décrit clairement sa volonté d'agir sur l'ensemble des étapes du système alimentaire. Le développement d'une activité de conseil est également cohérent avec sa volonté de favoriser des formes de coopérations territoriales dans différents endroits en France, démarche qu'il a évoquée à plusieurs reprises lors de l'entretien. Dans le même temps, on peut faire l'hypothèse qu'à l'instar de Pauline, ce projet évite à Tanguy de réaliser des investissements matériels conséquents pour ouvrir de nouvelles boutiques et créer de nouveaux circuits d'approvisionnement. Il s'agit aussi, notamment pour des projets d'implantation en dehors de l'Île-de-France, de bénéficier des connaissances et des réseaux des personnes installées sur place pour ce qui concerne l'identification de producteurs éventuellement intéressés par ces canaux de distribution.

Au même titre que pour la diversification des activités, l'ensemble de ces projets résulte donc de l'imbrication entre des aspirations professionnelles, une volonté de transformation et une recherche de performance économique. La supervision de l'approvisionnement et de la logistique correspond au point de rencontre le plus évident de ces trois paramètres, ce qui incite une majorité de primeurs alternatifs à se projeter à moyen terme comme logisticien. Si les commerçants conventionnels ne sont pas considérés comme des acteurs par rapport auxquels ils jugent pertinents de se rattacher, les lieux et métiers emblématiques de cette fonction comme le MIN de Rungis sont sources d'une certaine admiration tout en représentant le type d'infrastructure que les primeurs alternatifs souhaiteraient concurrencer à terme :

Question : quel regard vous avez un petit peu sur le circuit conventionnel, Rungis, les grossistes ?

Matthieu : je me permettrais pas de critiquer, parce que Rungis c'est une merveille, enfin une merveille logistique. J'exagère peut-être un petit peu, mais ça permet notamment aux restaurants de trouver des produits, c'est facile d'accès et de livraison, enfin ça permet pour... pour pas mal quand même un service logistique irréprochable. Et ça permet d'aller chercher aussi des produits de très bonne qualité qui sont à l'étranger et qui se font qu'à l'étranger. C'est quelque chose qui... qui pour moi n'est pas à casser. [...] Si on a du Rungis, qui est du Rungis français et de très bonne qualité, il y a pas de souci là-dessus. [...] Mais

voilà, nous ce qu'on essaye de casser, c'est un peu le primeur qui va chercher ses produits... tous ses produits à Rungis et tout vient de l'étranger ou du sud de la France. C'est à dire qu'aujourd'hui, vous avez de la fraise toute l'année, vous avez de la tomate toute l'année, non. Nous on doit revenir à quelque chose, pour nous, qui est plus essentiel, qui est très primordial, c'est en hiver on ne mange pas de tomate, on ne mange pas de fraise, on en a pendant 4 mois et puis c'est tout. »

Entretien avec Matthieu et Laure, exploitants de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Il est significatif que les critiques adressées par Matthieu au fonctionnement du MIN soient imputées aux pratiques d'achat des primeurs conventionnels, quand il reconnaît une organisation logistique exemplaire du fait de sa capacité de concentration de l'offre ou encore de prestation de services aux commerçants et restaurateurs. On peut rapprocher le regard des primeurs alternatifs sur le MIN d'une part et sur la grande distribution d'autre part, dans le sens où ils souhaitent adopter certains de leurs modes de structuration tout en y associant des logiques d'interactions avec les fournisseurs moins basées sur des logiques de domination. Les projets de développement d'une offre de conseil sont aussi une manière d'outiller des commerçants pour favoriser des formes de coopération territoriale. La délimitation de périmètres au sein desquels s'opèrent les solidarités représentent en effet un point commun dans les projets des primeurs, même si on retrouve la distinction entre les modèles locaux et terroirs. Cette posture transforme donc aussi leur rapport avec les parties prenantes de la filière et le rôle qu'ils s'assignent vis-à-vis de ces dernières. La prise de distance avec les clients est ainsi associée à une volonté de se rapprocher des producteurs, notamment pour influencer leurs pratiques agricoles et participer à une diffusion plus large de celles qu'ils estiment les plus vertueuses. Sur le plan territorial et fonctionnel, ces perspectives de développement participent à une forme d'uniformisation des modèles développés à deux titres. D'une part, les entreprises créées le plus récemment semblent chercher à se rapprocher dans leur mode d'organisation des structures qui les précèdent. D'autre part, l'activité de conseil ou la création d'enseignes vise notamment à appliquer dans différents contextes des modèles développés par les primeurs alternatifs à Paris. La description de ce processus demanderait cependant un plus grand recul, dans la mesure où les premières entreprises parisiennes encore en activité ont été créées au tournant des années 2010. En outre, une étude complémentaire sur les commerces effectivement ouverts en dehors de Paris et ayant été conseillé par des commerçants auprès desquels nous avons réalisé un entretien serait nécessaire pour approfondir cette hypothèse.

8.2.c – Le statut, révélateur de questionnements sur la lucrativité de l'activité

Une dernière manière pour les primeurs alternatifs de distinguer leur activité du marché conventionnel réside dans un ensemble de réflexion sur la lucrativité. Les entreprises lucratives se caractérisent par la recherche d'un gain ou d'un profil, dont les membres peuvent profiter individuellement. En plaçant l'impératif de transition au cœur de leur modèle commercial, les

primeurs alternatifs font valoir qu'ils ne travaillent pas seulement pour tirer un profit de leur activité. Cette réflexion se matérialise notamment par l'adoption de statuts spécifiques, dans le cadre de l'activité commerciale ou en complément de cette dernière. Lors de l'enquête de terrain, nous n'avons pas interrogé les primeurs sur leur statut au sens juridique du terme, c'est-à-dire comme « ensemble de dispositions contractuelles, légales ou réglementaires qui définissent les règles impersonnelles et objectives applicables à une situation juridique déterminée » (Braudo, 2022b). Plusieurs d'entre eux ont cependant indiqué rattacher leur activité un cadre spécifique, renvoyant tour à tour à des formes d'organisation juridique – association, coopérative... – à des labellisations ou à des types d'exercice du métier – boutique, itinérance... Or, ces statuts sont particulièrement représentatifs de la façon dont les primeurs alternatifs envisagent leur participation à la transition, mais aussi leur encastrement dans l'économie de marché. Sur un plan plus pratique, ils donnent également accès à des ressources spécifiques, liées à la reconnaissance de leur investissement au-delà de l'impératif de rentabilité induit par l'exercice d'une activité commerciale.

Trois structures ont adopté des statuts qui attestent de leur vocation sociale. La première est l'atelier d'insertion professionnel dont Annabelle est coordinatrice. Ce dispositif, conventionné par l'État et pour lequel les structures bénéficient d'aides accordées par le ministère du Travail, du plein Emploi et de l'Insertion, vise à favoriser l'insertion des personnes éloignées de l'emploi. Dans le cas d'Annabelle, le choix de développer une activité commerciale répond avant tout à une volonté de proposer des types de métiers qui pouvaient être facilement exercés par des femmes en difficultés professionnelles :

« L'idée c'était un chantier 100 % féminin, et puis après donc en termes d'activité, la restauration, enfin la cuisine et les fruits et légumes, c'est apparu comme deux activités qui traditionnellement, culturellement sont souvent assumées par des femmes et du coup pour des femmes qui avaient pas de formation ou pas d'expérience professionnelle formelle, on pouvait là avoir un point de départ de compétences à structurer en compétences professionnelles. »

Annabelle, coordinatrice d'un point de vente, approvisionnement auprès de grossistes et en direct de producteurs

La deuxième structure concernée est celle de Pauline, agréementée Entreprise solidaire d'utilité sociale (ESUS) par la direction régionale de l'Économie, de l'Emploi, du Travail et des Solidarités. Les critères pour recevoir cet agrément sont liés à l'objectif poursuivi par l'entreprise, ainsi qu'à sa politique de rémunération⁹⁶. Il permet aux entreprises de bénéficier d'un accès au financement par

⁹⁶ Le site du ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique décrit les conditions d'agrément comme suit : « poursuivre une utilité sociale à titre d'objectif principal, en direction des publics ou de territoires vulnérables, ou en faveur de la préservation et du rétablissement de la cohésion sociale et territoriale, de l'éducation à la citoyenneté par l'éducation populaire, du développement durable et solidaire ou de la solidarité internationale ; prouver que la recherche d'utilité sociale a un impact sur le compte de résultat de l'entreprise ; avoir une politique de rémunération respectant deux conditions : la moyenne des sommes versées, y compris les primes, aux cinq salariés ou dirigeants les mieux payés ne doit pas excéder un plafond

l'épargne solidaire, mais aussi de réductions d'impôts pour certains types d'investissements. Enfin, la troisième structure est celle dont Franck est responsable, qui a le statut de Société coopérative d'intérêt collectif (SCIC). Les producteurs fournissant les points de vente sont coopérateurs et font donc partie de la gouvernance de l'entreprise. Ils perçoivent l'intégralité des montants liés à la vente de leurs produits, en échange d'une contribution fixe qui permet d'assurer le fonctionnement de la structure⁹⁷. Le choix de ces statuts permet aux primeurs de faire reconnaître une démarche d'intérêt général, aux contours différents selon les modèles étudiés : dans le cas d'Annabelle, elle renvoie à l'insertion de personnes en situation de précarité par l'emploi ; dans celui de Pauline, c'est l'accessibilité économique aux fruits et légumes qui est au centre de la démarche solidaire ; enfin, la SCIC dans laquelle travaille Franck s'engage en faveur de la proximité relationnelle entre producteurs et consommateurs et pour une meilleure répartition de la valeur ajoutée au sein du système alimentaire. Certains primeurs alternatifs qui n'ont pas adopté de statut reconnu juridiquement font malgré tout valoir leur engagement en faveur de l'économie sociale et solidaire, à travers des labels plus souples. L'entreprise de Tanguy, par exemple, est une Société par actions simplifiée classique, ce qui n'implique pas d'engagements sur le plan social ou écologique. Il la décrit néanmoins comme une « entreprise à impact » (entretien avec Tanguy), un terme qui ne renvoie pas à une définition juridique stabilisée mais plutôt à un ensemble d'entreprises qui revendiquent d'accorder une place centrale à leur impact environnemental et social dans le développement de leur activité⁹⁸. Il s'agit donc d'articuler la recherche de rentabilité à d'autres objectifs, ici celui de transition socio-écologique :

« Ça revient plus ou moins à ce qu'on appelle l'économie sociale et solidaire. Parce que t'as un impact social, t'es une entreprise à impact en fait. C'est-à-dire que d'abord tu constates le besoin d'impact, ensuite tu crées le produit qui va avoir de l'impact, à travers une opportunité de marché, mais après t'es obligé de concevoir l'opportunité quand même, t'as comme tout le monde des questions de timing, d'opportunité, des questions de positionnement, ça par contre tu y échappes pas. »

Entretien avec Tanguy, exploitant de 5 points de vente, approvisionnement en direct de producteurs.

L'évocation de l'économie sociale et solidaire, associée chez Tanguy à l'identification d'une opportunité de marché qu'il associe à une critique forte du système alimentaire (cf. chapitre 7), est

annuel fixé à sept fois le smic, la rémunération versée au salarié le mieux payé ne doit pas excéder un plafond annuel fixé à 10 fois le smic ; les titres de capital de l'entreprise ne doivent pas être négociés sur un marché financier. » (Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, 2022)

⁹⁷ Ce mode de fonctionnement n'est pas propre au statut de SCIC. Il s'agit d'un modèle de dépôt-vente, que l'on observe dans un certain nombre de commerces en circuits courts de proximité (Bernard, Dufour, Mundler, 2008).

⁹⁸ Le mouvement Impact France – qui n'a pas été cité par Tanguy – se veut fédérateur de cette démarche. Il anime un réseau d'entreprises qui « mettent l'impact écologique et social au cœur de leur entreprise » (Site internet du Réseau Impact France), à travers l'organisation de rencontres, le développement d'indicateurs d'impact et une activité de lobbying auprès des gouvernements français et européens pour faire émerger un cadre juridique dédié à cette dénomination.

une manière d'inscrire son action dans la lignée d'un champ de l'économie reconnu et qui propose des pistes de transformation de l'économie de marché. D'autres primeurs ont également indiqué avoir ou vouloir changer de statut pour mieux affirmer leur ambition de transition, ou au contraire gagner en crédibilité. La structure dans laquelle travaille Cédric a ainsi d'abord été une association avant de devenir une société par actions simplifiées :

« [Le fondateur] a commencé sur une association avec les producteurs. Sauf qu'il s'est rendu compte que les mecs leur envoyaient que de la came de second choix, qu'il avait de la marchandise pourrie, donc il a dit "bon on peut pas marcher comme ça on va créer une entreprise". »

Entretien avec Cédric, responsable de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

En créant une entreprise, son fondateur a adopté un statut associé à un certain nombre de contraintes, mais aussi reconnu et plus habituel pour les producteurs auprès duquel il se fournissait. Le fait d'être une entreprise, plus directement associée dans les représentations à un impératif de lucrativité, lui a permis de mieux négocier auprès des producteurs sur la qualité des produits commercialisés. Dans le même temps, la structure a gardé un objectif non lucratif de défense d'une meilleure répartition de la valeur ajoutée dans le système alimentaire. Pour d'autres primeurs cependant – et c'est le cas le plus fréquemment observé – la nécessité de générer un revenu est parfois perçue comme un obstacle à leur participation complète à la transition. Cela les incite à développer des activités complémentaires pour diversifier leurs leviers d'action :

« Disons que j'ai pris conscience de ce que je voulais aussi, quelle tournure je voulais donner à cette entreprise, au-delà du côté pratique, de l'engagement, etc. Donc on a décidé qu'on ouvrirait plus de boutiques pour avoir plus d'impact, auprès des producteurs et des clients parce que plus on fait de volume mieux c'est pour les producteurs. Et en parallèle de monter une asso... où justement l'idée ce serait d'accompagner les producteurs dans une démarche plus durable, pour que ça fasse des vases communicants. [...] Et c'est aussi parce que finalement travailler au contact des producteurs, ça m'intéresse plus que d'être en boutique au quotidien. [...] En fait j'ai choisi le modèle associatif pour pas avoir de *business model* rentable. Parce que... je sais ce que ça fait de devoir trouver un *business model* rentable, on fait des concessions sur certaines choses et on se permet un peu moins de rêver. Après l'association c'est pas tout rose non plus, faut pas rêver non plus, mais déjà on peut avoir des bénévoles, parce qu'il y a énormément de gens qui viennent me voir et me disent "je peux pas vous aider pour quelque chose ?" et le statut que j'ai ne me le permet pas. Donc je leur ferme la porte automatiquement, ce qui est un peu dommage. [...] L'idée c'était de compléter la démarche de la société du coup et puis d'avoir accès à d'autres choses, parce que du point de vue du financement vous avez pas du tout accès aux mêmes choses quand vous êtes dans une société ou une asso. »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs

Sophie évoque plusieurs dimensions qui influencent son choix de développer une association qui accompagnerait plus directement les producteurs dans l'évolution de leurs pratiques agricoles. En premier lieu, ses premières années d'expérience dans l'exploitation d'un commerce lui ont permis de se rendre compte qu'il ne s'agissait pas d'un cadre adapté au mode de participation à une transition du système alimentaire telle qu'elle l'envisageait. Cette insatisfaction résulte de contraintes qu'elle juge inhérentes à l'exercice du métier de commerçant, qui implique la confrontation régulière à des clients insatisfaits, ainsi que la nécessité d'être rentable pour continuer à exercer. Créer une association est une manière de contourner ces limites, tout en s'insérant dans un réseau lui aussi peu accessible dans le cadre de l'exercice d'une activité commerciale. Cette dimension revient de manière récurrente dans l'extrait d'entretien, puisque Sophie associe la création d'association à une redéfinition de ses relations avec les producteurs, les consommateurs mais aussi d'éventuelles structures porteuses de dispositifs de financement dédiées au réseau associatif. Les statuts explorés par les primeurs alternatifs sont donc aussi des outils pour participer à la création de réseaux et de modalités d'échange moins représentés dans le marché conventionnel. Les trajectoires de croissance qu'ils imaginent s'appuient donc sur des rattachements à des réseaux et des cadres plus larges, matérialisés par des statuts ou des courants économiques particuliers. Ils permettent aussi de saisir comment, au fil de l'exercice de leur métier, les primeurs alternatifs évaluent leur capacité à proposer une configuration de marché alternative : si certains revendiquent d'être des entreprises à impact ou adoptent des statuts qui encadrent l'utilisation des profits réalisés, d'autres explorent des contextes extra-économiques pour participer à la transition, en remettant en question leur capacité de transformer à leur échelle le fonctionnement du marché conventionnel. Si cela ne constitue pas le cœur de cette sous-partie, on retrouve malgré tout dans ces trajectoires l'importance des aspirations professionnelles individuelles dans la définition des projets et de leur manière d'intégrer la transition dans le fonctionnement du marché. Il apparaît donc qu'au-delà de la transformation des flux induite par des pratiques d'approvisionnement alternatives, c'est aussi dans l'arbitrage à l'aune de la perspective de transition des modèles commerciaux adoptés que réside la participation des primeurs alternatifs aux mutations du système alimentaire (Tableau 8.4).

Tableau 8.4 – Rapport des primeurs alternatifs à la lucrativité

Nom de la personne interrogée	Mode d'engagement dans la transition (cf. chapitre 7)			Rapport à la lucrativité		
	Primeur exigeant	Prof. de l'eng. ⁹⁹	Entrep. ¹⁰⁰	Conventionnel	Entreprise à mission	Statut juridique de lucrativité limité
Vincent						
Reda						
Cédric						
Janice						
Tanguy						
Annabelle						
Pauline						
Philippe						
Matthieu et Laure						
Sophie						
Franck						
Samia						

Source : NRPrimParis 2020

Il donne lieu à des tentatives de régulation internes de leur activité, dans lesquelles les valeurs défendues et les périmètres d'approvisionnement valorisés suscitent des questionnements sur les trajectoires qu'ils souhaitent adopter. Le marché auquel ils participent est encadré, à ce titre, dans un ensemble de normes et de représentations, mais aussi de parcours qui contribuent à la diversité des propositions pour participer à la transition. L'encastrement correspond aussi à l'inscription dans des réseaux entrepreneuriaux ou institutionnels, dont la structuration est propre au marché des alternatives.

8.3 – Un marché structuré autour d'acteurs engagés dans la transition

Aborder la construction d'un marché des alternatives par les primeurs au prisme de leur encastrement implique de chercher à comprendre comment les réseaux dans lesquels ils s'inscrivent

⁹⁹ Professionnalisation de l'engagement.

¹⁰⁰ Entrepreneuriat.

influencent leur mode de participation à la transition socio-écologique du système alimentaire. D'un autre côté, leur accès à certains réseaux est conditionné par la cohérence entre leur activité et les pratiques et représentations d'autres acteurs par rapport à la transition. Les primeurs s'inscrivent principalement dans deux types de réseaux, à chaque fois de façon ambivalente. Ils nouent en premier lieu des relations avec d'autres entreprises qui revendiquent de transformer le système alimentaire, tout en gardant des distances du fait de la concurrence qu'elles peuvent représenter (8.3.a). Ils participent également à la gouvernance alimentaire territoriale portée par la mairie de Paris, sous certaines conditions (8.3.b).

8.3.a – Des interactions avec les autres activités économiques entre partenariat et concurrence

Dans les chapitres précédents, les réseaux des primeurs ont surtout été décrits sous l'angle de leur participation à la filière des fruits et légumes et plus particulièrement de leurs interactions avec leurs fournisseurs et leurs clients. Mais le développement de leur activité s'accompagne aussi de contacts avec des entreprises ou associations qui s'inscrivent elles aussi dans une perspective de transition socio-écologique. Ils sont plusieurs à participer – ou à envisager de participer – à des échanges avec d'autres commerces, pour échanger de manière informelle sur l'activité quotidienne :

« Question : Est-ce que ça vous arrive d'avoir des échanges avec des commerces locaux, des associations engagées sur les questions d'alimentation, d'agriculture urbaine, de valorisation de nouveaux systèmes alimentaires au sens large ? Des échanges formels ou informels ?

Franck : On est sur des échanges plutôt informels. [Il y a] un petit magasin qui vend aussi sur internet qui travaille avec deux ou trois de mes producteurs donc avec lui j'ai des échanges réguliers. J'ai aussi un des responsables d'Au Bout du Champ qui est client à la boutique, parce qu'on ne fait pas que des légumes, on a aussi des échanges de temps en temps. Après c'est pas des échanges très formels ni très poussés, c'est quelques informations et après ça permet aussi... Je sais qu'on avait une fois un magasin qui était intéressé par un de nos producteurs, on en a parlé, je les ai mis en contact avec ces producteurs. Voilà on est pas concurrent en mode... on ne se refile pas les tuyaux, c'est plutôt le contraire. C'est aussi dans le but que les producteurs aient plus de débouchés, on est avec les producteurs et pas contre les autres, s'il peut avoir plus de points de vente, que c'est dans son intérêt, on est plutôt dans l'échange avec les autres partenaires. »

Entretien avec Franck, responsable d'un point de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Les formes d'interactions décrites par Franck portent sur le partage d'informations à propos des producteurs impliqués dans la coopérative au sein de laquelle il est salarié. Elles sont cohérentes avec l'ambition des primeurs de rendre un service aux producteurs en leur ouvrant de potentiels débouchés en dehors de leur propre réseau de boutiques. Ce type d'échange a été particulièrement mis en avant par les commerçants installés récemment, ou disposant d'un nombre restreint de points de vente. Sophie, par exemple, a identifié la coopérative auprès de laquelle elle s'approvisionne pour

la majorité de ses produits grâce à un autre primeur qui a ouvert quelques années avant elle. Ce cas de figure est rendu possible, d'après Franck, par la structuration du marché parisien dans lequel il existerait une demande suffisamment forte pour permettre à plusieurs entreprises de s'implanter :

« Moi il faudrait vraiment que la boutique elle s'installe en face de chez moi pour que je me dise "ah mince on est deux", il y a de la place pour tout le monde. C'est ce que je te disais au début, le potentiel est infini à Paris. En province le potentiel est là aussi, mais tu pourras pas avoir dix boutiques. »

Entretien avec Franck, responsable d'un point de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Ce point de vue n'est pas partagé par l'ensemble des primeurs. D'une part, certains primeurs mettent en balance la taille du marché potentiel à Paris avec le nombre relativement faible de polarités commerciales dédiées aux commerces de bouche, dans lesquelles ils cherchent à être les premiers à s'implanter. D'autre part, ceux ayant créé leur entreprise moins récemment – à partir de l'année 2016 – se sont montrés moins enclins à créer des liens avec d'autres commerces spécialisés. On peut relier cette position à une forme de protection par rapport à l'augmentation de la concurrence sur un marché au sein duquel ils ont été pendant un temps relativement isolé. Il s'agit aussi de primeurs dont les trajectoires de développement sont présentées comme exemplaires par les commerçants ayant ouvert leurs points de vente au cours des trois dernières années, ce qui peut leur faire craindre des logiques d'imitation de leurs stratégies. Enfin, le rapport des primeurs alternatifs aux producteurs auprès desquels ils s'approvisionnent repose sur une volonté de se démarquer pour justifier l'intérêt que représentent le circuit qu'ils mettent en œuvre (cf. chapitre 7). Les primeurs locaux comme les primeurs terroirs ont en effet souligné qu'il existait un nombre relativement restreint de maraîchers intéressés par le débouché parisien, qui peuvent donc être présents dans plusieurs points de vente. Dans la mesure où les produits et les circuits créés pour les acheminer à Paris sont garants de la spécificité de leur modèle, les entreprises ont un intérêt à ne pas dévoiler à leurs concurrents le nom ou la localisation exacte de certains de leurs fournisseurs. Il résulte de cette situation que les formes d'interactions avec d'autres commerces spécialisés sont conditionnées par le maintien dans une position favorable vis-à-vis de la concurrence. Cela permet par exemple d'expliquer pourquoi lorsque les primeurs souhaitent développer une activité de conseil, ils envisagent avant tout d'accompagner des structures en cours de création ou localisées en dehors de Paris. En outre, dans leur discours, ce type d'échange vise moins à partager des contacts de fournisseurs qu'à proposer des modes d'organisation commerciaux, administratifs et logistiques adaptés à ce que les primeurs appréhendent comme une trajectoire de transition souhaitable du système alimentaire. De manière sous-jacente, cette démarche de conseil s'appuie donc sur un déséquilibre dans l'état d'avancement des activités entrepreneuriales, qui crée aussi une distinction dans le type de structures sollicitées pour l'approvisionnement :

« Des maraîchers il y en a et il y en aura de plus en plus dans la région. Donc il y a encore une marge de progression, il y en a de plus en plus qui s'installent, moi je suis énormément contactée, après comme je te le disais tout à l'heure souvent je ne travaille pas avec eux parce qu'ils sont trop petits, donc moi je vais acheter... 500 kg de tomates par semaine, lui il m'en propose 30 kg, c'est même pas une boutique en fait donc moi quand je vais chercher la marchandise c'est pour approvisionner quatre boutiques. Quand j'achète, j'achète pour quatre boutiques. Alors qu'une personne qui va ouvrir une seule boutique, sa propre boutique, elle va pouvoir travailler avec ces petits maraîchers et après qui grossiront et ils feront leur histoire ensemble. »

Entretien avec Janice, responsable logistique de quatre points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Ce regard porté sur les entreprises créées le plus récemment permet de dépasser la contradiction apparente entre la volonté des primeurs alternatifs de communiquer auprès des clients sur les producteurs qui les approvisionnent et leur réticence à partager des informations sur ces derniers aux autres commerçants. L'un de leurs objectifs, derrière leur stratégie de croissance, est de devenir un client suffisamment important des maraîchers pour être en mesure d'influencer leurs pratiques agricoles. Comme vu dans le chapitre 7, les primeurs souhaitent en effet participer à la transition en contribuant à la planification des cultures, donc à leur diversification mais également à la croissance des exploitations situées autour de Paris – pour les primeurs locaux – ou qui valorisent des patrimoines maraîchers – pour les primeurs terroirs. Dans ce contexte, ils anticipent que les nouveaux primeurs qui arrivent sur le marché noueront des partenariats avec une nouvelle génération de producteurs, auprès desquels ils joueront le rôle d'accompagnement qu'ils assurent avec les agriculteurs déjà là lorsqu'ils ont lancé leur entreprise. On retrouve ici les différentes générations déjà identifiées dans les rapports à la perspective de transition – qui distinguait primeurs exigeants, professionnalisation de l'engagement et entrepreneuriat (cf. chapitre 7) – appliquée cette fois-ci aux réseaux dans lesquels s'inscrivent les primeurs pour s'approvisionner. Plus précisément, les commerçants installés depuis plus longtemps définissent des frontières au sein du marché des alternatives, qui sont de nature à influencer les circuits d'approvisionnement déployés par les nouveaux arrivants.

La construction du marché passe donc aussi par la comparaison des autres structures qui revendiquent d'y prendre part. Le discours porté par les primeurs sur les autres commerces alternatifs spécialisés à Paris leur permet de ce point de vue de préciser ce qu'ils entendent par une démarche de transition socio-écologique du système alimentaire. Ils peuvent tour à tour construire des ponts avec leurs concurrents, ou mettre en avant leur spécificité en citant des modèles qui ne leur semblent pas pertinents :

« [Le primeur A] c'est vraiment topissime. Alors eux vraiment ils se tiennent à ce qu'ils ont dit, ils font ce qu'ils ont à faire. Un peu sur le même principe que nous, ils se sont mis une éthique et ils y dérogent pas. [Le primeur B] franchement, ils se font plaisir au niveau des

prix. [...] il y a des limites, je trouve que qu'ils sont un peu dans la logique "tu veux du bon, mets le prix". [...] [Le primeur C] c'est pas mal, après je trouve que c'est des endroits qui manquent de professionnels. Moi ce qui me saoule dans les endroits comme ça, c'est qu'ils se la racontent ! Ce que j'aime bien avec [le primeur A] et nous, c'est la simplicité. C'est le même principe, il y a des cagettes, ils font que du local. Et c'est simple alors que je trouve le reste des trucs un peu prétentieux. »

Entretien avec Cédric, responsable de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Dans ce contexte, les partenariats au-delà des échanges ponctuels avec d'autres commerçants sont rares. Lorsqu'ils existent, ils prennent le plus souvent la forme de commandes groupées auprès de fournisseurs qui demandent un seuil minimal dans le montant des achats. Là encore, ils ont donc surtout lieu entre exploitants d'un à deux points de vente. Le faible développement de ce type de circuit au-delà d'une logique de dépannage ponctuelle illustre également la dimension stratégique de l'approvisionnement et de la logistique qui y est associée :

« Question : J'avais une dernière question, sur les relations que vous pouvez avoir avec d'autres acteurs des circuits courts, ou de proximité à Paris. Est-ce que vous avez des échanges avec ces structures-là ? [...] »

Pauline : On n'a pas de lien particulier [avec les autres primeurs], après c'est vrai qu'il y a des choses qui pourraient être mutualisées, par exemple [le primeur A] en fait on a beaucoup de producteurs en commun, qu'eux ont démarché, qu'ils ont identifiés à travers nous je pense et avec qui ils ont commencé à travailler, etc. Donc en fait, par exemple sur la partie logistique je pense qu'il y a des choses un peu absurdes en termes d'appro parce que finalement, c'est les mêmes appros (sic) ! Donc c'est un peu dommage je pense d'être sur des circuits parallèles, en même temps c'est compliqué parce que c'est quand même une entreprise, nous aussi... »

Entretien avec Pauline, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Pauline a constaté qu'elle partageait un certain nombre de fournisseurs avec un autre primeur à Paris. En soulignant que ce dernier les aurait identifiés en observant ses propres pratiques, elle sous-entend une forme de concurrence déloyale, du moins une démarche contribuant à diminuer la valeur du circuit qu'elle et le co-fondateur de l'entreprise ont mis plusieurs mois à constituer. Dans ce contexte, la mutualisation d'une partie du transport et du stockage des fruits et légumes se heurte à la volonté de maintenir un avantage concurrentiel sur le marché. Elle pourrait pourtant sembler logique pour réduire la consommation énergétique associée à l'approvisionnement. Paradoxalement, parce qu'elles sont au cœur de la participation des primeurs à la transition du système alimentaire et donc de leur originalité sur le marché, les stratégies d'approvisionnement des primeurs alternatifs sont aussi le principal paramètre qui limite des pratiques reconnues comme centrales pour la réduction de l'impact environnemental de l'alimentation, telles que la mutualisation logistique (Raton, Gonçalves, Gaillard, Wallet, 2020).

Finalement, les liens les plus forts sont développés avec des structures qui ne sont pas rattachées à la filière des fruits et légumes ou au secteur du commerce. La moitié des primeurs alternatifs a ainsi indiqué avoir des interactions plus ou moins formelles avec des associations ou d'autres entrepreneurs avec lesquels ils partagent des représentations sur les perspectives de transition du système alimentaire. Dans le cas de Pauline, c'est essentiellement autour du renforcement de l'accès à l'alimentation à l'échelle des quartiers d'implantation de ses points de vente que se sont développées les interactions, parce qu'il s'agit d'une dimension de son activité qu'elle considère comme centrale :

« C'est vrai qu'on va mieux connaître finalement les acteurs ancrés dans nos quartiers que je dirais "les concurrents". Nous c'est vrai qu'on se sent plus proches de réseaux associatifs, en termes de valeur, et aussi des acteurs publics, la mairie de Paris, la mairie d'arrondissement, on a pas mal de lien avec les élus qui travaillent sur les circuits courts, l'alimentation, etc. [...] C'est vrai qu'en termes d'état d'esprit et de valeurs je pense qu'on est plus proches du tissu d'acteurs locaux des quartiers que je dirais...

Question : des points de vente traditionnels entre guillemets ?

Pauline : oui voilà c'est ça. Puis après il y a des valeurs communes, mais par exemple [l'entreprise B] c'est quand même très startup, enfin ils sont... enfin leur système de fonctionnement où il n'y a pas vraiment de salarié, beaucoup de bénévolat, il y a pas mal de choses sur lesquels je ne suis pas très à l'aise dans leur modèle. [Le primeur A] je pense qu'on a pas mal de valeurs communes sur le *sourcing*, enfin sur le respect des producteurs et tout. Après ils sont hors de prix donc sur l'accessibilité on n'est pas du tout raccord. Donc je pense que voilà il y a des valeurs partagées avec certains acteurs, d'autres pas. Et du coup on a pas de contact particulier. »

Entretien avec Pauline, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

On retrouve là encore une démarche de prise de distance vis-à-vis de l'activité commerciale en tant que point de départ d'une action concertée entre différents acteurs pour transformer le système alimentaire. L'appartenance à des réseaux en dehors du secteur commercial est plus importante chez les primeurs qui cherchent à participer à la transition en adoptant plusieurs statuts, notamment parce qu'ils considèrent que celui de commerçant est trop limitant (cf. 8.2). Les liens qu'ils créent sont également caractérisés par leur forte dimension territorialisée, quand bien même l'objectif des primeurs n'est pas systématiquement de mener une action centrée sur leur quartier d'implantation. Elle est à relier, entre autres, à l'émergence de lieux dédiés à l'hébergement ou à l'accompagnement de projets s'inscrivant dans une perspective de transition socio-écologique. Laure, par exemple, a participé au dispositif Live for Good (cf. chapitre 4), tandis que Sophie a bénéficié d'un espace de travail aux Grands Voisins¹⁰¹. Elle y a rencontré plusieurs créateurs d'entreprises avec lesquels elle travaille encore régulièrement :

¹⁰¹ Les Grands Voisins est un programme d'occupation temporaire de l'ancien hôpital Saint-Vincent-de-Paul dans le 14^e arrondissement à Paris, porté par l'association Aurore, Plateau Urbain et Yes We Camp. Il a démarré en 2015 et s'est achevé en 2020. L'accueil d'artisans et d'entrepreneurs en cours de création ou de développement

« J'ai rencontré plein d'artistes des Grands Voisins, c'est l'un d'eux qui a fait les meubles, à partir de bois réutilisé des Grands Voisins. C'est une fille que j'ai rencontrée là-bas qui a fait les photos et un autre qui a fait le site. C'est lui que j'avais tout à l'heure au téléphone, parce qu'il s'est associé avec un autre mec qui a une boîte, qui sert des petits déjeuners responsables en entreprise. On était au téléphone parce qu'ils font des jus de saison et cherchent à s'approvisionner en fruits de saison, donc on était en train de discuter justement de ma productrice de pommes et de poires et... il m'expliquait qu'ils avaient engagé un pâtissier et a proposé de mettre des produits chez moi, j'ai dit "Amène !". Donc voilà il y a eux, il y a [l'entreprise A] c'est trop cool ce qu'ils font. Ils ont fait le buffet d'inauguration de la boutique il y a un peu moins d'un an, c'était un mois après l'ouverture, à partir de mes produits, c'est du zéro déchet donc c'était super. Il y a les frigos solidaires avec qui on doit installer un frigo. [...] Il y a [l'entreprise B] on avait à moitié pensé un projet en commun pour les écoles, un projet de sensibilisation. »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs.

Sophie détaille les nombreuses initiatives qu'elle met ou envisage de mettre en place avec d'autres entreprises rencontrées lors de la phase de création de sa boutique. Ces dernières lui apportent des ressources dans le cadre du développement de son activité – mobilier, accès à des produits et événements en commun –, mais lui permettent également de sortir du cadre de l'activité commerciale pour développer des actions, par exemple la sensibilisation auprès des écoles. Alors que les relations nouées avec d'autres commerçants renvoient à des modes de régulations représentatifs du fonctionnement classique du marché, ce type d'interactions paraît porteur de mutations. En effet, il s'affranchit des logiques de filières et s'appuie avant tout sur le partage de représentations communes autour de la transition et des pratiques à adopter pour y participer. Au-delà du recours à des associations pour certains aspects de l'activité – par exemple le don d'inventus, qui est fréquent y compris chez les primeurs conventionnels – ce type d'interactions est perçu par une partie des commerçants comme un moyen de d'agir différemment sur le système alimentaire. Elles permettent aussi d'être reconnu comme un acteur légitime de la transition, dans la mesure où elle offre aux primeurs des occasions de faire valoir leur intervention non pas sous l'angle d'une activité lucrative, mais comme une contribution à une démarche d'intérêt général. Cette posture est une condition primordiale pour participer à la gouvernance alimentaire territoriale portée par la mairie de Paris, qui apporte des ressources non négligeables aux primeurs alternatifs.

8.3.b – Un intérêt mutuel à l'intégration dans la gouvernance alimentaire territoriale

La mairie de Paris et les mairies d'arrondissement concentrent les dispositifs d'aide et d'accompagnement destinés aux primeurs, qu'ils soient conventionnels ou alternatifs. Ces derniers ont des échanges spécifiques avec la municipalité : ils sont plus nombreux à y avoir recours (Tableau

de leur activité figurait parmi les activités du site. Le site internet des Grands Voisins recense l'ensemble des projets menés, voir : <https://lesgrandsvoisins.org/>

8.5), pour des demandes ou des partenariats ayant plus directement trait à leur participation à la transition (Tableau 8.6). De ce fait, leurs interlocuteurs sont aussi différents de ceux sollicités par les primeurs conventionnels. Ces derniers interagissent surtout avec la direction de l'Urbanisme, pour des demandes ayant trait à la voirie. Ils leur soumettent des demandes d'occupation de la voirie pour installer un étal, ou des places de stationnement réservées à la livraison des fruits et légumes. Lorsqu'il y a des travaux d'aménagement, certains primeurs se renseignent sur leur durée ou leur impact sur la circulation, auprès de la mairie d'arrondissement ou, à nouveau des directions de l'Urbanisme qui en ont la charge. Les services de communication à l'échelle de la mairie ou de l'arrondissement sont également des interlocuteurs récurrents, cette fois-ci pour les primeurs alternatifs mais aussi conventionnels. Les conditions d'accès à ces outils de communication sont cependant plus nombreuses : alors que les commerçants qui revendiquent de participer à la transition sont une majorité à avoir bénéficié d'un article ou d'une visite d'élite, quelle que soit la taille de leur entreprise, seuls les primeurs conventionnels exploitant de grandes surfaces de vente et employant un nombre important de salarié ont évoqué ce type de mise en avant. Il s'agit alors généralement d'articles dans le magazine ou sur le site de la mairie d'arrondissement. La nature des éléments mis en avant est également différente : dans le cas des primeurs conventionnels, la communication concerne le plus souvent des travaux, qui contribuent à améliorer le paysage et l'animation de la rue commerçante dans laquelle ils s'insèrent ; dans celui des primeurs alternatifs, l'objectif est de mettre en avant leur contribution à la transformation du système alimentaire et leur contribution au renforcement de l'accessibilité – au moins physique – à l'alimentation durable, en lien avec la *Stratégie de Paris pour une alimentation durable*.

Tableau 8.5 – Réponses à la question « Avez-vous des échanges avec la mairie de Paris ou la mairie de votre arrondissement ? », Paris, 2020 (Eff : 100)

« Avez-vous des échanges avec la mairie de Paris ou la mairie de votre arrondissement ? »	Ensemble des primeurs		Primeurs conventionnels		Primeurs alternatifs	
	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre
Oui	55	55	58	52	30	3
Non	36	36	33	30	60	6
Ne se prononce pas	9	9	9	8	10	1
Total	100	100	100	90	10	10

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Microsoft Excel

Tableau 8.6 – Type d'échange entre les primeurs et la mairie de Paris ou les mairies d'arrondissement, Paris, 2020, nombre (Eff : 36)

	Ensemble des primeurs	Primeurs conventionnels	Primeurs alternatifs
Administration ¹⁰²	11	11	0
Visite d'élus et cadre d'opérations de communication	9	6	3
Travaux et aménagement	8	8	0
Surveillance et amendes	4	3	1
Visite d'élus dans le cadre de leur consommation personnelle	4	3	1
Partenariats	3	1	2
Réponses à des appels à candidatures	3	0	3
Ne sait pas	3	2	1

Source : NRPrimParis 2020 ; réponses recodées, plusieurs réponses possibles / Traitement : Microsoft Excel

¹⁰² Paiement des loyers, autorisations de stationnement ou d'occupation de voirie...

Certains types d'interaction ne concernent que les primeurs alternatifs, à des degrés d'intensité qui varient selon les dispositifs dans lesquels ils s'inscrivent. Le plus abouti correspond aux structures qui assurent l'exploitation de deux halles alimentaires dans le 10^e et le 14^e arrondissement de Paris. Ces dernières ont été créées suite à une proposition adoptée au conseil de Paris en 2016, qui accorde un loyer modéré et une aide pour l'aménagement de locaux attribués dans le cadre du budget participatif. Ces halles sont présentées dans la *Stratégie de Paris pour une alimentation durable* (2018a) comme une expérimentation visant à renforcer l'accessibilité physique et économique à l'alimentation durable dans les quartiers populaires à Paris. Leur gestion a été attribuée dans le cadre du budget participatif de la mairie de Paris, à des structures – celles d'Annabelle et Pauline – qui disposent d'un statut associatif ou d'entreprise à mission. Cette garantie d'une participation à l'intérêt général a été selon Annabelle un élément décisif dans leur sélection :

« Il y a eu un appel à projets de la ville de Paris, dans le cadre du budget participatif, pour ces locaux qu'on occupe aujourd'hui. La ville de Paris voulait que ce soit un lieu dédié à l'alimentation durable, c'était aussi le choix plébiscité par les habitants du quartier par rapport au budget participatif ; ensuite la ville de Paris a lancé un appel à projets et donc [notre association] s'est positionnée avec cette proposition de chantier d'insertion. Elle était en concurrence avec des enseignes comme Naturalia ou La Vie Claire ou je ne sais qui et donc ça permettait d'ajouter à la dimension environnementale et économique vraiment la dimension sociale. L'idée c'était de dire que non seulement on respectera la charte de l'appel à projets de la ville de Paris, donc c'était circuits courts, produits franciliens et bien sûr travail en direct avec les producteurs à un prix rémunérateur, mais en plus les personnes qui travailleront, qui seront dans une démarche d'insertion sociale. Et troisièmement, pour la troisième facette de cette dimension sociale, on s'engage aussi en tant qu'association à pratiquer des marges faibles pour que ces bons produits soient mis à disposition des habitants du quartier avec une vraie préoccupation d'accessibilité économique. »

Annabelle, coordinatrice d'un point de vente, approvisionnement auprès de grossistes et en direct de producteurs.

Le statut d'association de la structure a permis de faire valoir sa capacité à répondre à l'ensemble des objectifs de la municipalité concernant l'alimentation durable, en particulier pour ce qui concerne l'accessibilité économique. En outre, les expériences passées de ses fondateurs, qui ont déjà animé des chantiers d'insertion et ont travaillé dans le passé dans le secteur de l'économie sociale et solidaire, garantissait leur capacité à gérer le lieu et à déployer un modèle viable. La capacité à articuler la réponse aux objectifs de transition porté par la mairie de Paris et des compétences d'animation et de gestion d'un lieu conditionne la nature des interactions entre primeurs alternatifs et acteurs publics. Ces structures sont ainsi celles qui entretiennent les liens les plus forts, en termes d'intensité et de fréquence, avec les acteurs municipaux au-delà de la période d'installation. Ils se manifestent par la participation à des groupes de travail, ou à des événements ponctuels, ayant moins trait à la valorisation de l'activité commerciale qu'à l'animation du quartier ou la solidarité :

« Les quartiers dans lesquels on s’implante c’est des quartiers populaires, politique de la ville, etc. Nous on cherche vraiment à s’implanter dans les quartiers et à créer du lien pour les acteurs locaux, la mairie d’arrondissement, le conseil de quartier, les assos du quartier, les jardins partagés. On essaye de participer finalement à la vie du quartier. Donc par exemple quand il y a la fête du quartier du XXe, Fêtons le Printemps, etc., on a un stand, on se fait connaître comme ça. Voilà on essaie vraiment d’avoir cet ancrage dans le territoire à l’échelle de nos quartiers. »

Entretien avec Pauline, exploitante de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

Cette démarche d’insertion territoriale à travers la participation à des événements et le développement d’une gamme de produits accessibles économiquement constitue l’un des éléments distinctifs des commerces dans lesquels Annabelle et Pauline travaillent (cf. chapitre 7). Dans le cas de la structure où Annabelle est salariée, elle a été conditionnée par des compromis dans les circuits d’approvisionnement adoptés, en décalage avec la proposition faite à la mairie de Paris lors de leur candidature pour la gestion de la halle. L’association ne s’approvisionne en effet que marginalement en direct des producteurs (cf. chapitre 6). Pour autant, cela n’a pas remis en cause les fortes interactions avec la mairie d’arrondissement et d’autres associations impliquées autour de la boutique.

Les halles alimentaires étaient l’un des axes de la *Stratégie de Paris pour une alimentation durable*, dans laquelle il est indiqué que « la ville de Paris étudiera les opportunités de créer de nouvelles halles alimentaires, en priorité dans les quartiers situés en "Politique de la ville" » (mairie de Paris, 2018a, p. 27). Dans le premier volet de son étude dédiée à l’alimentation durable à Paris, l’APUR (2018a) mentionne également ce dispositif et propose une cartographie indicative des lieux carencés en offre de produits durables dans lesquels pourraient être implantées des halles. Néanmoins, au cours de l’enquête de terrain, aucune structure de ce type ne semble avoir été ouverte à Paris. Elles n’ont pas non plus été mentionnées lors des entretiens avec les représentants de la municipalité. Il semblerait donc que, malgré les fortes interactions mises en avant par les primeurs concernés et l’importance qu’ils accordent à leur rôle de cohésion territoriale, ce type d’organisation n’ait pas été retenu dans la construction de la gouvernance alimentaire territoriale.

Le second niveau d’interaction renvoie aux commerces qui se sont implantés dans des locaux détenus par la Semaest ou l’un des bailleurs publics rassemblés dans le GIE Paris Commercess. Le volet commercial de la *Stratégie de Paris pour une alimentation durable* s’incarne dans l’activation des outils de préemption et de sélection des activités commerciales, en vue de favoriser l’installation de commerçants développant des pratiques cohérentes avec les attentes de la municipalité (cf. chapitre 4). Un tiers des primeurs alternatifs recensés lors de l’enquête de terrain exploitent au moins un fonds de commerce dans cette configuration. Ils ont généralement eu connaissance de ces dispositifs par le bouche-à-oreille, ce qui leur a permis dans le même temps de découvrir l’action de la mairie de Paris en matière d’alimentation durable :

« C'est un immeuble social, c'est le commerce en pied d'immeuble donc c'est géré aussi par un bailleur social de la ville de Paris, pour faire simple. [Avant] c'était une pharmacie, on a su qu'elle partait à la retraite et du coup qu'elle revendait sa clientèle à la pharmacie d'à côté donc il n'y avait pas de fond de clientèle à racheter, donc voilà on a eu un peu les infos en amont, ce qui a fait qu'on a pu assez rapidement se positionner. Et puis ce qu'on voulait y faire collait bien avec les attentes de la mairie de Paris, à savoir recréer du commerce de proximité dans le quartier, donc finalement assez rapidement notre dossier a été validé. [...]

Question : et donc vous, vous étiez dans une période de prospection pour des locaux ou ça s'est présenté comme ça ?

Philippe : non on regardait de notre côté. Après on savait qu'il y avait un côté attirant dans le GIE, dans le sens où très rarement, enfin 95 % du temps tu ne payes pas de pas de porte. Donc c'est quand même plus simple. »

Entretien avec Philippe, exploitant de deux points de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

La technique de recherche de locaux est différente de celle observée chez les primeurs conventionnels, qui se caractérise comme pour les pratiques d'approvisionnement par des formes de cooptation. L'identification de fonds de commerce à vendre se fait généralement par le bouche-à-oreille, mais plutôt au MIN de Rungis, *via* les grossistes ou d'autres primeurs. Les contextes de reprise sont également prédominants (cf. chapitre 5). Ce mode d'accès aux informations sur le marché immobilier est plus complexe pour les primeurs alternatifs qui d'une part sont une majorité à être en reconversion professionnelle, d'autre part contournent largement le MIN de Rungis. Ils ne font donc pas partie des réseaux d'interaction par lesquels circulent les opportunités de rachats de fonds de commerce. Dans ce contexte, ils font appel à des canaux plus institutionnalisés de recherche immobilière, en ayant comme critère de sélection la réduction des coûts liés à l'entrée dans le foncier :

« Quand j'ai commencé à chercher des locaux commerciaux, j'ai vu les prix de rachat de bail et je me suis dit que ça allait pas être possible. Du coup j'ai discuté avec un de mes potes qui est un ancien agent immobilier et je lui ai demandé si ça n'existait pas des choses où on ne rachète pas de bail. Il m'a dit que si, j'ai cherché et je suis tombée sur le GIE. »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs.

Les dispositifs mis en place par la Semaest et le GIE Paris Commerces répondent aux contraintes, mais aussi aux compétences des primeurs alternatifs, en particulier lorsqu'ils sont en situation de reconversion. Une majorité d'entre eux ont souligné ne pas avoir beaucoup de capitaux économiques au lancement de l'activité, mais ont pu compenser cette situation par une forte capacité à développer un discours sur leur rôle en tant que commerçant dans la transition du système alimentaire. L'affirmation de cette posture est conditionnée par la connaissance par les primeurs de l'existence d'une gouvernance alimentaire territoriale à Paris, au sein de laquelle ils se sont sentis légitimes à inscrire leur projet. Néanmoins, les objectifs associés à l'alimentation durable ne sont pas les seuls pris en compte dans les comités de sélection pour l'occupation des locaux commerciaux. Il

s'agit aussi de renforcer l'animation commerciale et une forme de montée en gamme, mais aussi d'évaluer la viabilité économique des structures sélectionnées, pour garantir un faible roulement des activités aux bailleurs (cf. chapitre 4). Les primeurs alternatifs doivent donc à la fois mettre en avant leur participation à la transformation du système alimentaire et la solidité économique de leur entreprise, à travers notamment la construction d'un *business plan* qui propose des bilans prévisionnels de leur activité. Cette étape de formalisation est loin d'être systématique dans l'ouverture de points de vente, surtout lorsque le fonds de commerce est acquis dans le cadre d'une reprise. Elle a en revanche été présentée par les primeurs alternatifs ayant accédé à un local détenu par la Semaest ou un bailleur public comme un passage obligé dans la construction de leur projet commercial. C'est bien en ce sens que l'on assiste à une rencontre entre l'outil principal de la mairie de Paris pour orienter les activités commerciales dans le cadre de sa gouvernance alimentaire territoriale et les attentes et ressources des primeurs alternatifs pour développer leur activité. L'ouverture des activités est généralement accompagnée d'une visite d'élus de la ville ou de l'arrondissement, ou *a minima* d'un article sur le site de la municipalité ou le journal de l'arrondissement. Plusieurs primeurs ont plutôt indiqué une démarche proactive de la collectivité dans la promotion de leur activité :

« Laure : Effectivement je m'étais rapprochée de GIE Paris Commerces et on cherchait beaucoup de locaux... via des agences immobilières privées quoi. Et un jour je vais boire un café dans un café dans le 15^e parce que j'étais en avance sur un rendez-vous. Bref, je discute avec la patronne du café, qui connaît le maire du 15^e. Et du coup elle me pousse à le rencontrer de sa part et on n'a pas trouvé dans le 15^e, mais lui en a parlé dans d'autres arrondissements de Paris et Paris Habitat m'a recontactée pour visiter ce local avant qu'il ne soit mis sur le marché. Donc ça s'est fait un peu...

Question : oui parce qu'ils recherchaient particulièrement une activité comme celle-ci dans le quartier ?

Laure : ouais, ils avaient envie de soutenir tous les points d'accès à une alimentation durable. C'est comme ça qu'ils le formulent. Et du coup on rentrait parfaitement là-dedans.

Question : d'accord ok. Et aujourd'hui ça continue, enfin les échanges continuent sur des partenariats particuliers ?

Laure : bah ils font tout ce qu'ils peuvent pour nous donner de la visibilité. Donc des petits médias locaux, sur les réseaux sociaux... même donc [la maire d'arrondissement] nous partage sur ses réseaux sociaux perso. Voilà. Et en fait finalement c'est beaucoup plus par elle. »

Entretien avec Matthieu et Laure, exploitants de neuf points de vente, approvisionnement auprès de producteurs.

L'accès de Laure et Matthieu à un local détenu par un bailleur public, mais également la communication qui a suivi leur ouverture, a été largement le fait des acteurs publics à la recherche de porteurs de projets représentatifs d'une démarche de transition. Légitimés par leur rencontre avec un maire d'arrondissement, ils ont pu visiter un local avant sa mise sur le marché, de même que Philippe

qui connaissait la précédente occupante du local dans lequel il a ouvert sa première boutique. Laure indique ensuite que Paris Habitat et la mairie d'arrondissement font « tout ce qu'ils peuvent pour [leur] donner de la visibilité », ce qui peut aussi être interprété comme une manière pour ces acteurs de donner à voir des exemples de réussite de la gouvernance alimentaire municipale. Cette démarche est là encore largement mise en œuvre par les mairies d'arrondissement, qui disposent de leur propre agenda politique, y compris sur le plan de l'alimentation. Elles font partie des comités de sélection mis en place par la Semaest et le GIE Commerces pour l'attribution des locaux et disposent de leviers importants pour valoriser les activités, à travers les journaux d'arrondissement ou des événements à l'échelle des quartiers. Lorsque les primeurs indiquent mener des réflexions sur le développement de partenariats avec la restauration collective, ils naissent également d'échanges avec des représentants de l'arrondissement, plutôt que la mairie de Paris, dans la mesure où les caisses des écoles sont gérées à cette échelle. Certaines d'entre elles semblent ainsi particulièrement actives dans la promotion des primeurs alternatifs, à l'instar de la mairie du 14^e arrondissement, qui est aussi celle dans laquelle a eu lieu l'une des expérimentations de halle alimentaire. Ainsi, même si la mairie de Paris représente un échelon central dans la définition de la gouvernance alimentaire et l'identification de dispositifs dédiés à favoriser l'installation des primeurs alternatifs, la poursuite des interactions se décline prioritairement à l'échelle de l'arrondissement et semble donc variable, selon le degré d'intérêt manifesté par les élus à ce niveau pour la politique alimentaire et les commerces qui s'y rattachent. On retrouve de ce point de vue la transversalité revendiquée par l'Agence d'Écologie urbaine qui supervise la construction de la gouvernance alimentaire (cf. chapitre 4), appliquée cette fois-ci à la hiérarchie des compétences des collectivités. Dans la mesure où la majorité des dispositifs développés autour de la transition alimentaire n'ont pas de portée réglementaire, les mairies d'arrondissement peuvent être des relais de la gouvernance, mais également ne pas la prendre en compte voire y résister, en faisant valoir d'autres critères de sélection que ceux de la municipalité lors des comités de sélection au sein desquels les mairies d'arrondissement sont impliquées.

Le dernier niveau d'interaction concerne la candidature de certains primeurs à des appels à projets lancés par la mairie de Paris. Certains sont mis en œuvre dans le cadre de sa politique commerciale, à l'image de l'appel à projets « Coup de Pouce Commerce », proposé une fois par an entre 2016 et 2020, qui visait à financer des projets de travaux à destination des commerces localisés dans les quartiers populaires de la capitale. Philippe a candidaté à l'un d'entre eux et a bénéficié d'une subvention visant à aménager une cuisine pour développer une offre de restauration à emporter dans son local commercial. Ce type de dispositif est destiné aux commerces sans que le mode d'approvisionnement représente un critère de sélection des porteurs de projet. Lancé en 2021 et renouvelé en 2022, l'appel à projets « Alimentation durable et solidaire » s'adresse quant à lui directement à des structures ou projets qui cherchent à transformer le système alimentaire. Les lauréats peuvent avoir accès à des subventions de fonctionnement, à des aides à l'investissement pour réaliser des travaux, ou à un accompagnement pour accéder aux locaux détenus par la Semaest ou les

bailleurs regroupés dans le GIE Paris Commercess. Parmi les primeurs recensés, deux ont été lauréats de l'appel à candidatures lancé en 2021 : le premier a reçu une subvention et le second a ouvert un second point de vente dans un local attribué par le GIE Commerces, qui a fermé dans le courant de l'année 2022. Dans ces deux cas et dans celui de Philippe, il s'agissait de primeurs qui exploitaient déjà une partie de leur activité dans des locaux détenus par des bailleurs publics ou la Semaest. Ils avaient également en commun d'être des associations ou des coopératives, pour lesquelles les subventions publiques représentent un élément important de leur modèle économique, du moins au démarrage de l'activité. Dans ce contexte, la volonté d'une partie des primeurs de développer des statuts complémentaires à l'activité commerciale peut aussi être mise en relation avec l'évolution des appels à projets mis en place par la mairie de Paris. Celui dédié à l'alimentation durable est en effet transversal, à la fois dans les étapes du système alimentaire – de la transformation au traitement des déchets et la réduction du gaspillage – et dans le type de structures concernées – entreprises et associations. De ce point de vue, la lucrativité limitée dont se revendique une partie des primeurs est une manière de se distinguer, en proposant des modèles qui participent à l'intérêt général tout en disposant d'une autonomie relativement importante vis-à-vis des subventions publiques à travers les bénéfices réalisés dans le cadre de l'activité commerciale. Il serait nécessaire d'analyser comment ces stratégies sont interprétées par les parties prenantes de la sélection des projets, ainsi que les modes d'interaction au-delà de la phase d'installation ou de versement des subventions d'investissement dans le cadre de ces appels à projets¹⁰³.

Les interactions entre primeurs alternatifs et acteurs publics représentent donc une ressource pour les premiers et une démonstration de l'avancée de la gouvernance alimentaire pour les seconds. Elles sont malgré tout d'intensité variable, d'une part selon la façon dont les primeurs appréhendent leur participation à la transition, d'autre part en fonction de leur parcours et des ressources qu'ils détiennent pour développer et faire fonctionner leur activité (Tableau 8.7). Les interactions les plus fortes concernent ainsi des primeurs alternatifs qui exerçaient des métiers de cadres, tandis que ceux qui transforment leurs pratiques mettent avant des formes d'échanges plus proches de celles observées chez les primeurs conventionnels. On observe également un effet d'entraînement : plus un primeur fait appel à des dispositifs mis en place par la mairie de Paris, plus il a de chance d'être impliqué sur d'autres aspects de la gouvernance alimentaire territoriale. L'insertion dans la gouvernance alimentaire territoriale doit également être appréciée de manière dynamique. Le tableau 8.7 donne à voir une chronologie assez claire des types d'interaction entre la ville de Paris et les primeurs alternatifs, qui rejoint les modes d'engagement dans la transition. La posture de primeur exigeant est associée à une faible inscription dans les réseaux de gouvernance alimentaire territoriale, que l'on peut associer à la trajectoire des commerçants qui l'adoptent, pour qui les échanges avec les

¹⁰³ Sur ce point, de même que sur la construction de la gouvernance alimentaire territoriale à Paris (cf. chapitre 4), la thèse de Carla Altenburger pourrait apporter des éclairages complémentaires.

acteurs publics ne sont pas un réflexe. En outre, ils sont généralement fortement insérés dans la filière des fruits et légumes, qui leur donne accès à des ressources utiles en termes d'acquisition de fonds de commerce notamment. Les personnes qui ont professionnalisé leur engagement sont aussi celles qui entretiennent de manière privilégiée des partenariats récurrents avec la mairie de Paris, c'est-à-dire qu'elles bénéficient des dispositifs mis en place par cette dernière mais sont aussi intégrées à des groupes de réflexions ou dans l'élaboration de certains événements. Par exemple, Tanguy a été partie prenante de la création d'un marché de produits bio à côté de l'un de ses points de vente et échange régulièrement avec les personnes en charge de la restauration collective au sein de la mairie d'arrondissement.

Tableau 8.7 – Type et fréquence d'interaction avec la mairie de Paris et les mairies d'arrondissement

Nom de la personne interrogée	Mode d'engagement dans la transition (cf. chapitre 7)			Type d'interaction avec la mairie de Paris		
	Primeur exigeant	Prof. de l'eng. ¹⁰⁴	Entrep. ¹⁰⁵	Administrative	Aide ponctuelle	Partenariats
Vincent						
Reda						
Cédric						
Janice						
Tanguy						
Annabelle						
Pauline						
Philippe						
Matthieu et Laure						
Sophie						
Franck						
Samia						

Source : NRPrimParis 2020 / Traitement : Adobe Illustrator

On peut faire l'hypothèse que trois éléments favorisent la création de liens forts dans le cadre de la professionnalisation de l'engagement. D'une part, les exploitants qui sont dans cette situation ont le plus souvent une expérience associative et une connaissance des circuits et modalités d'accès aux subventions publiques. Ils sont de ce point de vue plus susceptibles de savoir répondre aux

¹⁰⁴ Professionnalisation de l'engagement.

¹⁰⁵ Entrepreneuriat.

attentes de la municipalité. D'autre part, ces primeurs déploient un discours systémique sur la transition, qui correspond bien aux modalités de développement de la gouvernance alimentaire territoriale à l'échelle de la mairie de Paris. Sa stratégie pour une alimentation durable s'inscrit en effet dans une démarche plus large d'écologie urbaine et de réponses aux objectifs fixés dans le cadre du *Plan climat-air-énergie* (mairie de Paris, 2018b). Enfin, les profils correspondant à la professionnalisation de l'engagement sont aussi ceux des entreprises créées plus anciennement que ceux qui se rattachent au modèle nommé entrepreneuriat. Ces entreprises disposent de nombreux points de vente et de personnes en charge des fonctions d'exécution, ce qui signifie que leurs fondateurs disposent de relativement plus de temps pour entretenir des interactions avec les acteurs publics. Les structures de Janice, Pauline et Tanguy embauchent par ailleurs des personnes dédiées aux partenariats avec les acteurs privés et publics. A l'inverse, les primeurs qui ont recours aux aides ponctuelles sont aussi ceux dont les entreprises ne comportent qu'un à deux points de vente et dont les exploitants sont impliqués au quotidien dans la logistique, les relations aux fournisseurs et la vente des fruits et légumes. Dans tous les cas observés, il s'agit du premier local exploité, les fonds de commerce suivants étant acquis dans le parc privé. Si les outils mis en œuvre par la collectivité constituent un tremplin pour le lancement de ces entreprises, ils ne sont donc pas pour autant appréhendés systématiquement comme des points de départ vers des interactions renforcées auprès des acteurs publics et en particulier pour la définition des axes de la gouvernance alimentaire territoriale. En l'occurrence, la majorité des locaux détenus par les bailleurs du GIE Paris Commerces ou la Semaest est localisée à proximité mais pas au cœur des principales centralités spécialisées dans les commerces de bouche, qui constituent des emplacements convoités par les primeurs alternatifs (cf. chapitre 4). Leurs stratégies de localisation visent à rejoindre ces types de polarités, ce qui les éloigne mécaniquement de l'objectif de la mairie de Paris de renforcer l'accessibilité à l'alimentation durable dans les quartiers où il existe une carence. La participation aux dispositifs mis en place par la ville de Paris ou les mairies d'arrondissement est également arbitrée par les contraintes que peuvent rencontrer les primeurs dans l'exercice de leur activité. Chez les primeurs entrepreneurs, elles sont limitées sur le plan technique, en raison du temps important qu'il est nécessaire de consacrer à la construction des dossiers de candidatures :

« Il y a souvent [des appels à projets], après il ne faut pas oublier que pour répondre à ce genre d'appel à candidatures, c'est des dossiers précis... Qui sont assez lourds. Pour des petites structures, c'est des choses dont on n'a pas trop l'habitude. Il faut le temps de le faire. On n'a pas toujours le temps de faire au quotidien. Finalement ça finit par s'adresser plus à des grosses structures qui ont l'habitude d'aller chercher ce genre de choses. D'un côté ça serait fait pour [des petites structures] et d'un autre côté on se rend compte que c'est pas évident que ça soit fait pour ça. Ça devrait être à eux d'aller chercher les trucs et pas l'inverse. Si quelqu'un dépose un dossier, c'est qu'il a le temps de le faire, qu'il a investi du temps là-dessus. »

Entretien avec Franck, responsable d'un point de vente, approvisionnement auprès d'une coopérative de producteurs.

Le point de vente dont Franck a la responsabilité est localisé dans un local détenu par un bailleur public, auquel il a accédé dans le cadre d'une sélection par le GIE Paris Commerces. Pour autant, il souligne la difficulté pour une petite entreprise de répondre aux appels à candidatures lancés par la ville de Paris, d'une part pour des raisons temporelles, d'autre part car de plus grosses structures « ont l'habitude d'aller chercher ce genre de choses » (entretien avec Franck). Derrière cette idée réside aussi celle qu'il existe des manières de faire propres aux acteurs publics, difficilement compréhensibles dans le cadre du développement d'une activité commerciale et sans expérience préalable dans le secteur associatif par exemple :

« En fait je maîtrise pas bien le monde du public. C'est ce qui me fait un peu peur pour l'asso (sic.) parce qu'aller chercher des fonds c'est avec ces acteurs-là. Mais le public je connais pas trop et j'ai pas tendance à aller vers eux parce que c'est un fonctionnement qui est très différent et que je maîtrise pas forcément. Il y a un côté très politique aussi, qui est... imbuvable à mon sens, vraiment difficile à appréhender. Parce que j'ai bossé avec des grands comptes dans mes anciennes boîtes, donc du public et... [...] C'était dur ! c'était très politique en fait et là je vois bien, la mairie d'arrondissement met 15 ans à répondre pour donner une autorisation au frigo¹⁰⁶, alors que la mairie de Paris a dit oui. C'est... un peu procédurier, mais bon, c'est comme ça. Mais j'avoue que j'ai plus d'interactions avec des acteurs privés qui sont dans le même état d'esprit que moi. »

Entretien avec Sophie, exploitante d'un point de vente, approvisionnement en majorité auprès d'une coopérative de producteurs.

Les difficultés rencontrées par Sophie font écho à la complexité d'instruction des appels à projets mise en avant par Franck. Elles sont aussi associées, dans son discours, à une méfiance vis-à-vis des mécanismes de prise de décision publics, qu'elles critiquent pour leur caractère procédurier en même temps que pour leur ancrage dans des stratégies politiques dont elle se sent tributaire. En insistant sur ses proximités avec « des acteurs privés qui sont dans le même état d'esprit » qu'elle, Sophie remet finalement en cause la pertinence de partenariats avec les acteurs municipaux, si ce n'est pour accéder à des aides ponctuelles ou des autorisations liées à l'utilisation de la voie publique. On retrouve finalement une posture similaire à celle exprimée par les représentants des collectivités pour qui les commerçants indépendants ne constituent pas des types d'acteurs prioritaires dans la mise en place d'une gouvernance alimentaire territoriale, dans la mesure où il existe peu de cadres et de leviers d'interactions autour de leurs pratiques respectives (cf. chapitre 4). Les primeurs alternatifs entrepreneurs et exigeants ont donc en commun avec la mairie de Paris de ne pas considérer leurs interactions comme un axe central de leur participation à une transition socio-écologique. Au sein du marché des alternatives, ce sont les commerçants qui revendiquent le plus ouvertement leur inscription dans une logique de rationalité limitée qui participent le plus à la gouvernance alimentaire territoriale. Ce résultat rejoint les constats qui ont été fait sur l'importance du rattachement à

¹⁰⁶ Plus tôt dans l'entretien, Sophie a évoqué un projet d'installation d'un frigo en libre-service, dans lequel elle distribuerait des produits proches de la péremption. La mise en œuvre de ce projet nécessite des autorisations d'occupation de l'espace public, puisque que le frigo serait installé sur le trottoir devant sa boutique.

l'économie sociale et solidaire dans l'inscription dans les politiques de transition alimentaire (Billion, 2018; Chiffolleau, 2019). Dans le cas parisien, les transformations apportées par les primeurs à leurs modèles économiques au regard de leur participation à la transition ont également dessiné des voies d'intervention nouvelles pour les acteurs publics. En revendiquant un statut d'entreprise à mission, ou en développant des activités associatives complémentaires, ces commerçants donnent un exemple de structuration qui permet à la fois de faire valoir un intérêt général tout en restant ancré dans un marché dont ils tirent des revenus. L'émergence d'appels à projets transversaux en termes de types d'activité peut être vu comme un moyen pour la municipalité d'encourager ce type de structuration d'activité, qui s'appuie sur une diversité importante de sources de revenus mais également sur des parcours spécifiques de porteurs de projets.

Conclusion du chapitre 8

Revenant sur la polysémie autour de l'encastrement, plusieurs auteurs (Laville, 2008; Le Velly, 2002) ont discuté comment cette notion permet d'envisager des voies alternatives au modèle capitaliste. Ils critiquent en cela certaines interprétations de la théorie de l'encastrement formulée par Karl Polanyi, qui l'envisagent comme une démonstration de la dépendance des sphères sociales, économiques et institutionnelles au capitalisme et à l'économie de marché :

« Affirmer l'existence d'une société capitaliste revient à supposer une coordination parfaite des représentations individuelles, il existe en réalité une dominante capitaliste puisque le système économique dominant coexiste avec des formes économiques qui sont différentes dans leur logique même si leurs marges de manœuvre sont limitées. » (Laville, 2008, parag. 24)

Le cas des primeurs alternatifs est emblématique d'initiatives de construction de modèles économiques alternatifs. Ils sont limités par un ensemble de normes et de mutations propres à l'économie de marché, mais tentent de s'en émanciper, d'une part en redéfinissant le rôle d'intermédiaire, d'autre part en construisant des réseaux qui s'écartent de la logique de filière. Le marché des alternatives qui émerge dans ce cadre est structuré autour de modes d'engagement pour la transition socio-écologique, dont les contours sont définis en fonction des trajectoires des exploitants, de leur rapport au système alimentaire et de leurs projets professionnels et personnels futurs. Cela explique des postures très diverses vis-à-vis des mutations qui traversent le secteur commercial dans son ensemble. Les primeurs alternatifs s'y adaptent, mais conditionnent leurs stratégies à la prise en compte de la perspective de transition. Il s'agit de l'un de leurs principaux modes de participation à la transition. Les primeurs prennent en effet comme point de départ à leur action le hiatus entre leur rejet de l'impact de l'économie de marché sur le système alimentaire et leur adhésion à certaines de ses normes – pour disposer d'un revenu mais aussi parce qu'ils les ont intériorisées tout au long de leur trajectoire professionnelle. Pour résoudre cette forme de contradiction, ils développent des statuts hybrides et imaginent de nouvelles formes de coopération avec leurs fournisseurs, leurs clients et les prestataires de service auxquels ils ont recours. Les modèles qui en résultent sont interdépendants : certains primeurs s'inspirent d'entreprises déjà créées pour développer leur activité et tous se positionnent par rapport à ce qu'ils considèrent comme des concurrents, par rapport auxquels ils cherchent à se distinguer.

L'encastrement se manifeste particulièrement dans les réseaux construits par les primeurs alternatifs, avec d'autres acteurs de la transition du système alimentaire, mais aussi la mairie de Paris, qui est l'une des principales actrices de la gouvernance alimentaire territoriale francilienne. Les dispositifs qu'elle met en œuvre à destination des commerçants répondent aux besoins des primeurs alternatifs en reconversion. Dans le même temps, ceux qui en bénéficient disposent de compétences en communication et en mise en scène commerciale, qui en font des ambassadeurs de la trajectoire

de transition souhaitée par les acteurs publics. Les partenariats reposent donc sur un intérêt mutuel, à la croisée de représentations partagées sur les transformations à apporter dans le système alimentaire et de leviers notamment fonciers adaptés aux contraintes du marché du commerce à Paris. Cette logique de valorisation mutuelle permet de mieux comprendre pourquoi les commerçants conventionnels accèdent plus difficilement aux outils d'accompagnement mis en place par la mairie de Paris. D'un côté, ils ne disposent pas des compétences adaptées pour médiatiser un engagement dans la transformation du système alimentaire. Dans la mesure où la municipalité n'a pas de levier pour transformer leurs pratiques d'approvisionnement, ces acteurs ne se rencontrent pas non plus autour de l'objectif de transition du système alimentaire. D'un autre côté, les primeurs conventionnels sont déjà fortement ancrés dans la filière des fruits et légumes, qui leur donne accès à des ressources notamment foncières. Dans ce contexte, les services et opportunités offerts par la municipalité ne sont pas considérés comme pertinents par ces professionnels.

Les réseaux construits par les primeurs alternatifs, qui incluent les acteurs publics, sont donc au cœur du processus de transition auquel ils participent. La gouvernance alimentaire territoriale contribue ainsi à la construction d'un marché des alternatives en tentant de généraliser des pratiques portées par les commerçants indépendants. Là encore, cette démarche traduit bien les processus de transition analysés sous le prisme de l'encastrement :

« La question posée est donc celle d'institutions qui soient en mesure d'assurer la pluralisation de l'économie pour l'inscrire dans un cadre démocratique, ce que la logique du gain matériel compromet quand elle devient unique et sans limites. La réponse à cette question ne peut être recherchée qu'à partir d'inventions institutionnelles ancrées dans des pratiques sociales ; ce sont celles-ci qui peuvent indiquer les voies d'une ré-inscription de l'économie dans des normes démocratiques. [...] C'est un autre point d'accord entre Mauss et Polanyi ; il s'agit de s'appuyer sur des pratiques pour informer sur leur existence et les analyser, autrement dit de partir du "mouvement économique d'en bas" et non pas d'un projet de réforme sociale "d'en haut". » (Laville, 2008, parag. 28)

Jusqu'à présent, ce processus a surtout été étudié, dans la littérature consacrée aux systèmes alimentaires alternatifs, en prenant comme point de départ des groupes d'acteurs ou des groupements d'intérêt (Billion, 2018; Chiffolleau, 2019; Le Velly, 2017a). Les outils issus de la sociologie compréhensive permettent d'analyser le « *mouvement économique d'en bas* » à l'échelle individuelle. Nous montrons ainsi comment la trajectoire des primeurs, leur manière d'appréhender la transition du système alimentaire influence très concrètement leur encastrement dans un système au sein duquel ils proposent des alternatives, tant du point de vue de leur positionnement par rapport à l'économie de marché que des réseaux qu'ils construisent pour mettre en œuvre lesdites alternatives.

Conclusion de la troisième partie

Si on considère leur implication sur le plan quantitatif, c'est-à-dire en termes de quantités d'aliments concernés par les mutations, les commerçants indépendants jouent un rôle marginal dans la reterritorialisation de l'approvisionnement d'une métropole comme Paris. Pour autant, l'analyse de leurs stratégies est riche d'enseignements si l'on s'intéresse aux conditions auxquelles des activités historiquement conventionnelles participent d'un processus de transition.

Le premier apport de cette partie réside dans la diversité des définitions de la transition adoptées par les primeurs alternatifs. Elles sont déterminées en fonction de leur trajectoire passée, mais aussi de la façon dont ils envisagent leur vie professionnelle dans le futur. Dans ce contexte, l'approche individuelle des stratégies commerciales et d'approvisionnement apporte des éléments de compréhension de leur rôle dans le système alimentaire, dans la mesure où ce dernier est conditionné par leur volonté de participer à une transition, mais aussi de construire une carrière professionnelle cohérente avec leur trajectoire antérieure. Au-delà des pratiques qu'ils adoptent, il faut donc accorder de l'attention et de la valeur aux discours qu'ils construisent autour de ces derniers. D'une part, ils sont révélateurs de ce que représente pour eux une transition souhaitable. Ils viennent ainsi compléter et expliciter des stratégies d'approvisionnement et de mise en scène commerciale et permettent de comprendre à la fois en quoi ils s'écartent des modèles conventionnels et de quelle manière ils en reprennent certains codes en les adaptant. D'autre part, ces discours sur l'exercice du métier font partie des stratégies mises en œuvre pour participer et faire reconnaître leur rôle dans la transformation du système alimentaire. La capacité à mettre en scène son nouveau rôle en tant qu'intermédiaire, ainsi que sa capacité à participer à une démarche d'intérêt général, est primordiale pour être identifié par les acteurs publics qui coordonnent la gouvernance alimentaire territoriale. Lorsqu'il s'agit du commerce, ces derniers cherchent en effet moins à accompagner la transformation des pratiques qu'à encourager des projets ambassadeurs de la trajectoire de transition souhaitée.

Les primeurs fabriquent donc bien un marché des alternatives, qui a plusieurs caractéristiques. Il reprend certaines des normes de fonctionnement du marché conventionnel, dans la mesure où il se déploie autour de la recherche de rentabilité, s'appuie dans la majorité des cas sur un paradigme de croissance et se structure au gré d'adaptations à des mutations générales dans le secteur de la distribution. Sa spécificité réside dans l'articulation de ces différents paramètres à la perspective de transition défendue par les primeurs alternatifs, qui pousse ces derniers à explorer des statuts, des formes de partenariats et des modèles économiques qui s'éloignent de ceux observés chez les primeurs conventionnels. En outre, ce marché des alternatives s'appuie sur des logiques d'identification et de distinction : les commerçants cherchent à mettre en avant leur proximité avec des modèles développés par d'autres et vers lesquels ils souhaiteraient tendre – par exemple en internalisant l'ensemble de la logistique – et déploient dans le même temps des stratégies pour se distinguer d'autres modes

d'exercice de l'activité, qu'ils jugent moins vertueux ou opportunistes. La construction du marché des alternatives repose aussi sur des pratiques et représentation en constante évolution, dans la mesure où les primeurs ont une démarche réflexive par rapport à l'hybridité de leur mode d'exercice du métier. C'est donc aussi de ce point de vue que leurs discours apportent des connaissances sur la façon dont ils participent à la transition, puisqu'ils mettent au jour ce qu'ils considèrent comme les limites de leur implication, mais aussi les concessions qu'ils font pour articuler leur engagement et leurs projets professionnels. Les interactions qu'ils entretiennent avec leurs fournisseurs, leurs clients et des acteurs de la transition – qu'il s'agisse d'entreprises, d'associations ou d'acteurs publics – sont au cœur des voies qu'ils explorent pour proposer un marché des alternatives. En retour, ces structures leur apportent des ressources économiques, techniques ou symboliques pour faire valoir leur utilité en tant qu'intermédiaires dans la reterritorialisation du système alimentaire. Ces jeux d'acteurs sont donc au centre des reconfigurations matérielles, sociales et économiques qui contribuent à la transformation du système alimentaire.

Ces différents résultats témoignent à nos yeux de la pertinence d'appréhender la participation à la transition dans une perspective non normative. En effet, les commerçants indépendants n'ont pas la même définition de ce processus et cela a une influence dans la manière dont ils matérialisent par leurs stratégies la représentation qu'ils se font d'une trajectoire alternative du système alimentaire. En outre, cette représentation n'est pas non plus fixe dans le temps : ils la réévaluent à l'aune de leur activité quotidienne, de leur insertion dans un marché lui-même traversé par des mutations, enfin de leurs attentes professionnelles et personnelles individuelles. Ainsi, les trajectoires de transition qu'ils envisageaient en lançant leur activité, ou en adaptant leurs stratégies d'approvisionnement ne sont pas forcément les mêmes que celles qu'ils défendaient au moment où nous avons réalisé un entretien avec eux. Cela explique également pourquoi la matérialisation de leur activité connaît des évolutions relativement rapides, qui rendent complexe l'identification de contributions généralisées à la reterritorialisation du système alimentaire. Finalement, les commerçants indépendants mettent en œuvre des stratégies intrinsèquement non normées pour participer à une transition qu'ils redéfinissent en fonction d'impératifs socio-écologiques, mais aussi liés à leurs aspirations individuelles.

Conclusion générale

Les commerçants indépendants participent très concrètement à la transition socio-écologique du système alimentaire, en construisant des stratégies d'approvisionnement qui infléchissent le métabolisme territorial. Les primeurs locaux ou terroirs transforment ainsi à la fois les flux d'aliments qui circulent vers la capitale et le jeu d'acteurs qui les oriente. Pour autant, si transition il y a, les primeurs y jouent un rôle ambigu. La majorité d'entre eux adopte des pratiques d'approvisionnement qui contribuent à maintenir le système alimentaire dominant, caractérisé par un fort degré d'intermédiation. Il se structure, dans la région parisienne, autour du MIN de Rungis. Lorsque les primeurs conventionnels y développent l'achat en direct de producteurs, ou des gammes de produits issus de l'agriculture biologique, il s'agit d'adaptations visant à garantir la continuité de leur rôle en tant qu'intermédiaires chargés de répondre à la demande des clients. Si elles contribuent à une forme de reterritorialisation du système alimentaire, elles ne visent donc pas à opérer une transformation radicale dans la structuration des circuits d'approvisionnement : le degré d'intermédiation reste important, le mode de répartition de la valeur ajoutée n'est pas remis en cause et les jeux d'acteurs qui président à la circulation des aliments sont inchangés. Appréhender les formes d'adaptations adoptées par les primeurs conventionnels permet en retour de mieux comprendre ce qui différencie les primeurs alternatifs dans leur rapport à la transition, dont la spécificité peut être résumée autour de deux axes.

Le premier renvoie justement aux réseaux dans lesquels ils s'insèrent et aux types d'interactions qu'ils ont avec les autres acteurs du système alimentaire. Ils ont la particularité d'être orientés par la perspective de transition. Les relations aux producteurs sont marquées par une proximité plus forte, qui est aussi un moyen pour les primeurs d'assurer de nouvelles fonctions. Ils cherchent à transformer les pratiques de leurs clients, de même que le regard que ces derniers portent sur le système alimentaire et son fonctionnement. Enfin, les primeurs alternatifs sollicitent les acteurs publics en charge de la gouvernance alimentaire territoriale, ainsi que des structures privées, associatives ou institutionnelles avec lesquelles ils peuvent explorer des modèles d'exercice du métier les plus cohérents possibles avec une transformation radicale du système alimentaire.

Le second axe concerne justement la place qu'occupe cette perspective de transition dans leur activité. Il a donc trait à la représentation que les primeurs se font de leur rôle dans ce processus, qui est définie à la fois par leur trajectoire jusqu'à l'entrée dans le métier et la confrontation à son exercice quotidien. Ainsi, les commerçants indépendants participent à la transition socio-écologique du système alimentaire en exerçant une profession qui leur permet d'être suffisamment autonomes pour matérialiser ce que représente pour eux cette transition. Ils s'investissent dans ce processus à la condition que cela corresponde à leurs aspirations personnelles et leur permette de se maintenir dans

un marché économique marqué par des normes de régulation spécifiques. Enfin, leur participation se fait dans la mesure des ressources dont ils disposent, puisqu'ils adaptent régulièrement leur modèle pour articuler les contraintes qu'ils se sont fixées dans une perspective de transition avec la place qu'ils cherchent à se faire dans le marché des alternatives à Paris.

Ces deux axes offrent des clés pour comprendre la matérialisation de l'ambition transformatrice des commerçants dans des stratégies d'approvisionnement. Ces dernières naissent et évoluent au croisement de la représentation qu'ils se font de leur rôle en tant qu'intermédiaires d'une part, d'acteur de la transition d'autre part. De même, c'est l'association de réseaux issus du secteur commercial avec des parties prenantes de la gouvernance alimentaire territoriale qui contribue à l'avènement de flux alimentaires originaux dans leur structure, le type d'acteurs qui y prend part et les fonctions qu'ils assurent. Ces premiers éléments de conclusion peuvent être prolongés, en les confrontant notamment aux hypothèses formulées au début de la recherche.

Principaux résultats

Penser la transition dans le marché des alternatives

La première hypothèse était que les commerçants peuvent effectivement participer à une transition du système alimentaire, mais qu'elle doit être analysée à l'aune de leur inscription dans un marché par rapport auquel ils s'adaptent pour construire leur stratégie. Certains primeurs cherchent effectivement à construire un marché des alternatives, structuré différemment de celui dans lequel les commerçants conventionnels évoluent. Sa particularité réside en particulier dans le rôle central joué par la perspective de transition dans la définition des stratégies d'adaptation aux mutations du secteur du commerce. Il en résulte des partenariats avec des associations ou des entreprises qui cherchent elles-mêmes à contribuer à la reterritorialisation du système alimentaire, ainsi qu'avec les collectivités qui déploient une gouvernance alimentaire territoriale. L'inscription dans ces réseaux est conditionnée par la capacité des commerçants à démontrer par leur statut, leur discours et leurs pratiques, qu'ils s'inscrivent dans les catégories d'action valorisées par les acteurs publics. Cette démarche s'accompagne de tentatives pour structurer différemment le marché, qui ont pour pivot la reterritorialisation. Les adaptations que les commerçants apportent à leurs stratégies d'approvisionnement sont modulées en fonction de cet impératif, ce qui constitue une rupture avec le rapport que les primeurs conventionnels entretiennent avec la transition. C'est en ce sens que les commerçants alternatifs font leur marché, à partir d'adaptations qui semblent pour certaines perdurer et être reproduites. C'est le cas de l'adoption de statuts témoignant de l'inscription dans le champ de l'économie sociale et solidaire, ou plus largement de l'intérêt général. Ils permettent aux primeurs d'intégrer des réseaux et des dispositifs qui valorisent, y compris financièrement – sous la forme de subventions par exemple – la participation à un processus de transition. L'importance accordée à la mise en scène commerciale de la reterritorialisation, vectrice d'informations en direction des clients

en même temps qu'outil de distinction vis-à-vis des primeurs conventionnels, est un autre exemple d'une forme de concordance entre des logiques de marché et le développement d'une alternative. D'autres démarches se heurtent à des formes de contradiction plus forte. La restriction du périmètre d'approvisionnement, associée à une valorisation du patrimoine maraîcher autour de Paris, est souvent adaptée par les primeurs pour proposer des fruits et légumes très plébiscités, à l'image de l'avocat ou des agrumes. Cette redéfinition de la trajectoire de transition souhaitable est un compromis destiné à mieux répondre aux attentes formulées par certains clients. Quant à l'ouverture de nouveaux points de vente, perçue comme une étape indispensable pour rentabiliser l'internalisation de la logistique grâce à des économies d'échelle, elle pose la question du rapprochement avec des modèles développés par la grande distribution, emblématiques du système agroalimentaire contemporain. Certains primeurs choisissent cette similarité et projettent de passer d'un commerce spécialisé à un commerce généraliste. Cette trajectoire peut être interprétée comme une manière d'élargir le marché des alternatives au-delà du secteur des fruits et légumes.

Une reterritorialisation des circuits et des points de vente

La deuxième hypothèse confirmée par cette recherche était que les stratégies commerciales déployées dans le marché des alternatives sont également porteuses de perspectives de reterritorialisation du système alimentaire, à plusieurs égards. Une première dimension concerne les relations entre territoires d'approvisionnement et territoires de consommation. Les primeurs alternatifs ne définissent pas de la même manière la proximité, ce qui donne lieu à deux grands types d'approvisionnement – terroirs et local – et trois modes d'organisation logistique, qui orientent aussi la division du travail dans l'entreprise – internalisée, déléguée et hybride. Leur articulation structure les flux de fruits et légumes qu'ils mettent en circulation, qui matérialisent les propriétés que les primeurs cherchent à valoriser : la fraîcheur pour ceux qui s'approvisionnent en Île-de-France et dans les régions limitrophes, le goût issu d'un terroir pour ceux qui se procurent des fruits et légumes en France ou en Europe. À travers leurs pratiques, ces intermédiaires cherchent donc à valoriser certains aspects des territoires d'approvisionnement, dont les produits qu'ils commercialisent sont ambassadeurs. On peut y voir une piste complémentaire pour expliquer l'importance relativement faible que les primeurs accordent aux labels garantissant des pratiques agricoles spécifiques. La valeur de leur travail repose en effet sur leur capacité à mettre en valeur les propriétés des territoires agricoles à travers les stratégies d'approvisionnement qu'ils adoptent. C'est cette capacité à faire circuler des fruits et légumes tout en préservant leur fraîcheur, ou le goût issu des spécificités du territoire dans lequel ils ont été cultivés, qui est au cœur de leur rôle d'intermédiaire dans la reterritorialisation du système alimentaire.

La seconde dimension de la reterritorialisation produite par les stratégies des primeurs alternatifs réside dans les transformations qu'ils apportent au paysage commercial parisien et à ses logiques de structuration. En premier lieu, ils s'installent en prenant en compte les territoires au sein

desquels ils s'approvisionnent et au sein desquels les fruits et légumes sont stockés avant la commercialisation. À l'échelle parisienne, la répartition des points de vente alternatifs est donc aussi une manifestation des formes d'interaction avec les territoires où sont produits les fruits et légumes. Il n'en demeure pas moins que les primeurs alternatifs ciblent des rues spécialisées dans les métiers de bouche pour déployer leurs points de vente. Au sein de ces derniers, ils participent à différents types de reconfigurations commerciales. D'une part, la mise en scène qu'ils adoptent et leur démarche de distinction vis-à-vis des primeurs conventionnels contribuent à redessiner les logiques de concurrence. À rebours des logiques de rachats successifs qui prévalent dans ces centralités, les primeurs alternatifs revendiquent une prise de distance importante avec les autres commerçants spécialisés. D'autre part, leurs boutiques sont des moteurs de la gentrification commerciale dans le Nord et l'Est parisien. Cela se manifeste par la mise en scène commerciale, le niveau des prix pratiqués et enfin le profil des exploitants ou responsables de points de vente, qui correspond en plusieurs points à celui de « commerçant gentrificateur » (Leblanc, 2017). Les deux dimensions de la reterritorialisation du système alimentaire par les primeurs doivent aussi être appréhendées dans leurs interactions. En effet, l'aménagement des points de vente et le niveau des prix sont très fortement liés, dans leur modèle, à la façon dont ils définissent la transition, ainsi qu'aux circuits construits et aux relations entretenues avec les producteurs. Il en va de même pour les stratégies de localisation des points de vente, définies en fonction des entrepôts de stockage et du périmètre d'approvisionnement. C'est aussi à travers ces interactions que se matérialise la reterritorialisation du système alimentaire orchestrée par les primeurs alternatifs.

Trajectoires individuelles et de transition socio-écologiques

La troisième hypothèse de ce travail de recherche était qu'il fallait prendre comme point de départ les commerçants plutôt que les commerces pour saisir comment cette activité contribue à la transformation du système alimentaire. En effet, le mode d'engagement dans la transition est fortement lié à la trajectoire des exploitants ou responsables de points de vente. Celle-ci oriente la façon dont ils ont été sensibilisés aux enjeux de reterritorialisation, mais aussi les ressources dont ils ont disposé pour construire leur modèle commercial et le mettre en œuvre. Les différences observées entre les stratégies des primeurs reconvertis et celles des primeurs conventionnels ayant transformé progressivement leurs pratiques sont également représentatives de l'influence des parcours dans le rapport au métier. Ce constat est cohérent avec la forte personnalisation de l'activité observée dans le commerce indépendant spécialisé. En outre, interroger les commerçants sur leur trajectoire et le sens qu'ils accordent à leur rôle dans la transition permet d'explicitier l'évolution très rapide des modèles déployés. En effet, ils sont le résultat de compromis entre l'image parfois idéalisée qu'ils se font de leur impact et l'exercice quotidien du métier, qui ne correspond pas systématiquement à leurs aspirations personnelles, ou au rôle qu'ils souhaitent avoir dans le système alimentaire. Dans ce contexte, on peut interpréter les adaptations de stratégies comme des tentatives d'alignement des

différents paramètres que les primeurs mobilisent pour construire leur activité. Leurs pratiques ont la particularité de très peu reposer sur des formes d'institutionnalisation, ce qui rompt avec le rôle central de la filière chez les primeurs conventionnels. Les primeurs alternatifs sont donc avant tout des personnes qui s'inscrivent dans une perspective de transition et réévaluent régulièrement leur capacité à y contribuer. La diversité des modèles de reterritorialisation et leurs évolutions rapides apparaissent donc comme inhérentes au mode de participation des commerçants à la transition, puisque les stratégies qu'ils adoptent naissent de la succession de phases d'expérimentation et d'adaptation de leur modèle.

Nous avons aussi fait le choix de prendre comme point de départ de la recherche une catégorie de commerçants, les primeurs, plutôt qu'un type de rapport à la transition. Cela permet de mettre au jour des trajectoires et des stratégies hybrides, centrées par exemple sur l'instrumentalisation du MIN de Rungis. Dans la même logique, cette démarche permet d'analyser en quoi certaines pratiques des primeurs conventionnels, telles que l'achat sur le carreau des producteurs ou de produits issus de l'agriculture biologique, peuvent apparaître comme une remise en cause du système alimentaire, mais ne correspondent finalement pas à l'inscription dans une perspective de transition. Comparer les primeurs dans leur ensemble a enfin permis de comprendre en quoi la posture alternative, au-delà d'une forme d'engagement pour la transformation du système alimentaire, naît aussi d'une démarche de distinction vis-à-vis des primeurs conventionnels. Cela joue un rôle important dans la structuration des réseaux dans lesquels s'insèrent les primeurs alternatifs. D'un côté, leur capacité à monter en généralité leur permet de déployer un discours cohérent avec la façon dont est structurée la gouvernance alimentaire territoriale, notamment en insistant sur la participation à une démarche d'intérêt général. De l'autre, la participation à ces réseaux entretient la logique de distinction dans laquelle ils s'inscrivent, sur le plan symbolique mais aussi en leur donnant accès à un ensemble de ressources, notamment foncière, pour développer leur entreprise.

Apports à la recherche

En 2018, Virginie Baritoux et Camille Billion ont proposé plusieurs perspectives de recherches sur le « rôle et [la] place des détaillants et grossistes dans la relocalisation des systèmes alimentaires » (Baritoux, Billion, 2018, p. 17). Elles appelaient notamment au croisement des approches individuelles et systémiques :

« À une échelle microéconomique, on peut s'interroger sur le positionnement concurrentiel de ces acteurs ainsi que sur les transformations des formes d'intermédiation, dans les canaux de distribution, liées aux évolutions des systèmes alimentaires. À une échelle plus systémique et territoriale, on peut questionner d'une part la nature des relations dans des stratégies collectives qui visent à la construction de systèmes alimentaires à une échelle locale intégrant des acteurs du commerce. D'autre part, le poids croissant qu'occupe l'alimentation dans les politiques publiques pousse à s'interroger sur la place qu'ils

occupent dans des dispositifs de gouvernance alimentaire territoriale faisant ainsi émerger des questions sur la construction et le fonctionnement des partenariats public/privé. » (Baritoux et Billion, 2018, p. 25)

Les pistes de réponse esquissées ci-dessus permettent d'articuler les grilles de lectures individuelles et systémiques en montrant leurs interactions. Par exemple, la participation des primeurs à la gouvernance alimentaire territoriale est conditionnée par la redéfinition de leur rôle en tant qu'intermédiaire et par un important travail de publicisation de cette démarche auprès des acteurs publics et parapublics. D'un autre côté, les commerçants prennent part à ces dispositifs dans la mesure où ils leur donnent accès à des ressources foncières et économiques qui améliorent leur compétitivité sur le marché des commerces spécialisés. Il y a donc une imbrication forte entre les deux axes de recherche mis en avant par Virginie Baritoux et Camille Billion, illustrés ici à travers le cas des primeurs à Paris. Cette spécificité appelle à la prudence si l'on cherche à transposer nos observations à d'autres types de commerces et d'autres territoires. Pour autant, les dynamiques identifiées s'inscrivent dans la continuité de celles révélées dans de précédentes recherches consacrées au rôle des intermédiaires de la distribution dans la transformation du système alimentaire (Billion, 2018; Bognon, 2014; Dubuisson-Quellier, Velly, 2008; Praly et al., 2014). De même, dans le prolongement des travaux consacrés à l'encastrement des dispositifs alternatifs dans l'économie de marché (Hinrichs, 2000; Le Velly, Dufeu, Le Grel, 2016), nous montrons que les commerçants indépendants entretiennent une dialectique entre le marché et la transition. Le rôle qu'ils s'attribuent dans chacune de ces deux sphères et les ressources qu'ils cherchent à en retirer déterminent la position qu'ils y occupent et la façon dont ils les articulent pour fabriquer leur modèle d'activité et le faire évoluer. Si l'on se concentre sur les commerçants conventionnels, l'enquête de terrain confirme également le rôle central joué par la filière dans la structuration des activités, matérialisée par et dans les MIN – dans notre cas, celui de Rungis. La filière encadre les stratégies et les réseaux mobilisés par les intermédiaires conventionnels et constitue le point de départ de la critique adressée par les intermédiaires alternatifs au fonctionnement du système alimentaire.

Au-delà des résultats de l'enquête de terrain, un autre apport de la thèse réside dans la démonstration de l'intérêt d'une approche interdisciplinaire pour décaler le regard sur un objet de recherche – la transition socio-écologique – et une catégorie professionnelle – les intermédiaires de la distribution – rarement étudiés conjointement. L'inscription dans le champ de l'écologie territoriale invitait à quantifier et qualifier les flux de matière mis en circulation par les intermédiaires de la distribution. Cette démarche, appliquée à l'analyse des stratégies des commerçants, est originale en ce qu'elle prend comme point de départ la mise en circulation des aliments qu'ils commercialisent. Etudier l'approvisionnement permet ainsi d'appréhender de façon inédite la matérialisation des activités commerciales dans les territoires. Notre méthode d'enquête auprès des primeurs ne nous a que marginalement permis de mener un travail de quantification, qui gagnerait à être complété par une approche prenant comme point de départ – pour le cas des primeurs conventionnels – le MIN de

Rungis, où sont centralisés les flux. En revanche, nous avons mobilisé des méthodes issues de la sociologie économique pour proposer des pistes nouvelles de qualification des flux et donc des réponses à la question suivant :

« Qu'est-ce qui motive des acteurs à s'échanger des flux ? Il y a, certes, la question économique, tant on associe fréquemment et à juste titre les échanges entre individus ou entre groupes d'individus au bénéfice que chacun retire de l'opération, mais il y a bien plus. [...] Échanger, c'est aussi créer des liens entre les parties, pacifier les relations entre individus et entre groupes et favoriser la socialisation. À travers les objets qui circulent, il y a également une part symbolique qui traduit des intentions » (Buclet, 2021, p. 64).

L'analyse des échanges a conduit une part importante des travaux de qualification en écologie territoriale à se concentrer sur les jeux d'acteurs et les formes d'interactions qui gouvernent la structuration des flux de matière et d'énergie (Buclet *et al.*, 2019). Notre contribution à ce champ porte donc plus spécifiquement sur la mise en avant des apports d'un prisme d'analyse individuel pour comprendre ces jeux d'acteurs. Le sens que les individus accordent à leur métier et à leur rôle dans la transition se matérialise dans leurs stratégies d'approvisionnement, mais aussi leur rapport aux produits et à ceux qui les cultivent. Partir des représentations et du récit construit par les professionnels sur leur trajectoire et leurs stratégies, en mobilisant des cadres théoriques et méthodologiques issus de la sociologie, offre de ce point de vue des clés pour comprendre les jeux d'acteurs dans lesquels ils s'insèrent et qui leur permettent de mettre en œuvre puis d'adapter leurs pratiques. En cherchant à comprendre comment ces stratégies contribuent au développement d'un marché des alternatives, à partir des théories de l'encastrement, nous avons également cherché à relier les motivations économiques des acteurs à d'autres paramètres, saisis eux aussi à travers l'étude des trajectoires de commerçants.

Nous proposons donc une méthode pour articuler les échelles individuelles, collectives et systémiques dans l'analyse du rôle de certains professionnels dans la transition socio-écologique du système alimentaire. Cette démarche s'inscrit dans la continuité de travaux qui se sont interrogés sur la façon dont des individus contribuent, à travers leurs pratiques et leurs représentations, à transformer le métabolisme territorial (Dobigny, 2019; Lehec, 2018). Sa spécificité réside dans l'attention portée aux formes d'interaction entre trajectoire individuelle et trajectoire de transition, en considérant que la façon dont les commerçants les articulent, au cours du temps, est porteuse d'éléments pour mieux comprendre comment se construisent des voies de transformation du système alimentaire. Le cas des commerçants indépendants isolés se prête particulièrement bien à cette approche, du fait de la forte personnalisation de l'exercice du métier. Elle invite cependant à se demander de manière générale comment la définition que les individus adoptent de leurs fonctions – en tant que salarié, membre d'une association, ou que consommateur – influence leur mode d'engagement dans la transition. Il s'agit également d'analyser ce processus dans sa dimension réciproque : s'inscrire dans une perspective de transition transforme certains métiers et certaines

positions sociales, ce qui est aussi un facteur de diffusion de pratiques et stratégies. À ce titre, les formes de contournement du fonctionnement du MIN de Rungis par quelques primeurs fortement insérés dans la filière des fruits et légumes peuvent par exemple ouvrir la voie à une restructuration des modes de régulation et des jeux d'acteurs de ce centre logistique majeur.

L'inscription dans le champ de l'écologie territoriale se justifie aussi par une approche non normative de la transition. Cela a joué un rôle central dans le mode d'appréhension des stratégies et représentations des commerçants indépendants, puisqu'il s'agissait d'adopter une démarche inductive sur leur inscription dans une perspective de transition. Elle ne présumait pas des modes possibles de participation à la transformation du système alimentaire ni de la place occupée par cette démarche dans l'activité des intermédiaires de la distribution. Ce parti pris est différent de celui de la majorité des travaux se rattachant aux *alternative food studies*, qui se concentrent sur des acteurs et initiatives revendiquant de proposer des modèles alternatifs. Nous avons en effet pris comme point de départ une catégorie professionnelle, avec comme objectif de retracer la genèse des trajectoires alternatives adoptées par certains de ses membres. En étudiant le rapport de tous les primeurs à la transition, nous avons pu mieux comprendre comment les modes d'engagement dans cette dernière se construisaient de manière interactive – que cette interaction prenne la forme de reproduction de certaines pratiques ou de logiques de distinction. En d'autres termes, étudier en quoi et pour quelles raisons certains professionnels ne sont pas des acteurs de la transition permet de mieux comprendre pourquoi d'autres le sont.

Cette posture méthodologique rejoint celle adoptée dans un certain nombre de travaux consacrés au rapport des commerçants au changement urbain et qui s'intéressent aux stratégies d'anticipation, d'adaptation ou de résistance adoptées par les commerçants déjà-là (Fleury, Mayadoux, 2019; Giroud, 2011; Zouari, Charmes, 2020). S'intéresser aussi à leur participation à la transition socio-écologique du système alimentaire permet d'élargir la question du rapport au territoire aux pratiques d'approvisionnement. Outre une meilleure compréhension des pratiques des commerçants, cela permet d'explorer différentes échelles de l'exercice du métier d'intermédiaire de la distribution. En particulier, accorder de l'attention aux stratégies d'approvisionnement est pertinent pour appréhender le rapport au territoire au-delà du quartier d'implantation. Si cette approche a déjà été mobilisée dans la géographie rurale (Pouzenc, Soumagne, 2016) et dans les études migratoires sur le commerce dit ethnique (Aragau et al., 2016; Li, 2017), elle apparaît également comme pertinente dans les contextes urbains denses et quelle que soit la trajectoire personnelle des commerçants. Les pratiques d'approvisionnement participent en effet plus largement aux stratégies commerciales qui orientent leurs choix d'implantation et leur rapport au territoire. Les transformations induites par la prise en compte de la transition transforment donc aussi de manière générale l'exercice du métier et cela se manifeste dans les choix d'installation, la mise en scène commerciale et les relations aux acteurs publics locaux ou aux personnes qui fréquentent le quartier. Finalement, ce qui a été observé

ici dans le cas de la transition socio-écologique du système alimentaire peut aussi s'appliquer à d'autres transformations systémiques qui influencent les activités commerciales. Plusieurs travaux proposent par exemple des pistes pour appréhender le redéveloppement des activités artisanales dans les centres urbains et leur influence sur la circulation de matière et d'énergie (Vallet, d'Assenza-David, 2021). Il existe donc des pistes fructueuses d'articulation entre l'écologie territoriale et les travaux sur le changement urbain et commercial.

Pistes d'approfondissements

Au terme de cette recherche, deux manières d'approfondir la problématique qui y est abordée se dégagent. La première consiste à aller plus loin dans la compréhension du rôle des commerçants dans la transition, en continuant d'explorer leurs trajectoires et en expérimentant des méthodes complémentaires à celles utilisées. La seconde invite plutôt à replacer les commerçants dans un cadre plus large. Il s'agit alors de continuer à interroger le processus de construction d'un marché des alternatives et ses parties prenantes, mais aussi d'appliquer la démarche adoptée dans la thèse à d'autres contextes territoriaux, d'autres filières du système alimentaire voire d'autres systèmes.

Diversifier les prismes d'analyse des commerçants dans la transition

Freins, résistances et signaux faibles de l'inscription dans une perspective de transition

Entre le début de la phase d'entretiens et la rédaction de cette conclusion, les stratégies mises en œuvre par les primeurs interrogés ont connu dans certains cas des transformations importantes. En automne 2022, l'entreprise dans laquelle Janice est responsable logistique a par exemple commencé à commercialiser des fruits, de la volaille, des fruits de mer, du champagne et de la charcuterie produits en dehors de l'Île-de-France et des régions limitrophes¹⁰⁷. Cette diversification du périmètre et des produits commercialisés vient contredire le discours formulé par Janice lors de notre rencontre. Elle insistait en effet sur l'importance accordée par son entreprise à l'approvisionnement à proximité de Paris, ainsi que la nécessité de demeurer fortement spécialisé dans les fruits et légumes pour se distinguer sur le marché des alternatives. Ouvrir son approvisionnement à des produits transformés, acheminés plusieurs jours avant leur achat remet donc assez largement en cause le rôle qu'entend jouer l'entreprise dans la transition, appréhendé au moment de l'enquête de terrain sous l'angle de la capacité à proposer des produits frais dans les espaces urbains denses. Ce n'est pas le seul cas observé : à peu près à la même période, l'entreprise exploitée par Pauline a elle aussi commencé à commercialiser des clémentines corses ; Sophie, qui a insisté en entretien sur sa volonté de rester spécialisée, a élargi sa gamme de produits d'épicerie¹⁰⁸. Ces évolutions s'inscrivent dans un contexte

¹⁰⁷ Observation faite à partir d'une veille sur les comptes de l'entreprise sur plusieurs réseaux sociaux, ainsi que son site internet.

¹⁰⁸ Les observations faites à propos des entreprises de Pauline et Sophie émanent également d'une veille sur les réseaux sociaux.

où les primeurs alternatifs semblent avoir rencontré des difficultés économiques, qui pourraient les avoir poussés à repenser leur modèle économique. Certains d'entre eux ont fait faillite, à l'image de l'entreprise au sein de laquelle Victor était responsable de points de vente¹⁰⁹, tandis que d'autres ont été cédées. C'est le cas de la structure dans laquelle travaille Janice¹¹⁰, qui a été radiée du registre national du commerce et des sociétés au cours de l'année 2022. D'après une recherche sur Internet, cela correspond au moment où un cabinet d'investissement est entré au capital de la structure. Dans la mesure où l'entreprise poursuit son activité et a récemment ouvert de nouveaux points de vente, il s'agit vraisemblablement d'un rachat qui s'est accompagné d'un changement de stratégie commerciale, plus ouverte dorénavant à un approvisionnement éloigné de Paris. Ces constats ponctuels, qui gagneraient à être systématisés, donnent à voir les difficultés économiques rencontrées par les primeurs alternatifs, que l'on peut relier à leurs tentatives de développement de nouveaux modèles de développement adaptés à une trajectoire de transition. Cela ne signifie pas pour autant qu'à Paris, le nombre de point de vente alternatifs est en décroissance : comme l'indiquent les travaux de l'APUR (Laithier, Vauléon, 2022), de plus en plus de boutiques dédiées à l'alimentation durable ouvrent depuis 2018. Cette tendance s'appuie d'une part sur la réussite de certains modèle ou leur adaptation, qui permet de multiplier les boutiques à Paris. L'entreprise de Janice continue par exemple de s'inscrire dans une perspective de transition, bien qu'elle ne repose plus sur le même mode de financement et d'approvisionnement. D'autre part, la faillite de certaines structures est compensée, sur le plan quantitatif, par la création d'autres entreprises. De ce point de vue, les commerces alternatifs rappellent les niches d'innovation telles qu'elles sont définies dans les travaux du *Knowledge Network on System innovations and Transitions* :

« Parce qu'elles sont protégées ou isolées de la sélection "normale" du marché dans le régime, les niches agissent comme des "espaces d'incubation" pour des nouveautés radicales. Les technologies radicalement nouvelles ont besoin d'une telle protection car elles apparaissent généralement comme des "monstruosités porteuses d'espoir". [...] Les niches sont importantes, car elles fournissent des lieux pour les processus d'apprentissage, par exemple l'apprentissage par la pratique, l'apprentissage par l'utilisation et l'apprentissage par l'interaction »¹¹¹ (Geels, 2002, p. 1261)

Dans le cas des commerçants alternatifs, l'intégration à la gouvernance alimentaire territoriale et l'exploration de nouveaux statuts peuvent être interprétés comme des modes de protection par rapport au fonctionnement « normal » du marché. Dans le même temps, ils dessinent en eux-mêmes

¹⁰⁹ Observation faite dans le cadre d'une veille sur internet et sur le registre national du commerce et des sociétés, accessible sur le site data INPI : <https://data.inpi.fr/>

¹¹⁰ Information recueillie suite à des échanges informels et confirmé par une veille sur internet et une consultation du registre nationale du commerce et des sociétés.

¹¹¹ Extrait original : « Because these niches are protected or insulated from 'normal' market selection in the regime, they act as 'incubation rooms' for radical novelties (Schot, 1998). Radically new technologies need such protection because they usually emerge as 'hopeful monstrosities' (Mokyr, 1990). [...] Niches are important, because they provide locations for learning processes, e.g. learning by doing, learning by using and learning by interacting. »

une trajectoire de transition du système alimentaire, puisqu'ils proposent un nouveau jeu d'acteurs pour gouverner les flux de matière et d'énergie nécessaires à l'alimentation. Enfin, on pourrait ajouter aux processus d'apprentissage cités par F. Geels celui de l'apprentissage par l'échec, sur lequel il apparaît particulièrement important de se pencher au regard du cas des primeurs parisiens. Peu de travaux s'intéressent à la façon dont certains projets échouent, ce qui semble être le cas d'une partie des structures étudiées, et aux trajectoires adoptées par les commerçants lorsqu'ils sont amenés à cesser leur activité. Au regard de l'évolution rapide des modèles commerciaux s'inscrivant dans une perspective de transition, il est donc nécessaire de poursuivre sur le long cours l'analyse des entreprises auprès desquelles l'enquête de terrain a été menée, y compris lorsque ces dernières sont cédées ou ferment. Sur le plan méthodologique, alors que la prise de contact avec les commerçants se fait de manière privilégiée par le porte-à-porte, il peut s'avérer complexe de suivre le parcours de personnes n'exerçant plus leur métier dans le territoire d'investigation. Faire le récit d'une faillite peut également s'avérer douloureux, ce qui complexifie d'autant plus la démarche d'entretien. Pour autant, au même titre que les adaptations successives des stratégies donnent à voir une trajectoire de transition en construction, le retour sur des expériences n'ayant pas connu le succès escompté permettrait de comprendre certains blocages dans les tentatives de reterritorialisation du système alimentaire. Dans un contexte où un nombre important des primeurs que nous avons interrogés ne se projetaient pas comme commerçants pour toute leur vie professionnelle, explorer leur trajectoire professionnelle après l'exploitation d'un ou plusieurs points de vente offrirait de manière générale des clés pour approfondir les différents modèles d'engagement dans la transition socio-écologique.

Il serait également nécessaire de transposer la question du rapport à la transition à l'ensemble des acteurs participant au fonctionnement du MIN de Rungis, qui s'avère être un lieu structurant du système alimentaire francilien. Etudier les pratiques et jeux d'acteurs en son sein et de manière générale dans les MIN en France, permettrait de mieux quantifier les flux liés à l'activité du commerce de détail spécialisé, de comparer des filières et enfin d'affiner l'analyse des stratégies hybrides d'approvisionnement. Plus généralement, cette piste invite à approfondir une démarche de recherche centrée sur des acteurs et des métiers conventionnels, qui ne s'inscrivent pas *a priori* dans une perspective de transition du système alimentaire. Cette approche inductive permettrait de mieux appréhender les rapports à cette transition, les freins à son avènement mais aussi des pratiques apparemment éloignées de ce prisme mais qui y contribuent de façon inédite. Elle vise également à contourner une forme d'inégalité dans les capacités de valorisation, par le discours, de la participation à la transformation du système alimentaire. L'enquête auprès des primeurs a en effet montré que ceux ayant exercé des fonctions de cadres avant de devenir commerçants disposent d'outils et de réseaux qui leur permettent de construire et de diffuser un récit fort autour de leur engagement, ce qui est moins le cas de personnes ayant connu un parcours centré autour de la filière des fruits et légumes. Des travaux se sont penchés sur les logiques de distinctions qui président à l'écologisation des modes de vie (Grossetête, 2019), ainsi qu'aux inégalités sociales dans la reconnaissance des pratiques

écologiques (Billen, 2021; Comby, Malier, 2021). Il serait pertinent d'appliquer ces grilles de lecture aux professionnels de la distribution de détail, en particulier dans une optique de compréhension de leur mode d'intégration dans la gouvernance alimentaire territoriale.

Au-delà des récits de pratiques et des représentations, explorer les gestes et les réseaux de la transition

Nous avons finalement peu abordé dans la thèse l'impact de la crise sanitaire liée à l'épidémie de covid-19, notamment par manque de recul puisqu'elle s'est produite pendant l'enquête de terrain. En théorie, la crise sanitaire pourrait avoir joué le rôle d'un choc bouleversant le paysage socio-technique, donc porteur d'une trajectoire de transition brutale (Geels, 2002). Lorsque l'enquête de terrain a repris après le premier confinement, entre les mois de mars et de mai 2020, les primeurs interrogés n'ont pas fait état de ce type de transformations brutales. Les problématiques qu'ils ont soulevées étaient soit d'ordre opérationnel et cantonnées aux phases de confinement – accès au MIN, réaménagement des locaux – soit liées à la fréquentation de leurs points de vente. Sur ce dernier point, les difficultés ont parfois perduré au-delà du pic de la crise. Elles ont contribué, chez certains primeurs, aux transformations dans les stratégies commerciales évoquées au chapitre 8, telles que la vente en ligne et la livraison. Pour autant, l'épidémie de covid-19 et ses conséquences n'avaient pas modifié, au moment de l'enquête de terrain, le rapport des commerçants à la transition. Il serait utile d'étudier, avec quelques mois ou années de recul, si cette période a contribué à transformer ou accentuer certaines dynamiques observées avant le confinement. Un point en particulier retient ici notre attention, qui rejoint un questionnement plus général sur les gestes professionnels. Durant le premier confinement et dans les mois qui l'ont suivi, les commerçants ont dû modifier leurs interactions avec les clients et les fournisseurs, alors même que ces dernières jouent comme nous l'avons vu un rôle central dans leur rapport à la transition. Ces transformations ont essentiellement concerné des gestes liés à l'exercice du métier : impossibilité de toucher ou goûter les produits au MIN de Rungis ou en boutique, restructuration de l'aménagement des commerces et développement de la vente au comptoir¹¹²... On peut donc s'interroger sur la façon dont cette période a influencé la territorialisation du système alimentaire sous l'angle de l'évolution du rapport des commerçants aux produits commercialisés, ainsi qu'aux consommateurs et aux fournisseurs. Cette démarche, qui s'inscrit dans le champ de la sociologie des techniques (Lehec, 2018) permettrait de manière générale d'associer leurs récits à une observation du métier en train de se faire et d'identifier des contradictions ou des compléments potentiels entre ces deux manières de médiatiser la profession. Enfin, nous avons fait le choix de centrer notre analyse sur les intermédiaires de la distribution, y compris lorsque nous avons interrogé les réseaux dans lesquels ils s'insèrent. Il serait possible de faire un pas de côté en confrontant la représentation qu'ils se font de leur rôle dans le système alimentaire avec celle d'autres

¹¹² A l'inverse de la vente en ligne service, dans le cas de la vente au comptoir, c'est le commerçant qui va chercher en boutique ou en réserve les produits demandés par le client.

parties prenantes. Par exemple, alors que les commerçants revendiquent de rendre service aux producteurs et de faire de la pédagogie auprès des consommateurs, comment ces derniers envisagent-ils leurs interactions avec ces intermédiaires ? Il nous semble que la réponse à cette question offre des pistes pour aborder la réciprocité dans les réseaux d'acteurs et notamment son influence dans la construction du rapport à la transition. Cet axe de réflexion invite aussi à analyser de manière plus détaillée comment les intermédiaires définissent leur mode d'engagement au regard d'autres formes d'alternatives qui se désolidarisent de l'économie de marché.

La transition au-delà des primeurs parisiens

Explorer d'autres filières et d'autres systèmes

Le cas des primeurs parisiens ouvre finalement des pistes d'approfondissement qui s'écartent de la catégorie professionnelle et du contexte territorial qui y sont associés. La démarche adoptée pour comparer les primeurs conventionnels et alternatifs pourrait ainsi s'appliquer à d'autres types d'aliments particulièrement concernés par les enjeux de transition socio-écologique. La filière viande, marquée par des controverses sur la diminution de sa consommation mais également sur les modes d'élevages, le bien-être animal et leur durabilité, pourrait constituer un cas d'étude intéressant. Par rapport à celle des fruits et légumes, elle soulève en outre des questions importantes sur le plan sanitaire, dans la mesure où les normes de commercialisation associées à ce produit sont plus nombreuses et strictes. On pense également à la filière des fromages, qui se caractérise comme les fruits, les légumes et la viande par un degré relativement faible de transformation, mais a des spécificités qui la rendent particulièrement pertinente pour interroger les trajectoires de transitions adoptées par les commerçants spécialisés. En premier lieu, cette filière connaît un processus de montée en gamme relativement plus ancien que la mise à l'agenda, dans le secteur de la distribution, des enjeux de transition du système alimentaire (Delfosse, 2017). Explorer cette filière permettrait donc d'identifier plusieurs trajectoires potentielles de reconversions ou de transformation et d'étudier leur articulation avec la perspective de transition. En outre, les fromages sont concernés par de nombreux labels, ce qui influence fortement la structuration de la filière et les rapports de force en son sein, notamment pour ce qui concerne les producteurs ou les coopératives laitières (Baritoux, Houdart, 2015; Barjolle, Réviron, Sylvander, 2007).

Outre la possibilité d'appliquer la grille de lecture à ces différents contextes, la démarche de comparaison offre des perspectives pour aborder de manière plus approfondie l'influence de la structure des filières dans la façon dont ses parties prenantes participent à la transition. Plus généralement, la démarche adoptée pour le système alimentaire gagnerait également à être appliquée à d'autres systèmes, tels que celui des vêtements. Les critiques adressés à ce secteur d'activité tendent à remettre en question leur mode de distribution et ont par exemple favorisé la croissance de structures spécialisées dans la commercialisation de vêtements de seconde main. Des entreprises sont

également créées autour de la promesse de processus d'approvisionnement en matières premières et de fabrication plus durables sur le plan écologique, social et économique. Là encore, ces modes de fabrication et de distribution remettent plus ou moins en question la structuration de la filière vestimentaire en France et dans le monde, en proposant des types d'approvisionnement et de commerces adaptés à une trajectoire de transition. Adapter la démarche adoptée pour le système alimentaire à d'autres flux de matière et d'énergie ouvre des perspectives pour mieux comprendre, là encore, ce qui fait la spécificité de l'action des intermédiaires de la distribution dans la transformation des systèmes existants.

Des intermédiaires de la distribution aux acteurs alternatifs du marché

En premier lieu, les questions posées par la place des commerçants dans le marché des alternatives rejoignent l'abondante littérature scientifique consacrée à la place des entreprises de l'économie sociale et solidaire dans la transition du système alimentaire (Kessari et al., 2021; Le Velly et al., 2016). En outre, la dernière partie de la thèse interroge les perspectives de développement imaginées par les primeurs alternatifs, ce qui évoque les enjeux de montée à l'échelle identifiés également dans les mouvements citoyens ou les structures associatives nées d'une critique de l'économie de marché dans l'alimentation (Valette, Lepiller, Bonomelli, 2022). Les commerçants alternatifs interrogés lors de l'enquête de terrain ont mis en avant leur attachement à ces types d'acteurs et de réseaux. Pour certains, il s'agit même d'un cadre important pour définir leur rôle dans le système alimentaire et nommer leur métier. Continuer d'explorer les trajectoires de commerçants peut donc aussi passer par une prise de distance par rapport à cette catégorie professionnelle, pour explorer plus précisément les trajectoires de structures impliquées dans des réseaux critiques de l'économie de marché.

Le pas de côté peut aussi être territorial. Paris est emblématique d'un mode de régulation spécifique du système alimentaire par les acteurs publics. Il est hérité d'un processus historique de centralisation du gouvernement, qui a limité les compétences des collectivités territoriales en France, entre autres en matière de régulation du système alimentaire (Bognon, 2014). Si sa privatisation au cours du XXe siècle est commune à d'autres pays, une comparaison internationale permettrait de préciser les modes d'articulation entre gouvernance alimentaire territoriale et initiatives citoyennes ou entrepreneuriales de transition. C'est la démarche adoptée par certains programmes de recherche, tels que le projet *Urban-Driven Innovations for Sustainable Food Systems* (Valette, Blay-Palmer, 2018) dont l'objectif est de construire une méthode d'évaluation des projets alimentaires innovants et qui s'appuie sur des expérimentations dans dix métropoles dans le monde¹¹³. La démarche de comparaison internationale permet de mieux appréhender la transformation des modèles

¹¹³ Les villes concernées par le programme de recherche sont Baltimore, Brasilia, Cape Town, Hanoï, Mexico, Montpellier, Paris et Rabat.

économiques des initiatives inscrites dans une perspective de transition, dans la mesure où les formes d'interaction entre acteurs publics et privés sont marquées par des histoires différentes. Cet axe de réflexion pourrait également venir nourrir un dialogue sur le rôle joué par les intermédiaires de la distribution dans les Nords et les Suds, ce qui constitue une piste encore peu explorée dans la littérature scientifique (Faliès, Hulot, 2022).

Bibliographie

ABDELNOUR Sarah, BERNARD Sophie, GROS Julien, 2017, « Genre et travail indépendant », *Travail et Emploi*, N°150, p. 5-23, DOI : 10.4000/travailemploi.7459.

ADEME, 2019, *L'écologie industrielle et territoriale*, Site internet de l'ADEME, URL : <https://www.ademe.fr/expertises/produire-autrement/production-industrielle-services/passer-a-l'action/lecologie-industrielle-territoriale>, consulté le 20/03/2019.

ALLAIRE Gilles, 2016, « Conclusion. De quelles crises les circuits de proximité sont-ils le nom ? », dans MUNDLER Patrick, ROUCHIER Juliette (dir.), *Alimentation et Proximité. Jeux d'acteurs et territoires*, Ed. Educagri, Coll. Transversales, p. 405-418, DOI : 10.3917/edagri.mundl.2016.01.0405.

ALTENBURGER C., en cours, *La politique d'alimentation durable de la Ville de Paris : régulation publique, dispositifs d'accessibilité et dispositions sociales*, projet de thèse de doctorat en sociologie, Université Montpellier 3, URL : <http://www.theses.fr/s256311>

AUBRY Christine, CHIFFOLEAU Yuna, 2009, « La développement des circuits courts et l'agriculture périurbaine: histoire, évolution en cours et questions actuelles », *Innovations agronomiques*, N°5, p. 53-67.

AUBRY Christine, KEBIR Leïla, 2013, « Shortening food supply chains: A means for maintaining agriculture close to urban areas? The case of the French metropolitan area of Paris », *Food Policy*, Vol.41, p. 85-93. DOI : 10.1016/j.foodpol.2013.04.006.

AUTHIER Jean-Yves, 1989, « Commerces et commerçants d'un espace en mutation. Le quartier Saint-Georges à Lyon », *Géocarrefour*, Vol.64, N°2, p. 63-69. DOI : 10.3406/geoca.1989.5671.

BACQUÉ Marie-Hélène, FIJALKOW Yankel, 2006, « En attendant la gentrification : discours et politiques a la Goutte d'Or (1982-2000) », *Sociétés contemporaines*, Vol.63, N°3, p. 63-83. DOI : 10.3917/soco.063.0063.

BAILLEUX Antoine, OST François, 2016, « Six hypothèses à l'épreuve du paradigme croissancier », *Revue interdisciplinaire d'études juridiques*, Vol.77, N°2, p. 27-53. DOI : 10.3917/riej.077.0027.

BARITAUX Virginie, BILLION Camille, 2018, « Rôle et place des détaillants et grossistes indépendants dans la relocalisation des systèmes alimentaires : perspectives de recherche », *Revue de l'organisation responsable*, Vol.13, N°1, p. 17-28. DOI : 10.3917/ror.131.0017.

BARITAUX Virginie, HOUDART Marie, 2015, « Relations fournisseurs-grande distribution dans les filières agroalimentaires. Une analyse de la trajectoire d'une démarche "filiale qualité" », *Économie rurale*, N°346, DOI : 10.4000/economierurale.4598.

BARJOLLE Dominique, RÉVIRON Sophie, SYLVANDER Bertil, 2007, « Création et distribution de valeur économique dans les filières de fromage AOP », *Économie et Sociétés*, Vol. 9, N°29, p. 1507-1524.

BARLES Sabine, 2007, *Mesurer la performance écologique des villes et des territoires : le métabolisme de Paris et de l'Île-de-France*, Rapport de recherche final pour le compte de la ville de Paris, URL : <https://www.calameo.com/read/000794435f09a67ce8d08>, consulté le 30/09/2021.

BARLES Sabine, 2017, « Écologie territoriale et métabolisme urbain : quelques enjeux de la transition socioécologique », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, Vol. Décembre, N°5, p. 819-836, DOI : 10.3917/teru.175.0819.

BARLES Sabine, 2018, « Métabolisme urbain, transitions socio-écologiques et relations ville-campagne », *Pour*, Vol.236, N°4, p. 49-54. DOI : 10.3917/pour.236.0049.

BARLES Sabine, 2022, « De la chimie urbaine à l'écologie territoriale : deux siècles et demi d'analyse du métabolisme urbain », dans GRANJOU Céline, SALOMON CAVIN Joëlle (dir.), *Quand l'écologie s'urbanise*, Ed. UGA Editions, Coll. Écotopiques, p. 63-94, URL : <http://books.openedition.org/ugaeditions/26714>, consulté le 17/03/2022.

BARLES Sabine, BUCLET Nicolas, BILLEN Gilles, 2011, « L'écologie territoriale: du métabolisme des sociétés à la gouvernance des flux d'énergie et de matières », *CIST2011 – Fonder les sciences du territoire*, Collège international des sciences du territoire (CIST), p. 16-22.

BARREIRO Sandrine, COCQUIÈRE Alexandra, 2017, *Le schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires. Nouvel outil, nouveaux enjeux pour les régions*, Institut Paris Région, Caisse des Dépôts et Consignations, URL : https://www.institutparisregion.fr/fileadmin/DataStorage/Accueil/carousel/CDC_SRADET_Etude_Avril_2017.pdf.

BARTHE Jean-François, CHAUVAC Nathalie, DUBOIS Fanny, 2014, « Chômeurs créateurs », dans CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Ed. Presses de Sciences Po, Coll. Références, p. 113-130, DOI : 10.3917/scpo.chauv.2015.01.0113.

BATAILLE Nicolas, LACROIX Guillaume, THIRIOT Sarah, 2022, « Un portrait de l'hybridité de la recherche urbaine : le jeune chercheur "au-delà" de la CIFRE », *Cahiers RAMAU. Revue du Réseau activités et métiers de l'architecture et de l'urbanisme*, N°11, p. 164-177, URL : <https://cahiers-ramau.edinum.org/640>, consulté le 19/07/2022.

BAZILIAN Morgan, ROGNER Holger, HOWELLS Mark, HERMANN Sebastian, ARENT Douglas, GIELEN Dolf, STEDUTO Pasquale, MUELLER Alexander, KOMOR Paul, TOL Richard S.J., YUMKELLA Kandeh K., 2011, « Considering the energy, water and food nexus: Towards an integrated modelling approach », *Energy Policy*, Vol.39, N°12, p. 7896-7906, DOI : 10.1016/j.enpol.2011.09.039.

BECKER Howard S., 2002, *Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales*, Ed. La Découverte, Coll. Repères, DOI : 10.3917/dec.becke.2002.01.

BERDOULAY Vincent, SOUBEYRAN Olicier, 2002, *L'écologie urbaine et l'urbanisme*, Ed. La Découverte, Coll. Recherches, DOI : 10.3917/dec.soube.2002.01.

BERNARD DE RAYMOND Antoine, 2013, *En toute saison : le marché des fruits et légumes en France*, Eds. Presses universitaires de Rennes et Presses universitaires François-Rabelais de Tours, Coll. Tables des Hommes.

BERNARD Cécile, DUFOUR Annie, MUNDLER Patrick, 2008, « Pratiques collectives de vente directe : approche comparée des PVC et des AMAP en Rhône-Alpes », in dans MARÉCHAL Gilles, *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Ed. Educagri, Coll. Références, DOI : 10.3917/edagri.colle.2008.01.0139.

BERNARD Élise, 2002, « Djerba, tourisme international et nouvelles logiques migratoires », *Revue européenne des migrations internationales*, Vol.18, N°1, p. 103-112, DOI : 10.4000/remi.2629.

BERTAUX Daniel, 1980, « L'approche biographique : sa validité méthodologique, ses potentialités », *Cahiers Internationaux de Sociologie*, Vol.69, p. 197-225.

BERTAUX Daniel, 2018 (4^{ème} ed.), *Le récit de vie*, Ed. Armand Colin.

BERTAUX Daniel, BERTAUX-WIAME Isabelle, 1980, *Une enquête sur la boulangerie artisanale par l'approche biographique*, C.N.R.S.

BIAU Véronique, FENKER Michael, ZETLAOUI-LEGER Jodelle, 2021, *Le doctorat en Cifre, une expérience partenariale (architecture, urbanisme, paysage)*, ENSA Paris-La Villette – Let Lavue, URL : <https://shs.hal.science/halshs-03152430>, consulté le 10/02/2022.

de BIASI Laure, COCQUIÈRE Alexandra, DELAPORTE Carole, FAGUER Elisabeth, MAUCLAIR Cécile, MYKOLENLO Lydia, ROPITAL Corine, THÉVENOT Laure, 2015, *Les filières courtes de proximité au sein du système alimentaire francilien - Note de synthèse*, Institut Paris Région, URL : https://www.iau-idf.fr/fileadmin/NewEtudes/Etude_1222/Synthese_les_filières_courtes_de_proximite.pdf, consulté le 01/04/2019.

de BIASI Laure, DELAPORTE Carole., ROPITAL Corine, 2015, *Les filières courtes de proximité au sein du système alimentaire francilien. Les acteurs et les grandes filières alimentaires franciliennes*, Institut Paris Région, URL : https://www.institutparisregion.fr/fileadmin/NewEtudes/Etude_1222/fascicule2_Les_filières_courtes.pdf, consulté le 01/04/2019.

de BIASI Laure, ROPITAL Corine (dir.), 2017, *Une métropole à ma table. Les défis de l'alimentation en Île-de-France*. Ed. Institut Paris Région, Coll. Les Cahiers de l'Institut Paris Région.

BILLEN Léa, 2021, *Une écologie qui ne dit pas son nom : l'écologisation entre accompagnement et injonction. Cuisine, récup' et faire-soi-même à Saint-Denis et Vaulx-en-Velin*, Atelier Habiter la transition. Des pratiques existantes aux politiques de transition : circulations et ambiguïtés, Réseau Approches Critiques du Développement.

BILLION Camille, 2017, « La gouvernance alimentaire territoriale au prisme de l'analyse de trois démarches en France », *Géocarrefour*, Vol.91, N°4, DOI : 10.4000/geocarrefour.10288.

BILLION Camille, 2018, *Rôle des acteurs du commerce et de la distribution dans les processus de gouvernance alimentaire territoriale*, Thèse de doctorat en géographie, Université Clermont Auvergne, HAL Id : tel-02265371.

BILLION Camille, BARITAUX Virginie, LOUDIYI Salma, 2016, « Les acteurs de la distribution. Quel rôle dans la gouvernance alimentaire territoriale ? », dans MUNDLER Patrick, ROUCHIER Juliette (dir.), *Alimentation et Proximité. Jeux d'acteurs et territoires*, Ed. Educagri, Coll. Transversales, p. 345-363, DOI : 10.3917/edagri.mundl.2016.01.0343.

BLANC Nathalie, 2008, *Vers une esthétique environnementale*, Ed. Quæ, Coll. Indisciplines, DOI : 10.3917/quæ.blanc.2008.01

BODIGUEL Luc, BRÉGER Thomas, MARÉCHAL Gilles, ROCHARD Chloé, 2021, *L'action publique en matière d'alimentation locale. Les compétences accordées par la loi et les règlements aux*

collectivités locales (régions, départements, communes) dans le domaine de la production, la transformation et la consommation d'aliments locaux, Projet de recherche Formes urbaines et gouvernance alimentaire (FRUGAL), URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01842263v2/document>, consulté le 01/04/2022.

BOGNON Sabine, 2014, *Les transformations de l'approvisionnement alimentaire dans la métropole parisienne. Trajectoire socio-écologique et construction de proximités*, Thèse de doctorat en géographie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, HAL Id : tel-01175746.

BOGNON Sabine, 2017, « Vers la reterritorialisation du réseau d'approvisionnement alimentaire parisien ? Trois approches de la mobilisation des proximités », *Flux*, Vol.3-4, N°109-110, N°3, p. 118-128, DOI : 10.3917/flux1.109.0118.

BOGNON Sabine, BARLES Sabine, BILLEN Gilles, GARNIER Josette, 2018, « Approvisionnement alimentaire parisien du xviii^e au xxi^e siècle : les flux et leur gouvernance. Récit d'une trajectoire socioécologique », *Natures Sciences Sociétés*, Vol.26, N°1, p. 17-32, DOI : 10.1051/nss/2018017.

BONNEFOY Serge, 2011, « La politisation de la question agricole périurbaine en France : points de repères », *Urbia-Les Cahiers du développement urbain durable*, Vol.12, 17-38.

BOURBIA Véréna, 2020, *Le rôle de la diversité urbaine et commerciale sur les pratiques logistiques des commerces de détail alimentaires en ville : le cas des Hauts-de-France*, Thèse de doctorat en géographie, Université de Lille, HAL Id : tel-03147209.

BOURDIEU Pierre, 1973, « L'opinion publique n'existe pas », *Les Temps Modernes*, N°318, p. 1292-1309.

BOURDIEU Pierre, WACQUANT Loïc, 1992, *Réponses : pour une anthropologie réflexive*, Ed. du Seuil, Coll. Libre Examen.

BOUVIER Bruno, MOHRT François, 2021, *L'évolution des commerces à Paris. Inventaire des commerces 2020 et évolution 2017-2020*, Atelier Parisien d'Urbanisme, URL : https://www.apur.org/sites/default/files/evolution_commerces_2020_paris.pdf?token=qEbRouAD, consulté le 30/09/2021.

BOWEN Sarah, MUTERSBAUGH Tad, 2014, « Local or localized ? Exploring the contributions of Franco-Mediterranean agrifood theory to alternative food research », *Agriculture and Human Values*, Vol.31, N°2, 201-213, DOI : 10.1007/s10460-013-9461-7.

BRAND Caroline, BRICAS Nicolas, CONARÉ Damien, DAVIRON Benoit, DEBRU Julie, MICHEL Laura, SOULARD Christophe-Toussaint (dir.) 2017, *Construire des politiques alimentaires urbaines : concepts et démarches*, Ed. Quae, Coll. Update Sciences & Technologies.

BRAND Caroline, 2018, « Modalités du retour des villes dans la gouvernance alimentaire. L'exemple de la région urbaine lyonnaise », *Urbanités*, N°10, URL : <https://www.revue-urbanites.fr/10-brand/>, consulté le 08/12/2022.

BRAUDO Serge, 2022a, « Fonds de commerce », *Dictionnaire Juridique de Serge Braudo*, URL : <https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/fonds-de-commerce.php>, consulté le 12/10/2022.

BRAUDO Serge, 2022b, « Statut », *Dictionnaire Juridique de Serge Braudo*, URL : <https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/statut.php>, consulté le 09/08/2022.

BRULLOT Sabrina, JUNQUA Guillaume, ZUINDEAU Bertrand, 2017, « Écologie industrielle et territoriale à l'heure de la transition écologique et sociale de l'économie », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, Vol. Décembre, N°5, p. 771-796, DOI : 10.3917/reru.175.0771.

BRUNDTLAND Gro Harlem (dir.), 1987, *Notre avenir à tous*, Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'Organisation des Nations unies, URL : https://fr.wikisource.org/wiki/Notre_avenir_%C3%A0_tous_-_Rapport_Brundtland, consulté le 06/01/2023.

BRUNEL Sylvie, 2008, « La nouvelle question alimentaire », *Hérodote*, Vol. 4, N° 131, N°4, p. 14-30, DOI : 10.3917/her.131.0014.

BUCLET Nicolas (dir.), 2009, *Atelier de réflexion prospective sur l'écologie industrielle. Rapport Final*, URL : http://www.agence-nationale-recherche.fr/fileadmin/user_upload/documents/DPC/2011/ARP_2006_ARPEGE_Rapport-final_2009.pdf, consulté le 19/03/2019.

BUCLET Nicolas (dir.), 2015, *Essai d'écologie territoriale : l'exemple d'Aussois en Savoie*, Ed. CNRS, Coll. CNRS Alpha, DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.28318.

BUCLET Nicolas, 2021, *Écologie territoriale et transition socio-écologique : méthodes et enjeux*, Ed. ISTE, Coll. Smart Innovation.

BUCLET Nicolas, BARLES Sabine, CERCEAU Juliette, HERBELIN Alice, 2015, « Chapitre I. L'Écologie territoriale entre analyse de métabolisme et jeux d'acteurs », dans BUCLET Nicolas (dir.), *Essai d'écologie territoriale : l'exemple d'Aussois en Savoie*, Ed. CNRS, Coll. CNRS Alpha, p. 13-45, DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.28348.

BUCLET Nicolas, CERCEAU Juliette, DEBUISSON Marion, MAILLEFERT Muriel, METEREAU Renaud, PECH Pierre, TALANDIER Magali, 2019, « Chapitre III. Création de richesses et réponses aux besoins de la population d'Aussois », dans BUCLET Nicolas (dir.), *Essai d'écologie territoriale : l'exemple d'Aussois en Savoie*, Ed. CNRS, Coll. CNRS Alpha, p. 105-160, DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.28366.

BUYCK Jennifer, MEYFROIDT Aurore, 2020, « Explorer les paysages alimentaires pour régénérer la fabrique agriurbaine », *Territoire en mouvement – Revue de géographie et aménagement*, N°44-45, DOI : 10.4000/tem.6071.

CARDON Philippe, DEPECKER Thomas, PLESSZ Marie, 2019, *Sociologie de l'alimentation*, Ed. Armand Colin, Coll. U, DOI : 10.3917/arco.cardo.2019.01.

CASELY Jean-Laurent, 2017, *La révolte des premiers de la classe : métiers à la con, quête de sens et reconversions urbaines*, Ed. J'ai Lu.

CÉPÈDE M., 1961, « Agriculture et alimentation en France durant la IIe guerre mondiale », Ed. M.-TH. Génin, URL : <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k3385707c>, consulté le 11/12/2022.

CHABROL Marie, 2011, *De nouvelles formes de gentrification ? Dynamiques résidentielles et commerciales dans le quartier de Château-Rouge (Paris)*, Thèse de doctorat en géographie, Université de Poitiers, HAL Id : tel-00658852.

CHABROL Marie, COLLET Anaïs, GIROUD Matthieu, LAUNAY Lydie, ROUSSEAU Max, TER MINASSIAN Hovig, LÉVY Jean-Pierre, 2016, *Gentrifications*, Ed. Amsterdam.

CHABROL Marie, FLEURY Antoine, VAN CRIEKINGEN Mathieu, 2014, « Commerce et gentrification. Le commerce comme marqueur, vecteur ou frein de la gentrification. Regards croisés à Berlin, Bruxelles et Paris », dans LEMARCHAND Nathalie, GASNIER Arnaud (dir.), *Le commerce dans tous ses états. Espaces marchands et enjeux de société*, Ed. Presses universitaires de Rennes, Coll. Espaces et Territoires, p. 277-292.

CHADEAU Emmanuel, 1993, « Entre familles et managers : les grandes firmes de commerce de détail en France depuis 1945 », *Revue du Nord*, Vol.75, N°300, p. 377-400, DOI : 10.3406/rnord.1993.4826.

CHAMBOLLE Claire, ALLAIN Marie-Laure, 2003, *Économie de la distribution*, Ed. La Découverte, Coll. Repères, DOI : 10.3917/dec.allai.2003.01.

CHARDON Olivier, JAUNEAU Yves, VIDALENC Joëlle, 2021, *Près de trois quarts des artisans, commerçants et chefs d'entreprise sont des hommes*, INSEE, URL : https://www.insee.fr/fr/statistiques/5014069#tableau-figure3_radio2, consulté le 27/01/2022

CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, 2014, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Ed. Presses de Sciences Po, Coll. Références, DOI : 10.3917/scpo.chauv.2015.01.

CHIFFOLEAU Yuna, 2019, *Les circuits courts alimentaires. Entre marché et innovation sociale*, Ed. Érès, Coll. Sociologie économique, DOI : 10.3917/eres.chiff.2019.01.

CITRON Paul, MAULAT Juliette, 2014, "Contre les acteurs, tout contre". *Négocier son terrain en observation et tirer parti de l'impératif de valorisation*, Biennale de sociologie urbaine, Atelier des doctorants du Réseau thématique « Sociologie de l'urbain et des territoires ».

CLERVAL Anne, 2011, « L'occupation populaire de la rue : un frein à la gentrification ? », *Espaces et sociétés*, Vol.1-2, N° 144-145, p. 55-71, DOI : 10.3917/esp.144.0055.

COCHET Yves, 2011, « L'effondrement, catabolique ou catastrophique ? », *Institut Momentum*, URL : <https://institutmomentum.org/media/articles/L%E2%80%99effondrement-catabolique-ou-catastrophique.pdf>, consulté le 06/01/2022.

COENEN-HUTHER Jacques, 2003, « Le type idéal comme instrument de la recherche sociologique », *Revue française de sociologie*, Vol.44, N°3, p. 531-547, DOI : 10.3917/rfs.443.0531.

COGOLUEHNES Claire, RENAULT Christian, 2011, « Le modèle économique du MIN de Rungis et ses perspectives d'évolution », Institut Paris Région, AND International, URL : https://www.institutparisregion.fr/fileadmin/NewEtudes/Etude_1098/Le_modele_economique_du_MIN_de_Rungis_et_ses_perspectives_d_evolution.pdf, consulté le 06/01/2023.

COMBY Jean-Baptiste, MALIER Hadrien, 2021, « Les classes populaires et l'enjeu écologique. Un rapport réaliste travaillé par des dynamiques statutaires diverses », *Sociétés contemporaines*, Vol.124, N°4, p. 37-66, DOI : 10.3917/soco.124.0037.

Conseil départemental du Val-de-Marne, 2018, *Plan d'actions pour une agriculture en transition*, Direction de l'Emploi, des Formations et de l'Innovation sociale, Direction des Espaces verts et du Paysage.

COQUAZ Vincent, 2018, « A quels grands groupes appartiennent les différentes enseignes du bio ? », *Checknews*, Libération, URL : https://www.liberation.fr/checknews/2018/06/07/a-quels-grands-groupes-appartiennent-les-differentes-enseignes-du-bio_1657105/, consulté le 04/11/2022.

CORBEAU Jean-Pierre, 1992, « Rituels alimentaires et mutations sociales », *Cahiers Internationaux de Sociologie*, Vol.92, p. 101-120, URL : <http://www.jstor.org/stable/40690486>, consulté le 08/04/2021.

COSTIL Mathilde, DEBOULET Agnès, 2020, « Commerce inadapté et requalification. Discours et controverses dans des banlieues populaires d'Île-de-France », dans FLEURY Antoine, DELAGE Matthieu, ENDELSTEIN Lucine, DUBUCS Hadrien, WEBER Serge (dir.), *Le petit commerce dans la ville-monde*, Ed. L'œil d'or, Coll. Critiques & Cités, p. 181-202.

DAIN Antoine, 2021, « Des “déclassements” volontaires ? Les déterminants de la mobilité subjective d'artisans reconvertis, par-delà les catégories socioprofessionnelles », *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, Vol.17, N°1, p. 103-151, DOI : 10.7202/1086017ar

DAIN Antoine, 2022, « Reconversions : ces bac+5 qui se tournent vers l'artisanat », *The Conversation*, URL : <http://theconversation.com/reconversions-ces-bac-5-qui-se-tournent-vers-lartisanat-193976>, consulté le 04/12/2022.

DARROT Catherine, PECQUEUR Bernard, MARIE Maxime, BODIGUEL Luc, SALEILLES Séverine, BUYCK Jennifer, MARGETIC Catherine, DELFOSSE Claire, HOCHEDÉZ Camille, GUILLEMIN Pierre, BAYSSE-LAINÉ Adrien, NOËL Julien, MARÉCHAL Gilles, 2021, *Comprendre les systèmes alimentaires urbains : flux alimentaires, systèmes d'acteurs et formes urbaines*, Livret du projet de recherche Formes urbaines et gouvernance alimentaire (FRUGAL), URL : https://shs.hal.science/halshs-02987347/file/Frugal_LivretRecherche_04-LD.pdf, consulté le 08/05/2021.

DAVID Delphine, FILLIOL Marie, LUCKING Zoé, 2017, *Les enjeux de la proximité sur le marché alimentaire*, Ed. Xerfi, Coll. Precepta.

DAVID Delphine, MAUREL Eline, BOURNONVILLE Rémi, 2015, *Le commerce indépendant de proximité face à internet et au e-commerce : la transition numérique pour de réelles perspectives de croissance*, Ed. Xerfi, Coll. Precepta.

DE KERMADEC Claire, 2011, *Le commerce alimentaire spécialisé : déclin enrayé ?* INSEE, URL : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1280960>, consulté le 01/04/2022.

DEENER Andrew, 2007, « Commerce as the Structure and Symbol of Neighborhood Life: Reshaping the Meaning of Community in Venice, California », *City & Community*, Vol.6, N°4, p. 291-314, DOI : 10.1111/j.1540-6040.2007.00229.x.

DELAGE Matthieu, FLEURY Antoine, LECOMTE Constance, 2015, « Le commerce à Paris entre centralités ordinaires et centralités métropolitaines », dans MATTEI Marie-Flore, PUMAIN Denise, *Données urbaines*, Ed. Economica/Anthropos, Coll. Anthropos Ville, URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01387019/document>, consulté le 23/09/2022.

DELAMARRE Arnaud, 2013, *Le discours des néocavistes et leur construction sociospatiale : le cas des cavistes des 11e et 18e arrondissements de Paris*, Mémoire de Master 2, Université Paris-Sorbonne, URL : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01121160/document>, consulté le 03/11/2022.

DELFOSSE Claire, 2012, « La France et ses terroirs. Un siècle de débats sur les produits et leurs liens à l'espace », *Pour*, Vol. 3-4, N° 215-216, p. 63-74, DOI : 10.3917/pour.215.0061.

DELFOSSE Claire, 2017, « Les crémiers-fromagers : Entre commerce de proximité et gastronomie », *Ethnologie française*, Vol.165, N°1, p. 99-110, DOI : 10.3917/ethn.171.0099.

DEVERRE Christian, LAMINE Claire, 2010, « Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales », *Économie rurale*, N°317, 57-73.

DIOUX Jacques, DUPUIS Marc, 2009, *La distribution stratégies des réseaux et management des enseignes*, Ed. Pearson Education.

DOBIGNY Laure., 2019, « Le rôle central des agriculteurs dans les projets d'EnR : Apports pour une socio-anthropologie des énergies renouvelables », dans BESLAY Christophe, ZÉLEM Marie-Christine, *Sociologie de l'énergie : gouvernance et pratiques sociales*, Ed. CNRS, Coll. Alpha, p. 349-356, DOI : 10.4000/books.editions-cnrs.26073.

DUBAR Claude, NICOURD Sandrine, 2017, *Les biographies en sociologie*, Ed. La Découverte, Coll. Repères, DOI : 10.3917/dec.dubar.2017.01.

DUBUCS Hadrien, ENDELSTEIN Lucine, 2020, « Minorités, altérités, diversité – introduction », dans FLEURY Antoine, DELAGE Matthieu, ENDELSTEIN Lucine, DUBUCS Hadrien, WEBER Serge (dir.), *Le petit commerce dans la ville-monde*, Ed. L'œil d'or, Coll. Critiques & Cités, p. 45-48.

DUBUISSON-QUELLIER Sophie, LE VELLY Ronan, 2008, « Chapitre 8. Les circuits courts entre alternative et hybridation », dans MARÉCHAL Gilles, *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Ed. Éducagri, Coll. Références, DOI : 10.3917/edagri.colle.2008.01.0103.

DUFOUR Étienne, 2017, *Le métabolisme alimentaire du plateau de Saclay au prisme de la distribution*, Rapport PIREN-Seine phase VII, URL : https://www.piren-seine.fr/sites/default/files/piren_documents/phase_7/rapports_annuels/2017/a1bu1_Dufour_PIREN_2017.pdf, consulté le 15/01/2021.

DUFOUR Étienne, BARLES Sabine, 2020, « Trajectoire sociotechnique et politiques biogéochimiques. Aperçu de l'histoire du traitement des ordures ménagères en région parisienne de 1945 aux années 1990 », Rapport PIREN-Seine Phase VIII, URL : https://www.piren-seine.fr/sites/default/files/piren_documents/phase_8/Rapports_annuels/2020/a1b3_Dufour-Barles_Trajectoires_et_politiques_biogeochemiques_PIREN_2020_VF.pdf, consulté le 18/06/2021.

DUGOT Philippe, LEMARCHAND Nathalie, 2014, « Commerce et culture : la culture est-elle soluble dans le commerce, et vice-versa ? », dans LEMARCHAND Nathalie, GASNIER Arnaud (dir.), *Le commerce dans tous ses états. Espaces marchands et enjeux de société*, Ed. Presses universitaires de Rennes, Coll. Espaces et Territoires, p. 259-266.

ELIAS Norbert, 1991, *La société des individus*, Ed. Fayard, Coll. Agora.

ESCULIER Fabien, 2018, *Le système alimentation/excrétion des territoires urbains : régimes et transitions socio-écologiques*, Thèse de doctorat en sciences et techniques de l'environnement, Université Paris Est, HAL Id : tel-01787854.

FALIÈS Cécile, HULOT Magali (dir.), 2022, « Du champ à l'assiette : étapes et acteurs intermédiaires des circuits alimentaires dans les Nord et dans les Suds », *EchoGéo*, N°60, DOI : doi.org/10.4000/echogeo.23209.

DUBOIS Olivier, FAURÈS Jean-Marc, FELIX Erika, FLAMMINI Alessandro, HOOGEVEEN Jippe, PLUSCHKE Lucie, PURI Manas, ÜNVER Olçay, 2014, *The Water-Energy-Food Nexus. A new approach in support of food security and sustainable agriculture*, Food and Agriculture organisation of the United Nations (FAO), URL : <http://www.fao.org/3/bl496e/bl496e.pdf>, consulté le 14/01/2019.

FAURE Alain, 1979, « L'épicerie parisienne au XIXe siècle ou la corporation éclatée », *Le Mouvement social*, N°108, p. 113-130, DOI : 10.2307/3777645.

FILSER Marc, DES GARETS Véronique, PACHÉ Gilles, 2020, *La distribution*, Ed. EMS, Coll. Les essentiels de la gestion, URL : <https://www.cairn.info/la-distribution--9782376873389-p-137.htm>, consulté le 12/10/2022.

FISCHER-KOWALSKI Marina, HABERL Helmut (dir.), 2007, *Socioecological transitions and global change: trajectories of social metabolism and land use*, Cheltenham, Ed. Edward Elgar, Coll. Advances in ecological economics.

FISCHER-KOWALSKI Marina, ROTMANS Jan, 2009, « Conceptualizing, Observing, and Influencing Social–Ecological Transitions », *Ecology and Society*, Vol.14, N°2, URL : <https://www.ecologyandsociety.org/vol14/iss2/art3/>

FLANDRIN Jean-Louis., MONTANARI Massimo, 1996, *Histoire de l'alimentation*, Ed. Fayard, Coll. Histoire.

FLEURY Antoine, DELAGE Matthieu, ENDELSTEIN Lucine, DUBUCS Hadrien, WEBER Serge (dir.), *Le petit commerce dans la ville-monde*, Ed. L'œil d'or, Coll. Critiques & Cités.

FLEURY Antoine, FOL Sylvie, 2018, « Commerce et politiques publiques dans les quartiers populaires. Le cas de Saint-Denis », *Métropoles*, N°23, DOI : 10.4000/metropoles.6409.

FLEURY Antoine, MAYADOUX Anouck, 2019, « Les commerçants face au changement urbain : stratégies de résistance à Wrangelkiez (Berlin) », *Géographie, Économie, Société*, Vol. 21, N°4, p. 345-369, DOI : 10.3166/ges.2019.0019.

FLEURY Antoine, RADICE Martha, 2014, « Commerce et espaces publics. les métropoles nord-américaines et européennes entre marchandisation et sociabilité », dans LEMARCHAND Nathalie, GASNIER Arnaud (dir.), *Le commerce dans tous ses états. Espaces marchands et enjeux de société*, Ed. Presses universitaires de Rennes, Coll. Espaces et Territoires, p. 23-32.

FRAYSSIGNES Julien, POUZENC Michaël, OLIVIER-SALVAGNAC Valérie, 2021, « La relocalisation de l'agriculture : entre dimension spatiale et représentations des acteurs. Le cas des circuits courts collectifs », *Développement durable et territoires*, Vol. 12, N°1, DOI : 10.4000/developpementdurable.18584.

Formes urbaines et gouvernance alimentaire, 2016, *Présentation du projet*, Site internet du projet de recherche FRUGAL, URL : <https://projetfrugal.fr/presentation-du-projet/>, consulté le 30/09/2021.

FUMEY Gilles, 2018, *Géopolitique de l'alimentation*, Ed. Sciences Humaines, Coll. Petite bibliothèque, DOI : 10.3917/sh.fumey.2018.01.

FUMEY Gilles, RAFFARD Pierre, 2018, *Atlas de l'alimentation*, Ed. CNRS.

GARÇON Anne-Françoise, 2000, « La boutique indécise. Réflexions autour de "Ces corps sui sont regardés comme mixtes, c'est-à-dire qu'ils tiennent du marchand et de l'artisan" (Savary, 1741) », dans COCQUERY Natacha (dir.), *La boutique et la ville : commerces, commerçants, espaces et clientèles, XVIIe - XXe siècle. Actes du colloque des 2, 3 et 4 décembre 1999*, Ed. CEHVI, p. 45-62.

GEELS Franck W., 2002, « Technological transitions as evolutionary reconfiguration processes: a multi-level perspective and a case-study », *Research Policy*, Vol.31, N°8-9, p. 1257-1274, DOI : 10.1016/S0048-7333(02)00062-8.

GERMAIN Olivier, CARRIER Camille, BLOCH Alain, 2011, « Intrapreneuriat et innovation. Introduction du dossier », *Gestion*, Vol.36, N°4, p. 4, DOI : 10.3917/riges.364.0004.

GHIGLINO Maxime, 2019, « La destination du bail commercial », *Droit et Ville*, Vol.88, N°2, p. 225-241, DOI : 10.3917/dv.088.0225.

GIRAUD Frédérique, SAUNIER Émilie, RAYNAUD Aurélien, 2014, « Principes, enjeux et usages de la méthode biographique en sociologie », *¿ Interrogations ?* N°17, URL : <http://www.revue-interrogations.org/Principes-enjeux-et-usages-de-la>, consulté le 02/12/2021.

GIROUD Matthieu, 2007, *Résister en habitant ? Renouvellement urbain et continuités populaires en centre ancien (Berriat Saint-Bruno à Grenoble et Alcântara à Lisbonne)*, Thèse de doctorat en géographie, Université de Poitiers, HAL Id : tel-00200103.

GIROUD Matthieu, 2011, « Usages des espaces rénovés et continuités populaires en centre ancien », *Espaces et sociétés*, Vol.144-145, N°1, p 37-54, DOI : 10.3917/esp.144.0037.

GOLLAC Sybille, 2008, « Travail indépendant et transmissions patrimoniales : le poids des inégalités au sein des fratries », *Économie et Statistique*, Vol.55, N°417-418, p. 55-75, DOI : 10.3406/estat.2008.7688.

Grand Paris Sud-Est Avenir, 2019, « Actualité - GPSEA lance son projet alimentaire territorial », *Site internet de Grand Paris Sud-Est Avenir*, URL : <https://sudestavenir.fr/actualites/gpsea-lance-son-projet-alimentaire-territorial>, consulté le 06/04/2019.

GRESLE François, 1983, « Chapitre 15. Les petits patrons et la tentation activiste » dans LAVAU Georges, GRUNBERG Gérard, MAYER Nonna (dir.), *L'univers politique des classes moyennes*, Ed. Presses de Sciences Po, Coll. Académique, p. 293-312, DOI : 10.3917/scpo.lavau.1983.01.0293.

GRESLE François, 1972, « Éléments pour une sociologie du commerce », *Revue française de sociologie*, Vol. 13, N°4, p. 569-574, DOI : 10.2307/3320658.

GROSSETÊTE Matthieu, 2019, « Quand la distinction se met au vert. Conversion écologique des modes de vie et démarcations sociales », *Revue Française de Socio-Économie*, Vol.22, N°1, p. 85-105, DOI : 10.3917/rfse.022.0085.

HALBWACHS Maurice, 1913, *La classe ouvrière et les niveaux de vie. Recherches sur la hiérarchisation des besoins dans les sociétés industrielles contemporaines*, Thèse de doctorat en Lettres, Université de Paris.

HASSANEIN Neva, 2003, « Practicing food democracy: a pragmatic politics of transformation », *Journal of Rural Studies*, Vol.19, N°1, p. 77-86, DOI : 10.1016/S0743-0167(02)00041-4.

HEINICH Nathalie, 2010, *La sociologie de Norbert Elias*, Ed. La Découverte, Coll. Repères, DOI : 10.3917/dec.heini.2010.01.

HENDRICKSON Mary K., HEFFERNAN William D., 2002, « Opening Spaces through Relocalization : Locating Potential Resistance in the Weaknesses of the Global Food System », *Sociologia Ruralis*, Vol.42, N°4, p. 347-369, DOI : 10.1111/1467-9523.00221.

HEYRMAN Peter, 2020, « Le travail indépendant dans le petit commerce et l'artisanat, 1830-1930 », *Revue du Nord*, Vol.435, N°2, p. 345-379, DOI : 10.3917/rdn.435.0345.

HINRICHS C. Clare, 2000, « Embeddedness and local food systems : notes on two types of direct agricultural market », *Journal of Rural Studies*, Vol.16, N°3, p. 295-303, DOI : 10.1016/S0743-0167(99)00063-7.

HOCHEDÉZ Camille, LE GALL Julie, 2016, « Justice alimentaire et agriculture », *Justice spatiale | Spatial Justice*, N°9, p. 1-31, URL : <https://www.jssj.org/article/justice-alimentaire-et-agriculture/>, consulté le 08/05/2021.

ILBERY Brian, KNEAFSEY Moya, 2000, « Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England *Journal of Rural Studies* », Vol.16, N°2, p. 217-230, DOI : 10.1016/S0743-0167(99)00041-8.

INSEE, 2021, « Catégorie socioprofessionnelle 55 : Employés / Employées de commerce », *Nomenclature des PCS 2020*, URL : <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/pcs2020/categorieSocioprofessionnelle/55?champRecherche=true>, consulté le 12/10/2022.

JACOBSEN Noël Brings, 2006, « Industrial Symbiosis in Kalundborg, Denmark: A Quantitative Assessment of Economic and Environmental Aspects », *Journal of Industrial Ecology*, Vol.10, N°1-2, p. 239-255, DOI : 10.1162/108819806775545411.

MOREL Fanny, ROUSSEL Lucile, 2021, *Les produits sous signe d'identification de la qualité et de l'origine - Chiffres clés 2020*, Institut national de l'origine et de la qualité, URL : https://odr.inrae.fr/intranet/carto_joomla/index.php/ressource/documents/reseau-qualite/3281-chiffres-cles-siqo-2020/file, consulté le 01/04/2022.

KEAIRNS Dale L., DARTON Richard C., IRABIEN Angel, 2016, « The Energy-Water-Food Nexus », *Annual Review of Chemical and Biomolecular Engineering*, Vol.7, N°1, p. 239-262, DOI : 10.1146/annurev-chembioeng-080615-033539.

KESSARI Myriam, MARAIS Magalie, MEYER Maryline, PALPACUER Florence, TEMRI Leïla, WALSER Marie, « Les entreprises : vers de nouveaux modèles ? », dans BRICAS Nicolas, CONARÉ Damien, WALSER Marie, *Une écologie de l'alimentation*, Ed. Quae, DOI : 10.35690/978-2-7592-3353-3/c20.

KNEAFSEY Moya, VENN Laura, SCHMUTZ Ulrich, BALAZS Balint, TRENCHARD Liz, EYDENWOOD Trish, BOS Elizabeth, SUTTON Gemma, BLACKETTE Matthew, 2013, *Short food supply chains and local food systems in the EU : A state of play of their socio-economic characteristics*, Joint Research Centre, Commission Européenne, DOI : 10.2791/88784.

LAITHIER Tristan, VAULÉON Yann-Fanch, 2018, *L'alimentation durable à Paris. Première description des lieux de vente et des sites de production*, Atelier Parisien d'Urbanisme, URL : https://www.apur.org/sites/default/files/documents/publication/etudes/alimentation_durable_paris_des_cription_lieux_vente_sites_production.pdf, consulté le 23/09/2021.

LAITHIER Tristan, VAULÉON Yann-Fanch, 2022, *L'offre en alimentation durable à Paris toujours plus dense - Etat des lieux des points de ventes et des paniers. Paris*, Atelier Parisien d'Urbanisme, URL : https://www.apur.org/sites/default/files/offre_alimentation_durable_paris.pdf?token=psaF889j, consulté le 09/02/2022.

LASSAUBE Ulysse, 2022, *Une ville « à la carte » : Proximités commerciales à Paris. Une approche de l'achat par les mobilités*, Thèse de doctorat en géographie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, HAL Id : tel-03895299.

LAVILLE Jean-Louis, 2008, « Encastrement et nouvelle sociologie économique : de Granovetter à Polanyi et Mauss », *Revue Interventions économiques*, N°38, DOI : 10.4000/interventionseconomiques.245.

LE GALÈS Patrick, 2014, « Gouvernance », dans BOUSSAGUET Laurie, JACQUOT Sophie, RAVINET Pauline, *Dictionnaire des politiques publiques*, Ed. Presses de Sciences Po, Coll. Références, p. 299-308, DOI : 10.3917/scpo.bouss.2014.01.0299.

LE PLAY Frédéric, 1877, *Les ouvriers européens : étude sur les travaux, la vie domestique et la condition morale des populations ouvrières de l'Europe*, Ed. A. Mame et fils.

LE VELLY Ronan, 2002, « La notion d'encastrement : une sociologie des échanges marchands », *Sociologie du travail*, Vol.44, N°1, p. 37-53, DOI : 10.4000/sdt.32726.

LE VELLY Ronan, 2016, « Les systèmes alimentaires alternatifs peuvent-ils se développer commercialement sans perdre leur âme ? Analyse de trois agencements marchands », *Économie rurale*, N°356, p. 31-45, DOI : 10.4000/economierurale.5046.

LE VELLY Ronan, 2017a, *Sociologie des systèmes alimentaires alternatifs. Une promesse de différence*, Ed. Presses des Mines, Coll. Sciences sociales.

LE VELLY Ronan, 2017b, « Dynamique des systèmes alimentaires alternatifs », dans LUBELLO Pasquale, FALQUE Alain, TEMRI Leïla, *Systèmes agroalimentaires en transition*, Ed. Quæ, Coll. Update Sciences & Technologies, p. 149-158, DOI : 10.3917/quae.lubel.2017.01.0149.

LE VELLY Ronan, DUFEU Ivan, LE GREL Laurent, 2016, « Les systèmes alimentaires alternatifs peuvent-ils se développer commercialement sans perdre leur âme ? Analyse de trois agencements marchands », *Économie rurale*, N°356, p. 31-45, DOI : 10.4000/economierurale.5046.

LEBLANC Frédérique, 2011, *Être libraire*, Ed. Lieux Dits, Coll. Être.

LEBLANC Frédérique, 2017, « Être commerçant dans l'est parisien, une opportunité pour "gentrifieur" », *Ethnologie française*, Vol.165, N°1, p. 87-98, DOI : 10.3917/ethn.171.0087.

LECERF Jean-Michel, 2016, « Finalités de la recherche en nutrition. Perspectives à partir d'une réflexion historique », *Sciences sociales et santé*, Vol.34, N°2, p. 37-43, DOI : 10.3917/sss.342.0037.

LEHEC Elisabeth, 2018, *La remise en cause des services urbains en réseau : une approche par la technique : le cas du compostage des déchets en pied d'immeuble à Paris*, Thèse de doctorat en urbanisme et aménagement, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, HAL Id : tel-02372174.

LEHMAN-FRISCH Sonia, 2002, « "Like a village" : les habitants et leur rue commerçante dans Noe Valley, un quartier gentrifié de San Francisco », *Espaces et sociétés*, Vol.108, N°1, p. 47-70, DOI : 10.3917/esp.g2002.108n1.0047.

LELÉVRIER Christine, RIVIÈRE Clément, 2020, « Commerce et changement urbain : trajectoires et stratégies de commerçants dans le nord-est parisien », dans FLEURY Antoine, DELAGE Matthieu, ENDELSTEIN Lucine, DUBUCS Hadrien, WEBER Serge (dir.), *Le petit commerce dans la ville-monde*, Ed. L'œil d'or, Coll. Critiques & Cités, p. 145-166.

LEMARCHAND Nathalie, 2011, « Nouvelles approches, nouveaux sujets en géographie du commerce. Une géographie renouvelée par l'analyse culturelle », *Géographie et cultures*, N°77, p. 9-24, DOI : 10.4000/gc.703.

LEVI-STRAUSS Claude, 1965, « Une leçon d'anthropologie - le triangle culinaire », *L'Arc*, N°26, p. 19-29.

LHOMMEAU Bertrand, MICHEL Christophe, 2018, « Changer de métier : quelles personnes et quels emplois sont concernés ? », *DARES analyses*, N°49, URL : <https://dares.travail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/pdf/2018-049v2.pdf>, consulté le 27/05/2022.

LI Zhipeng, 2017, *La diaspora Wenzhou en France et ses relations avec la Chine*, Thèse de doctorat en géographie, Université de Poitiers, HAL Id : tel-01819716.

LI Zhipeng, 2018, « La diaspora entrepreneuriale Wenzhou en région parisienne : une diaspora parmi les diasporas chinoises », *Migrations Société*, Vol.174, N°4, p. 123-139, DOI : 10.3917/migra.174.0123.

LIÈVRE Pascal, 2007, *La logistique*, Ed. La Découverte, Coll. Repères, DOI : 10.3917/dec.lievr.2007.01.

Live for good, 2022, *Programme entrepreneurs for good. 2022-2023*, Site internet de Live for good, URL : https://live-for-good.org/files/Programme_Entrepreneur_for_Good_2022_2023.pdf, consulté le 30/11/2021.

LOORBACH Derk, 2007, *Transition management: new mode of governance for sustainable development*, Ed. Internat. Books.

MA MUNG Emmanuel, 2014, « La diaspora chinoise en France », dans POINSOT Marie, WEBER Serge (dir.), *Migrations et mutations de la société française. L'état des savoirs*, Ed. La Découverte, p. 121-129, DOI : 10.3917/dec.poins.2014.01.0121.

MA MUNG Emmanuel, BODY-GENDROT Sophie, HODEIR Catherine, 1992, « L'expansion du commerce ethnique : Asiatiques et Maghrébins dans la région parisienne », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, Vol.8, N°1, p. 39-59, DOI : 10.3406/remi.1992.1593.

MADRY Pascal, 2016, *Ville et commerce à l'épreuve de la déterritorialisation*, Thèse de doctorat en urbanisme, Université de Bretagne occidentale-Brest, HAL Id : tel-01529216.

MALASSIS Louis, 1994, *Nourrir les hommes*, Ed. Flammarion, Coll. Dominos.

MALTAIS Alexandre, 2016, *Commerce de détail et transformations socioéconomiques des quartiers centraux - Le repositionnement du petit commerce montréalais*, Thèse de doctorat en études urbaines, Université du Québec, URL : <http://espace.inrs.ca/6770/1/Maltais-A-D-Decembre2016.pdf>, consulté le 23/11/2018.

MALTAIS Alexandre, 2017, « Petits commerces de bouche et réseaux alimentaires alternatifs : un regard montréalais », *Canadian Food Studies / La Revue canadienne des études sur l'alimentation*, Vol.4, N°1, p. 24-43, DOI : 10.15353/cfs-rcea.v4i1.189.

MANGEREY Catherine, 2011, « Mesurer l'accessibilité à l'offre de proximité », *Les cahiers de l'IAU îdF*, N°157, p. 24-28, URL : <https://www.irds->

idf.fr/fileadmin/DataStorageKit/IRDS/Publications/collaboration/c157_p24-28.pdf, consulté le 05/04/2019.

MARÉCHAL Gilles, 2008, *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Ed. Educagri, Coll. Références, DOI : 10.3917/edagri.colle.2008.01.

MARGETIC Christine, 2005, « L'agro-alimentaire chez les géographes des campagnes en France au xxe siècle », *Norois*, N°197, p. 37-53, DOI : 10.4000/norois.301.

MARGETIC Christine, DE LA HAYE SAINT-HILAIRE Louise, BLANDIN Thomas, MARIE Maxime, BODIGUEL Luc, 2019, « Un commerce alimentaire de détail aux liens tenus au territoire dans l'aire urbaine de Nantes », *Géocarrefour*, Vol.93, N°93/3, DOI : 10.4000/geocarrefour.13813.

MAUSS Marcel, 1923, « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », *L'année sociologique*, URL : <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k93922b/f36.table#>, consulté le 07/01/2023.

MAYER Nonna, 1993, « Identité sociale et politique des petits commerçants (1966-1988) », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, Vol.37, N°1, p. 69-80, DOI : 10.3406/xxs.1993.2643.

MAZAUD Caroline, 2009, *Entre le métier et l'entreprise. Renouveau et transformations de l'artisanat français*, Thèse de doctorat en sociologie, Université de Nantes.

Médiateur des relations commerciales agricoles, 2019, Loi EGalim : la mise en conformité des contrats doit servir à rééquilibrer les relations au bénéfice des producteurs agricoles, *Site internet du Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire*, URL : <https://agriculture.gouv.fr/loi-egalim-la-mise-en-conformite-des-contrats-doit-servir-reequilibrer-les-relations-au-benefice>, consulté le 25/10/2022.

MENGER Pierre-Michel, 2014, « À la recherche de l'entrepreneur », dans CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Ed. Presses de Sciences Po, Coll. Références, p. 33-44, DOI : 10.3917/scpo.chauv.2015.01.0033.

MÉRENNE-SCHOUMAKER Bernadette, 2008, *Géographie des services et des commerces*, Ed. Presses universitaires de Rennes, Coll. Didact Géographie.

MERMET Anne-Cécile, 2020, « Réseau d'enseigne et gentrification commerciale : vers une mesure du déplacement des commerces indépendants en quartier gentrifié (quartier du marais, Paris) », dans FLEURY Antoine, DELAGE Matthieu, ENDELSTEIN Lucine, DUBUCS Hadrien, WEBER Serge (dir.), *Le petit commerce dans la ville-monde*, Ed. L'œil d'or, Coll. Critiques & Cités, p. 225-238.

Métropole du Grand Paris, 2020, « La Stratégie alimentaire métropolitaine », *Site internet de la Métropole du Grand Paris*, URL : <http://www.metropolegrandparis.fr/fr/la-strategie-alimentaire-metropolitaine-136>, consulté le 29/09/2021.

METTON Alain, 1984, *Le commerce urbain français*, Ed. Presses universitaires de France.

MILLER Daniel, 2005, « Une rue du nord de Londres et ses magasins : imaginaire et usages », *Ethnologie française*, Vol.35, N°1, p. 17-26, DOI : 10.3917/ethn.051.0017.

Ministère de l'agriculture et de l'alimentation., 2018, « Qu'est-ce qu'un projet alimentaire territorial ? », *Site internet du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation*, URL : <https://agriculture.gouv.fr/quest-ce-quun-projet-alimentaire-territorial>, consulté le 23/07/2021.

Ministère de l'agriculture et de l'alimentation., 2020, « #EGalim : les plans de filières », *Site internet du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation*, URL : <https://agriculture.gouv.fr/egalim-les-plans-de-filieres>, consulté le 10/11/2021.

Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique, 2022, « Économie sociale et solidaire : qu'est-ce que l'agrément " Entreprise solidaire d'utilité sociale" ? », *Site internet du Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique*, URL : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/agrement-entreprise-solidaire-utilite-sociale-ess>, consulté le 12/07/2022.

MONTET Catherine, 2008, « Chapitre 4. Les points de vente collectifs », dans MARÉCHAL Gilles, *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Ed. Educagri, Coll. Références, p. 55-64, DOI : 10.3917/edagri.colle.2008.01.0055.

MORGAN Kevin, 2009, « Feeding the City: The Challenge of Urban Food Planning », *International Planning Studies*, Vol.14, N°4, p. 341-348, DOI : 10.1080/13563471003642852.

MUCHNIK José, DE SAINTE MARIE Christine, 2010, *Le temps des Syal. Techniques, vivres et territoires*, Ed. Quæ, Coll. Update Sciences & Technologies, DOI : 10.3917/quaec.muchn.2010.01.

Municipalité de Milan (dir.), 2015, *Pacte de politique alimentaire urbaine de Milan*, URL : https://www.foodpolicymilano.org/wp-content/uploads/2015/10/Milan-Urban-Food-Policy-Pact_FR.pdf, consulté le 23/02/2022.

NAVARRO Aurore, 2017, « Les marchés de plein vent : Le cas des commerces de l'alimentation », *Ethnologie française*, Vol.165, N°1, p. 111-120, DOI : 10.3917/ethn.171.0111.

NAVARRO Aurore, 2018, « Marchés, halles alimentaires et mise en tourisme des lieux en Europe », *Bulletin de l'association de géographes français*, Vol.95, N°1, p. 7-22, DOI : 10.4000/bagf.2503.

NAVES Pierre, 2016, *Du court, du local ! Une sociologie du gouvernement de la filière fruits et légumes*, Thèse de doctorat en sociologie, Université de Bordeaux, HAL Id : tel-01491025/document.

OCEJO Richard E., 2017, *Masters of craft: old jobs in the new urban economy*, Ed. Princeton University Press.

ODUM Eugene, 1953, *Fundamentals of Ecology*, Ed. Saunders.

ODUM Eugene, 1976, *Écologie, un lien entre les sciences naturelles et les sciences humaines*, Ed. Doin.

PADDEU Flaminia, 2012, « L'agriculture urbaine dans les quartiers défavorisés de la métropole New-Yorkaise: la justice alimentaire à l'épreuve de la justice sociale », *Vertigo*, Vol.12, N°2, DOI : 10.4000/vertigo.12686.

PARANTHOËN Jean-Baptiste, 2015, « L'incursion des scientifiques dans l'organisation des marchés agricoles : La promotion des circuits courts », *Politix*, N°111, p. 119-140, DOI : 10.3917/pox.111.0119.

Paris&Co, 2019, *Rapport d'activité 2019*, URL : <https://fr.calameo.com/read/00653552971250d72ae49>, consulté le 29/09/2021.

PARK Robert E., BURGESS Ernest W., MCKENZIE Roderick D., 1952, *The City*, Ed. University of Chicago Press.

PAUGAM Serge, 2010, *Les 100 mots de la sociologie*, Ed. Presses Universitaires de France, Coll. Que sais-je ?, DOI : 0.3917/puf.pauga.2010.01.

Petit palais de Paris, 2014, *Les Halles*, Site internet du Petit palais de Paris, URL : <https://www.petitpalais.paris.fr/oeuvre/les-halles>, consulté le 13/01/2023.

PERON René, 1993, *La fin des vitrines : des temples de la consommation aux usines à vendre*, Ed. de l'ENS-Cachan.

PERON René, 2000, « Les commerçants dans la recomposition urbaine : une analyse des représentations sociales et spatiales des parlementaires », dans COCQUERY Natacha (dir.), *La boutique et la ville : commerces, commerçants, espaces et clientèles, XVIe - XXe siècle. Actes du colloque des 2, 3 et 4 décembre 1999*, Ed. CEHVI, p. 85-98.

POULAIN Jean-Pierre, 2013, *Sociologies de l'alimentation*, Ed. Presses Universitaires de France, Coll. Quadrige, DOI : 10.3917/puf.poul.2013.01.

POUZENC Michaël, SOUMAGNE Jean, 2016, « Commerce et espaces ruraux », *Bulletin de la Société Géographique de Liège*, p. 25-29, URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01569487/document>, consulté le 08/01/2021.

PRALY Cécile, CHAZOULE Carole, DELFOSSE Claire, MUNDLER Patrick, 2014, « Les circuits de proximité, cadre d'analyse de la relocalisation des circuits alimentaires », *Géographie, Économie, Société*, Vol.16, N°4, p. 455-478, DOI : 10.3166/ges.16.455-478.

RACHET JACQUET Alix, NERI Matteo, 2020, *Le négoce en fruits et légumes frais*, Xerfi.

RAMBAL Julie, 2018, « Tout plaquer, nouvelle mythologie contemporaine », *Le Temps*, URL : <https://www.letemps.ch/culture/plaquer-nouvelle-mythologie-contemporaine>, consulté le 05/01/2019.

RASTOIN Jean-Louis, GHERSI Gérard, 2010, *Le système alimentaire mondial. Concepts et méthodes, analyses et dynamiques*, Ed. Quæ, Coll. Synthèses, DOI : 10.3917/quae.rasto.2010.01.

RATON Gwenaëlle, GONÇALVES Amélie, GAILLARD Leila, WALLET Frédéric, 2020, *Logistique des circuits alimentaires courts de proximité : état des lieux, nouveaux enjeux et pistes d'évolution*, RMT Alimentation Locale, Fondation Daniel et Nina Carasso, URL : https://f461ab47-a7f0-4555-a4cb-6b24881f4b20.usrfiles.com/ugd/f461ab_469fb11d3bc547e3a8a6cfa4e253b582.pdf, consulté le 12/11/2020.

Région Île-de-France, 2013, *Schéma directeur de la région Île-de-France. Fascicule 2 : défis, projet spatial régional et objectifs*, URL : <https://www.iau-idf.fr/fileadmin/DataStorage/SavoirFaire/NosTravaux/planification/sdrif/Fasc-2.pdf>, consulté le 05/07/2019.

Région Île-de-France, 2021, *Plan régional pour une alimentation locale, durable et solidaire*, URL : <https://www.iledefrance.fr/sites/default/files/medias/2021/02/CR2021-001.pdf>, consulté le 17/02/2022.

Région Île-de-France, 2022, *Schéma régional de développement économique et d'innovation d'Île-de-France 2022-2028*, URL : <https://www.iledefrance.fr/sites/default/files/medias/2022/05/CR2022-029.pdf>, consulté le 30/09/2022.

RENAULT TINACCI Mathilde, 2020, « Le doctorat cifre à la croisée du monde académique et de l'action publique : quand l'intermédiation transforme la recherche », *SociologieS*, DOI : 10.4000/sociologies.14831.

RENTING Henk, MARSDEN Terry K., BANKS Jo, 2003, « Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development », *Environment and Planning A*, Vol.35, N°3, p. 393-411, DOI : 10.1068/a3510.

RIEUTORT Laurent, 2009, « Dynamiques rurales françaises et re-territorialisation de l'agriculture », *L'information géographique*, Vol.73, N°1, p. 30-48, DOI : 10.3917/lig.731.0030.

RIUTORT Philippe, 2017, *Précis de sociologie*, Ed. Presses Universitaire de France, Coll. Savoirs.

ROLLINDE Natacha, 2016, *Représentations et stratégies d'adaptation des commerçants face aux transformations sociales et urbaines à Noisy-le-Sec*, Mémoire de Master 1, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

ROLLINDE Natacha, 2017, *La place des commerçants indépendants dans la reconfiguration des centralités commerciales. Le cas de Montreuil-sous-Bois*, Mémoire de Master 2, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

ROUSSET Arnaud, 2019, « Les métiers du commerce et de l'artisanat commercial : de la diversité mais peu de mixité », *INSEE Première*, N°1776, URL : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4232605>, consulté le 27/01/2022.

SABBAH Catherine, MADRY Pascal, 2021, *Le commerce dans tous ses états*, Ed. City linked.

SCHMUTZ-POUSSINEAU Anne-Marie, 2008, « Chapitre 2. La vente directe sur les marchés », dans MARÉCHAL Gilles, *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Ed. Educagri, Coll. Références, p. 31-44, DOI : 10.3917/edagri.colle.2008.01.0031.

SEMMARIS, 2020a, *Rapport d'activité 2020. L'essentiel*, URL : https://www.rungisinternational.com/wp-content/uploads/2021/06/RUNGIS_ESSENTIEL_2020.pdf, consulté le 06/07/2021.

SEMMARIS., 2020b, *Règlement intérieur du marché international de Rungis*, URL : <https://www.rungisinternational.com/wp-content/uploads/2020/10/RI-2020.pdf>, consulté le 25/10/2022.

SEMMARIS, 2021, « L'offre Bio au Marché de Rungis et l'ouverture du Pavillon Bio », Site internet de la SEMMARIS, URL : <https://www.rungisinternational.com/nous-connaître/rungis-green-business/un-acteur-responsable/une-offre-bio/>, consulté le 28/01/2022.

SOLARD Gwennaël, 2010, « Le commerce de proximité », dans INSEE (dir.), *Le commerce en France. Edition 2010*, INSEE, URL : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1373601?sommaire=1373611>, consulté le 23/07/2021.

SORRE Maximilien, 1943, *Les fondements biologiques de la géographie humaine. Essai d'une écologie de l'homme*, Ed. Armand Colin.

SORRE Maximilien, 1952, « La géographie de l'alimentation », *Annales de géographie*, Vol.61, N°325, p. 184-199, DOI : 10.3406/geo.1952.13393.

STANZIANI Alessandro, 2007, *Dictionnaire historique de l'économie-droit, XVIIIe-XXe siècles*, Ed. LGDJ, Coll. Droit et société.

STEPHENS Raphaël, 2021, « Un nouveau métier de l'alimentation. Le modèle de "la Ruche qui dit oui !" ou l'organisation d'un réseau de circuits courts numériques entre producteurs et consommateurs locaux », *Pour*, Vol.239, N°1, p. 85-102, DOI : 10.3917/pour.239.0085.

STOCK Miriam, SCHMIZ Antonie, 2019, « Catering authenticities. Ethnic food entrepreneurs as agents in Berlin's gentrification », *City, Culture and Society*, Vol.18, DOI : 10.1016/j.ccs.2019.05.001.

TORRE André, BEURET Jean-Eudes, 2012, *Proximités territoriales : construire la gouvernance des territoires, entre conventions, conflits et concertations*, Ed. Economica, Coll. Anthropos.

TORRÈS Olivier, 2003, « Petiteesse des entreprises et grossissement des effets de proximité », *Revue française de gestion*, Vol.144, N°3, p. 119-138, DOI : 10.3166/rfg.144.119-138.

VALETTE Élodie, LEPILLER Olivier, BONOMELLI Veronica, 2022, « Des innovations à la transition des systèmes alimentaires : comment penser les conditions et les modalités de leur changement d'échelle ? », *Géocarrefour*, Vol. 96, N°3, DOI : 10.4000/geocarrefour.20498.

VALLET Bertrand, D'ASSENZA-DAVID Hugo, 2021, *Quelle place pour quel travail en ville ? Les conditions économiques, sociales et environnementales de la ville productive*, Plan Urbanisme Construction Architecture (PUCA), URL : http://www.urbanisme-puca.gouv.fr/IMG/pdf/bilan_vp_v2.pdf, consulté le 30/12/2022.

Ville de Paris, 2015a, *Plan Alimentation Durable 2015-2020*, Direction des espaces verts et de l'environnement - Agence d'Écologie urbaine, URL : <https://api-site.paris.fr/images/73606>, consulté le 23/02/2022.

Ville de Paris, 2015b, *Charte en faveur d'une logistique urbaine durable*, URL : <https://api-site.paris.fr/images/80326>, consulté le 23/02/2022.

Ville de Paris, 2018a, *Stratégie de Paris pour une alimentation durable*, Direction des espaces verts et de l'environnement - Agence d'Écologie urbaine, URL : https://www.api-site.paris.fr/paris/public/2018%2F9%2FStrat%C3%A9gie_Paris_Aliment_Durable_Version%20Web.pdf, consulté le 30/10/2018.

Ville de Paris, 2018b, *Plan Climat de Paris*, Direction des espaces verts et de l'environnement - Agence d'Écologie urbaine, URL : <https://api-site-cdn.paris.fr/images/102678>, consulté le 26/06/2019.

Ville de Paris, 2021, « Lancement de la concertation des citoyens en vue de la création d'AgriParis », *Site internet de la Ville de Paris*, URL : <https://www.paris.fr/pages/lancement-de-la-concertation-des-citoyens-en-vue-de-la-creation-d-agriparis-16897>, consulté le 30/02/2022.

Ville de Paris, 2022a, *Règlement de l'appel à projet Alimentation durable et solidaire : soutien au développement d'activités économiques et à la structuration de filières*, URL : <https://cdn.paris.fr/paris/2022/01/03/e613c3ef75be820b8545e7d7dbebe26e.pdf>, consulté le 25/02/2022.

Ville de Paris, 2022b, *Actes des états généraux de l'agriculture et de l'alimentation durables*, URL : <https://cdn.paris.fr/paris/2022/05/20/56e64c5a3e94fc83385df6f2261a10a3.pdf>, consulté le 03/10/2022.

VIRY Fanny, 2021, *Évoluer professionnellement dans la transition écologique et solidaire*, Institut Transitions, URL : <https://www.instituttransitions.org/evoluer-professionnellement-transition-ecologique-et-solidaire/>, consulté le 02/12/2022.

VONTHRON Simon, 2021, *Offre commerciale alimentaire et pratiques spatiales d'approvisionnement des ménages : Construire une géographie des paysages alimentaires*, Thèse de doctorat en géographie et aménagement de l'espace, Université Montpellier 3, HAL Id : tel-03560669.

VONTHRON Simon, PERRIN Coline, SOULARD Christophe-Toussaint, 2020, « Foodscape: A scoping review and a research agenda for food security-related studies », *PLOS ONE*, Vol.15, N°5, DOI : 10.1371/journal.pone.0233218.

WEBER Max, 2010, *Économie et société 1. Les catégories de la sociologie*, Ed. Pocket, Coll. Agora.

WISKERKE Johannes S. C., 2009, « On Places Lost and Places Regained: Reflections on the Alternative Food Geography and Sustainable Regional Development », *International Planning Studies*, Vol.14, N°4, p. 369-387, DOI : 10.1080/13563471003642803.

WOLMAN Abel, 1965, « The metabolism of cities », *Scientific American*, Vol.213, p. 179-190, DOI : 10.1038/scientificamerican0965-178.

ZALC Claire, 2001, « Petits entrepreneurs étrangers en ville », *Histoire urbaine*, Vol.4, N°2, p. 67-82, DOI : 10.3917/rhu.004.0067.

ZALC Claire, 2010, *Melting shops : une histoire des commerçants étrangers en France*, Ed. Perrin, Coll. Pour l'histoire.

ZALC Claire, 2012, « Les petits patrons en France au 20e siècle ou les atouts du flou », *Vingtième Siècle*, Vol.114, N°2, p. 53-66, DOI : 10.3917/vin.114.0053.

ZALC Claire, 2014, « 43. Le petit commerce », dans PIGENET Michel, TARTAKOWSKY Danielle, *Histoire des mouvements sociaux en France. De 1814 à nos jours*, Ed. La Découverte, Coll. Poche/Sciences humaines et sociales, p. 486-497, DOI : 10.3917/dec.pigen.2014.01.0486.

ZOUARI Nabil, CHARMES Éric, 2020, « Entre fermeture et ouverture, la légitimité d'une centralité populaire de banlieue en question », dans FLEURY Antoine, DELAGE Matthieu, ENDELSTEIN Lucine, DUBUCS Hadrien, WEBER Serge (dir.), *Le petit commerce dans la ville-monde*, Ed. L'œil d'or, Coll. Critiques & Cités, p. 203-216.

ZUKIN Sharon, KOSTA Ervin, 2004, « Bourdieu Off-Broadway: Managing Distinction on a Shopping Block in the East Village », *City and Community*, Vol.3, N°2, p. 101-114, DOI : 10.1111/j.1535-6841.2004.00071.x.

Annexes

Annexe 1 – Questionnaire primeurs – NRPrimParis 2020

LE MAGASIN ET SA LOCALISATION

Q.1 – Quand avez-vous ouvert ce magasin ?

.....

Q.2 – Selon quel(s) critère(s) avez-vous choisi sa localisation ?	
Choix du local	
Choix du quartier	
Choix de la ville	

Q.3 – Et de combien de magasin êtes-vous le gérant ?		
	Localisation et choix de localisation	Année d'ouverture
Magasin 1		
Magasin 2		
Magasin 3		
Magasin 4		
Magasin 5		

Q.4– La présence de places de livraison a-t-elle été un critère de sélection du local ?

<input type="checkbox"/>	Oui
<input type="checkbox"/>	Non

Q.5 – Finalement, est-ce que cette localisation présente des inconvénients, notamment pour ce qui concerne votre approvisionnement, ou la logistique ?

--

PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT

Q.6 – En majorité, comment vous procurez-vous les fruits et légumes frais vendus dans votre magasin ?

<input type="checkbox"/>	Centrale d'achat spécialisée (préciser) :
<input type="checkbox"/>	Centrale d'achat généraliste (préciser) :
<input type="checkbox"/>	Grossistes à Rungis
<input type="checkbox"/>	Grossistes en dehors de Rungis
<input type="checkbox"/>	Directement auprès de producteurs
<input type="checkbox"/>	Coopérative de producteurs
<input type="checkbox"/>	Autre (préciser) :

Q.7 – SI APPROVISIONNEMENT A RUNGIS – À Rungis, où réalisez-vous vos achats ?

Auprès d'un grossiste en particulier (préciser lequel)	
Au sein d'un pavillon en particulier (préciser lequel)	
Auprès de plusieurs grossistes	
Vous rendez-vous dans le carreau des producteurs ? A quelle fréquence ?	

Q.8 – Changez-vous régulièrement de grossiste ?

<input type="checkbox"/>	Oui
<input type="checkbox"/>	Non

Q.9 – Pour quelles raisons ?

--

Q.10 – SI APPROVISIONNEMENT AUPRÈS D'UNE COOP OU DE PRODUCTEURS

	Nom	Localisation (commune/département)
Pouvez-vous me dire auprès de quelle(s) coopérative(s) / producteur(s) vous vous approvisionnez ?		
Comment avez-vous identifié et sélectionné vos fournisseurs ?		

Q.11 – Vous diriez que cela représente...	
Quel pourcentage des fruits et légumes que vous achetez par semaine ?	
Quelle quantité de fruits et légumes achetés par semaine, en tonnes/ ?	

Q.12 – Changez-vous régulièrement d'assortiment ?

<input type="checkbox"/>	Oui totalement
<input type="checkbox"/>	Oui en partie
<input type="checkbox"/>	Non c'est toujours le même

Q.13 - Quels sont les fruits et légumes...

Que vous n'achetez qu'occasionnellement ?	
Pour quelle(s) raison ?	

Q.14 – Parmi ces différents critères de sélection des produits, lesquels jugez-vous importants lorsque vous sélectionnez vos produits, sur une échelle de 1 à 10 ? [Question ouverte puis faire préciser et relancer sur les critères]

Le prix	
Les conseils de votre grossiste/producteur/coopérative	
Les demandes de vos clients	
La qualité gustative	
L'apparence des produits	
L'origine géographique	
La saisonnalité	
Le mode de production	
Autre(s) critère(s)	

Q.15 – En dehors des fruits et légumes, achetez-vous d'autres types de produits ?		
		Préciser lesquels
D'autres produits non transformés		
Des produits transformés		
Autre		

Q.16 – Vous rendez-vous personnellement sur votre lieu d'approvisionnement pour réaliser vos achats ?	
SI OUI Comment vous y rendez-vous et à quelle fréquence ?	SI NON Par quel moyen faites-vous parvenir les fruits et légumes jusque dans votre magasin ? À quelle fréquence vous réapprovisionnez-vous ?

Q.17 – Quels sont selon vous les principaux avantages de ce mode d'approvisionnement ? Et les principaux inconvénients ?	
Avantages	Inconvénients

Q.18 – En plus de ce format majoritaire, vous procurez-vous certains fruits et légumes d'une autre manière ?	
<input type="checkbox"/>	Centrale d'achat spécialisée (préciser) :
<input type="checkbox"/>	Centrale d'achat généraliste (préciser) :
<input type="checkbox"/>	Grossistes à Rungis
<input type="checkbox"/>	Grossistes en dehors de Rungis
<input type="checkbox"/>	Directement auprès de producteurs
<input type="checkbox"/>	Coopérative de producteurs
<input type="checkbox"/>	Autre (préciser) :

Q.19 – Vous diriez que cela représente...	
Quel pourcentage des quantités de fruits et légumes que vous achetez ? [Si plusieurs autres modes d'approvisionnement]	
Quelle quantité de fruits et légumes achetés par semaine, en tonnes ?	

Q.20 – Cette quantité et ce pourcentage ont-ils changé au cours du temps ? Si oui, comment l'expliquez-vous ?

Q.21 – Quels types de produits achetez-vous via ces modes d’approvisionnement ?		
		Préciser lesquels
Des fruits et légumes		
D’autres produits non transformés		
Des produits transformés		
Autre		

Q.22 – Envisagez-vous de changer de mode d’approvisionnement dans les mois ou années à venir ?	
Vers quel type d’approvisionnement souhaitez-vous vous diriger dans le futur ?	
Pour quelle(s) raison(s) ?	
Qu’est-ce qui aujourd’hui pourrait rendre ce changement compliqué ? À l’inverse, qu’est-ce qui pourrait le simplifier ?	

Q.23 – Où stockez-vous vos fruits et légumes ?

<input type="checkbox"/>	Il n’y a pas de stockage, ils sont directement présentés en magasin
<input type="checkbox"/>	Dans un espace dédié à l’intérieur du magasin (préciser sa surface) :
<input type="checkbox"/>	En dehors du magasin (préciser) :
<input type="checkbox"/>	Autre (préciser) :

Q.24 – Entre chaque réapprovisionnement, avez-vous des invendus ?

<input type="checkbox"/>	Si oui systématiquement préciser la quantité par jour :
<input type="checkbox"/>	Si oui de manière irrégulière, préciser la quantité par mois :
<input type="checkbox"/>	Non

Q.25 – Lorsque vous avez des invendus

<input type="checkbox"/>	Vous les jetez
<input type="checkbox"/>	Vous avez d’autres solutions d’écoulement (préciser) :

REPRÉSENTATION DU PAYSAGE ALIMENTAIRE

Q.26 – Au cours de votre carrière de primeur, avez-vous observé des changements qui vous ont marqué dans le secteur des fruits et légumes ? Quelle influence ont-ils eue sur votre activité ?

--

Q.27 – Plus précisément, que pensez-vous des pratiques/tendances suivantes ?

	Avis	Mode de prise en compte (évolution de la clientèle, demande, adaptation à la concu, rentabilité, conseils, conscience écologique, évolution du quartier, évolution de l'offre des fournisseurs...)
Le développement de nouvelles variétés de fruits et légumes		
L'augmentation de la consommation de fruits exotiques		
A l'inverse, le retour des variétés anciennes		
Les formes d'agriculture alternatives à l'agriculture conventionnelle (biologique, raisonné, permaculture... préciser lesquelles)		
La prise en compte de la saisonnalité dans la consommation de fruits et légumes		
Les ventes en direct des producteurs (AMAP, Ruche qui dit oui)		
La valorisation des circuits de proximité (Île-de-France ou régions limitrophes)		
Le développement de services annexes : plats préparés, légumes prédécoupés etc.		

INSCRIPTION DANS DES RÉSEAUX

Q.28 – Faites-vous partie...			
	Laquelle ?	Quel rôle y avez-vous ?	Qu'est-ce que cela vous apporte ?
D'une association de commerçants de quartiers			
D'une association ou d'un syndicat spécialisé dans le commerce (ex : CGAD)			
D'une association ou d'un syndicat spécialisé dans les fruits et légumes (Synadis, Saveurs commerce)			
Autre :			

Q.29 – Avez-vous des échanges avec des institutions publiques ? Relances : Chambre de commerce et d'industrie ? Mairie ou mairie d'arrondissement ? Services de la région ? Du département ? De la Métropole du Grand Paris ? De Grand Paris Sud Est Avenir ?	
À quelle fréquence êtes-vous en contact avec elles ?	Pour quelle(s) raison(s) échangez-vous avec elles ?

Q.30 – Avez-vous entendu parler des plans d'action / dispositifs suivants ?		
	SI OUI, comment en avez-vous entendu parler ?	SI OUI, pensez-vous que ce type de plan d'action / dispositif peut avoir un impact sur votre activité ? Lequel ?
Stratégie de Paris pour une alimentation durable ? Plan Alimentation GPSEA		
Pacte Agricole de la région Île-de-France		
Label fabriqué/produit en Île-de-France d'Ile de France Terre de Saveurs (ex Cervia)		
Autre dispositif évoqué au cours des échanges		

PROJETS

Q.31 – Avez-vous des projets concernant votre magasin pour les mois à venir ? Relances : travaux, ouverture d'un nouveau magasin, déménagement, recrutement...

--

Q.32 – Envisagez-vous de cesser ou de transmettre votre activité ?

<input type="checkbox"/>	Oui
<input type="checkbox"/>	Non

Q.33 – SI OUI

Pour quelles raisons ?	
À quelle échéance ?	
Avez-vous un repreneur pour votre activité ? Comment l'avez-vous ou comptez-vous le trouver ?	

SIGNALÉTIQUE

Q.34 – Combien avez-vous de salariés...

	Nombre	Rôle dans l'entreprise – approvisionnement, vente, administratif, et comptabilité, développement commercial...	Statut – Employé, apprentissage, intérimaire, autre...
À temps plein ?			
À temps partiel ?			
Saisonniers ?			

Q.35 – Certains de ces salariés sont-ils membres de votre famille ?

<input type="checkbox"/>	Oui (préciser lesquels et leur rôle)
<input type="checkbox"/>	Non

Q.36 – Êtes-vous propriétaire...		
		Si NON, préciser type de propriétaire (personne physique ou personne morale)
Des murs ?		<i>Si personne morale préciser le nom de la structure propriétaire</i>
Du fonds de commerce ?		<i>Si personne morale préciser le nom de la structure propriétaire</i>
Sinon, préciser le statut		

Q.37 – De manière générale, votre clientèle...	
<i>Cocher principales + préciser une proportion approximative</i>	
Habite le quartier	
Travaille dans le quartier	
Vient dans le quartier pour ses loisirs	
Vient dans le quartier pour faire ses courses	
Autre : préciser	
Q.38 – De manière générale, votre clientèle vient...	
<i>Cocher principales + préciser une proportion approximative</i>	
Quotidiennement ?	
Une à deux fois par semaine ?	
Ponctuellement (une à deux fois par mois) ?	
Elle est de passage	

Q.39 – Combien de clients recevez-vous approximativement...	
En semaine ?	
Le week-end ?	

Q.40 – Quel est le panier moyen de votre clientèle ? A-t-il connu une évolution ?

Q.41 – Comment décririez-vous le quartier où vous exercez votre activité ? A-t-il connu des évolutions ?

Q.42 – Avez-vous exercé d'autres activités avant d'être primeur ? Si oui lesquelles ? / Si vous avez toujours été primeur, avez-vous toujours été gérant de votre magasin ?

	Type d'activité	Année d'exercice	Localisation
Activité 1			
Activité 2			
Activité 3			
Activité 4			
Activité 5			

N° d'entretien		Date et heure	
Adresse		Surface magasin	
Nom magasin			
Lieu de résid.		Âge	
Genre			
Nationalité			
Statut	Gérant	Salarié	Autre :

RELANCE SUR ENTRETIEN PLUS APPROFONDI

Contact mail :

Contact téléphone :

Annexe 2 – Grille d’entretien avec les primeurs – NRPrimParis 2020

Contexte d’entrée dans le métier

Pouvez-vous retracer votre parcours avant de devenir primeur/exploitant/responsable ?

Relances possibles :

Quelle profession exerciez-vous avant ? Qu’est-ce qui vous a poussé à vous spécialiser dans les fruits et légumes en particulier ?

Si vous avez toujours travaillé en tant que primeur, quels postes avez-vous occupé ? Pendant combien de temps ?

Aviez-vous toujours prévu d’être primeur ? Sinon, y-a-t-il eu déclic qui vous a poussé à prendre cette voie ?

Comment avez-vous identifié et sélectionné votre premier point de vente et, s’il y en a, les autres ? Quels étaient les critères les plus importants pour cette sélection ? Avaient-ils à voir avec l’approvisionnement de la boutique ?

Relances possibles :

Avez-vous envisagé de vous installer dans un autre arrondissement, ailleurs qu’à Paris, ailleurs en France ? Qu’est-ce qui vous a fait changer d’avis ?

Avez-vous été aidé dans vos démarches, ou au contraire avez-vous rencontré des freins pour vous installer ? Par des proches, d’anciennes relations professionnelles, des entreprises, associations ou acteurs publics du quartier ?

Quelles ont été les étapes les plus simple dans l’ouverture de vos boutiques ? Quelles ont été les plus compliquées ? Pourquoi ?

Relances possibles

Comment avez-vous réussi à surmonter ces difficultés ? avec le développement de l’activité, y-a-t’il eut des évolutions dans ce que vous considérez comme complexe ou évident à gérer ?

Y a-t-il eu des personnes, des entreprises ou des administrations qui vous ont aidées à certaines de ces étapes et si oui lesquelles ?

Est-ce que les activités que vous avez exercées avant d’être primeur vous ont aidé à développer cette activité ? Ou au contraire vous ont freiné pour réaliser certaines choses ?

Relance possible : Par exemple trouver un local, monter un business plan, chercher et travailler avec des fournisseurs en particulier ?

Y a-t-il des étapes du développement de votre activité ou d’autres membres du secteur des fruits et légumes / du secteur commercial / de votre entourage vous ont particulièrement accompagnés ? Si oui lesquelles et que vous ont-ils apportés ?

Si plusieurs boutiques

Comment s'est déroulée l'ouverture des autres boutiques ?

Prospection des locaux

Choix de localisation, différence par rapport à la première boutique

Soutiens perso, pro, institutionnels etc.

Statut de gestion de la boutique, changement de statut de l'entreprise

Aviez-vous dès le départ le projet d'ouvrir d'autres boutiques ? En quoi ces ouvertures ont-elles pu modifier le fonctionnement de votre activité ?

Plus précisément, en quoi ces nouvelles ouvertures ont-elles transformé votre approvisionnement ? le choix d'ouvrir une nouvelle boutique a-t-il été lié à une stratégie vis-à-vis de la logistique ?

Avec l'ouverture de nouvelles boutiques, est-ce que votre vision du métier a changé ? et vos pratiques au quotidien ?

Evolution des pratiques d'approvisionnement

Quels sont les critères sur lesquels vous vous basez pour sélectionner vos fruits et légumes ?

Relances possibles :

Comment les avez-vous définis, avec qui ?

Ont-ils changé depuis que vous avez démarré dans le secteur des fruits et légumes ? Si oui pourquoi, sinon réfléchissez-vous à les faire changer ?

Et plus largement, comment avez-vous mis en place votre mode d'approvisionnement en fruits et légumes ?

Auprès de qui ?

A quelles quantités ?

A quelle fréquence ?

Avec quel mode de transport ? Ou selon quel mode de livraison ?

Comment avez-vous tranché sur ces différents points ? Avez-vous été aidé ? accompagné ?

Concrètement, avez-vous rencontré des difficultés particulières à mettre en place votre approvisionnement ?

Relances possibles :

Y a-t-il des choses que vous souhaitiez mettre en place et que vous n'avez pas pu faire ? pourquoi ?

Comment avez-vous adapté votre modèle ?

Depuis que vous avez démarré, avez-vous au contraire eu de nouvelles idées d'approvisionnement et si oui comment avez-vous pu les mettre en place ou comment envisagez-vous de le faire ?

Quelles sont les compétences que vous jugez nécessaires pour réussir à mettre en place un bon approvisionnement ?

Relances possibles :

Comment les avez-vous acquises ? Y en a-t-il certaines que vous ne soupçonniez pas avant de démarrer votre activité ? Ou en la développant au cours des années ? Avez-vous suivi des formations ? Auprès de qui ?

Depuis que vous avez démarré votre activité, quels ont été les plus gros changements que vous avez apporté à votre mode d'approvisionnement ? A quel moment et qu'est-ce qui vous a amené à opérer ces changements ?

Quel est votre avis sur les autres formes d'approvisionnement que la vôtre ? Qu'est-ce qui vous fait penser ça et pensez-vous que vous pourriez y avoir recours vous aussi ?

- *MIN de Rungis*
 - *Circuit court*
 - *Circuit de proximité*
 - *Agriculture biologique*
-

Quel est le poids économique de l'approvisionnement dans votre activité ? Comment réussissez-vous à garantir la rentabilité de votre mode d'approvisionnement ?

Relances possibles :

L'avez-vous atteinte dès le lancement de votre activité ou avez-vous dû opérer des ajustements ?

Si vous ne l'avez pas atteinte tout de suite, quels ont été les dispositifs qui vous ont permis de maintenir votre activité le temps de trouver un équilibre ?

Montant d'investissement dans la mise en place de l'approvisionnement, part dans l'investissement total de l'activité

Les réseaux liés à l'exercice de l'activité et à l'approvisionnement

Comment qualifieriez-vous la relation que vous entretenez avec vos fournisseurs ?

Relances possibles :

Négociation/Collaboration/Soutien/Amitié ?

Leur arrive-t-il de vous donner des conseils dans la sélection des fruits et légumes ? De quel type sont-ils (qualité, prix, mode de production, exclusivité...) ?

Ces relations ont-elles toujours été les mêmes ou ont-elles évoluées ? Comment expliquez-vous ces évolutions ?

Est-ce que d'autres personnes, entreprises ou institutions peuvent ou ont pu influencer sur votre manière de vous approvisionner ? Si oui sur quels points et à quelles conditions ?

Avez-vous l'impression d'appartenir à une filière ? Est-ce que cela a toujours été le cas ? Est-ce que votre position a évolué au cours du temps ?

Transformations dans le métier / projets pour l'avenir et leur lien avec l'activité de primeur

Souhaitez-vous faire évoluer votre activité dans les mois à venir ?

Relances possibles :

Vers quoi ? Pourquoi ? Est-ce que cela va changer votre façon de vous approvisionner ? Ou est-ce que ce choix a été guidé par la volonté de changer votre mode d'approvisionnement ?

Vous voyez-vous plutôt comme un primeur, un commerçant, un entrepreneur ?

Relances possibles :

Avez-vous toujours eu cette vision de votre activité ou a-t-elle changé ? Si oui, qu'est-ce qui a concouru à ce changement ?

Est-ce une position qui vous plaît ou souhaitez-vous la faire évoluer dans les mois et années qui viennent ? Vers quoi ? Pourquoi ?

Et plus particulièrement, y a-t-il selon vous une spécificité au fait de travailler avec les fruits et légumes, par rapport à d'autres produits alimentaires ?

Relances possibles :

Est-ce que vous souhaitez particulièrement les mettre en valeur ? Avez-vous découvert de nouveaux aspects de ces produits qui vous tiennent à cœur ?

Annexe 3 – Primeurs interrogés par entretien

Les éléments présentés dans le tableau ci-dessous synthétisent pour les primeurs interrogés ci-dessous des informations signalétiques mais également des éléments d'analyse détaillés dans les parties 2 et 3.

Nom de la personne interrogée	Année de création ou de reprise du commerce	Tranche d'âge au moment de l'entretien	Nombre de points de vente en Île-de-France le 01/11/2021			Statut dans l'entreprise		Dernier poste avant l'exploitation ou la responsabilité dans le commerce (cf. chap. 5)	
			Boutique	Stand	Poit relais	Exploitant	Responsable	Comm. (2)	Hors comm.
Primeurs alternatifs									
Cédric	2013	25-34	9	4					
Janice	2013	25-34	12		3		Log. (1)		
Tanguy	2014	25-34	2	2					
Pauline	2016	25-34	4		5				
Matthieu et Laure	2019	25-34	9						
Franck	2019	25-34	2						
Primeurs alternatifs à la logistique hybride (cf. chapitre 6)									
Vincent	2006	45-54	1	1					
Reda	2012	18-24	1	1					
Philippe	2017	25-34	2						
Sophie	2019	25-34	1						
Samia	2020	25-34	1						
Primeurs conventionnels									
Bilal	2001	45-54	1	1					
Solène	2001	45-54	4						
Yassin	2001	45-54	1						
Coralie	2010	45-54	1						

(1) Log. = logistique ; (2) Comm. = commerce

Type de primeurs (cf. chapitre 6)			Type de logistique (cf. chapitre 6)				Rapport à la transition (cf. chapitre 7)		
Conv.	Local	Terroir	MIN	Interne	Délégué	Hybride	Primeur exigeant	Prof. de l'eng.	Entrepreneuriat
Primeurs alternatifs									
Primeurs alternatifs à la logistique hybride (cf. chapitre 6)									
Primeurs conventionnels									
							Non concernés		

(2) Prof. de l'eng. = professionnalisation de l'engagement

Liste des figures

Figure 1.1 – Schéma de l’approche multi-niveaux des transitions sociotechniques.....	39
Figure 3.1 – Répartition des commerces alimentaires spécialisés, Paris, 2020.....	94
Figure 3.2 – Statut des primeurs interrogés, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 100)	106
Figure 3.3 – Primeurs rencontrés dans le cadre d’un questionnaire ou d’un entretien, Paris, 2020	106
Figure 4.1 – <i>Les Halles</i> , Léon Lhermitte, 1895.....	119
Figure 4.2 – Genre des commerçants, statut familial et fonction exercée, pourcentage	122
Figure 4.3 – Age et projet de cession des primeurs (Paris) et des commerçants (France), pourcentage	123
Figure 4.4 – Nationalité et dernière profession exercée par les exploitants et responsables de points de vente, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 69).....	125
Figure 4.5 – Format et statut de propriété des locaux commerciaux des primeurs, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 100).....	127
Figure 4.6 – Exemples de mises en scène et d’aménagement commercial de primeurs à Paris	131
Figure 4.7 – Nombre de points de vente et d’employés chez les primeurs, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 100).....	132
Figure 4.8 – Commerces spécialisés dans les fruits et légumes, Paris, 2000-2020, nombre	134
Figure 4.9 – Commerces alimentaires spécialisés et primeurs, Paris, 2000-2020, taux d’évolution annuel moyen.....	135
Figure 4.10 – Relevés de prix des commerces, Paris, 2021	136
Figure 4.11 – La rue Daguerre, Paris, 2022.....	138
Figure 4.12 – Primeurs et rues les plus denses, Paris, 2020	139
Figure 4.13 – Fréquence de passage des clients, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 100).....	141
Figure 4.14 – Relevé de la moyenne des prix en euros de trois fruits et légumes, Paris, 2021	141
Figure 4.15 – Moyenne des prix en euros relevés dans deux rues du 14e arrondissement, Paris, 2021	142
Figure 4.16 – Deux primeurs dans l’avenue Simon Bolivar, Paris, 2022	143
Figure 4.17 – Rachat de fonds de commerce par Solène et son conjoint, Paris, 2001-2004	145
Figure 4.18 – Localisation et mise en scène commerciale de quatre points de vente rue Poncelet (75017), Paris, 2021	147
Figure 4.19 – Localisation des primeurs maillieurs, Paris, 2021	149
Figure 4.20 – Secteurs d’implantation des points de vente et entrepôts d’Au Bout du Champ, Île-de-France, 2022	151
Figure 4.21 – Localisation des points de vente de Natureville, Paris, 2022	153

Figure 4.22 – Les politiques alimentaires de la Région Île-de-France, 2010-2030	159
Figure 5.1 - Dernière profession exercée par les gérants et responsables de point de vente, nombre	173
Figure 5.2 – Trajectoire professionnelle de Samia et type de ressources mobilisées jusqu'à l'exploitation d'un fonds de commerce, 1994-2019.....	175
Figure 5.3 – Trajectoire professionnelle de Solène et type de ressources mobilisées jusqu'à l'exploitation d'un fonds de commerce, 1966-2001.....	177
Figure 5.4 – Nationalité des primeurs exploitants ou responsables de points de vente, Paris, 2020, pourcentage	178
Figure 5.5 – Trajectoire professionnelle de Yassin et type de ressources mobilisées jusqu'à l'exploitation d'un fonds de commerce, 1966-2001.....	181
Figure 5.6 - Dernière profession exercée par les gérants et responsables de point de vente alternatifs, Paris, 2020, nombre (Eff : 16)	183
Figure 5.7 – Trajectoire professionnelle de Sophie et type de ressources mobilisées jusqu'à l'exploitation d'un fonds de commerce, 1991-2019.....	185
Figure 5.8 – Avantages de l'approvisionnement auprès de grossistes au MIN de Rungis d'après les primeurs conventionnels, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 90).....	191
Figure 5.9 – Critères de sélections et principales transformations observées par les primeurs conventionnels, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 90).....	192
Figure 5.10 – Opinion exprimées par les primeurs conventionnels sur les critères de sélection, Paris, 2020, pourcentage (eff : 90)	196
Figure 5.11 – Critères de sélections et principales transformations observées par les primeurs alternatifs, Paris, 2020, nombre (Eff : 10)	199
Figure 6.1 – Fréquence de visite du MIN de Rungis par les primeurs conventionnels s'y rendant personnellement, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 62).....	210
Figure 6.2 – Réponses à la question « Changez-vous régulièrement de grossistes ? » par les primeurs conventionnels, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 90).....	212
Figure 6.3 – Schéma de localisation des secteurs et pavillons, 2020, MIN de Rungis.....	214
Figure 6.4 – Structuration des pavillons fruits et légumes, 2020, MIN de Rungis.....	215
Figure 6.5 – Schéma de synthèse des pratiques d'approvisionnement des primeurs.....	243
Figure 7.1 – Exemples de messages pédagogiques dans la mise en scène commerciale, Paris, 2022	257
Figure 7.2 – Extrait de trois pages d'accueil de primeurs alternatifs sur Instagram, 2022.....	258
Figure 7.3 – Quatre publications de primeurs alternatifs sur Instagram, 2022	261
Figure 8.1 – Exemples de diversification de l'offre chez des primeurs conventionnels, Paris, 2020	291

Liste des tableaux

Tableau 1.1 – Les âges de l'alimentation, 5000 av. J.-C. à 1990	31
Tableau 1.2 – Stades du système alimentaire mondial	33
Tableau 1.3 – Synthèse des différents régimes du système alimentaire parisien, du XVIIIe siècle à nos jours	46
Tableau 2.1 – Le système alimentaire agro-industriel et de ses manifestations territoriales	71
Tableau 3.1 – Entretiens réalisés auprès d'acteurs institutionnels parisiens, métropolitains et franciliens, 2018-2019.....	100
Tableau 3.2 – Locaux visités et de commerçants interrogés lors de l'enquête par questionnaire... 103	
Tableau 3.3 – Primeurs interrogés lors de l'enquête par entretien, Paris, 2020	110
Tableau 5.1 – Emploi de membres de la famille par les primeurs, Paris, 2020	182
Tableau 5.2 – Liste des relances sur les changements ayant marqué la carrière des primeurs.....	189
Tableau 5.3 – Moyenne des prix en euros de trois fruits et légumes, Paris et France, novembre 2021	193
Tableau 5.4 – Opinion des primeurs conventionnels par rapport à l'achat en direct des producteurs, Paris, 2020 (Eff : 56).....	198
Tableau 5.5 – Synthèse des critères d'achat des primeurs conventionnels et alternatifs	207
Tableau 1 – Présentation des primeurs alternatifs interrogés en entretien, Paris, 2020	249
Tableau 7.1 – Type de service rendu aux producteurs par les primeurs alternatifs	273
Tableau 7.2 – Modes d'engagement des primeurs dans la transition du système alimentaire.....	284
Tableau 8.1 – Répartition des réponses à la question « Avez-vous des projets concernant votre magasin dans les mois à venir ? » par les primeurs, Paris, 2020, pourcentage (Eff : 100).....	291
Tableau 8.2 – Perspectives de diversification des primeurs alternatifs	295
Tableau 8.3 – Circuits de commercialisation complémentaires des primeurs alternatifs, Paris, 2020	297
Tableau 8.4 – Rapport des primeurs alternatifs à la lucrativité.....	313
Tableau 8.5 – Réponses à la question « Avez-vous des échanges avec la mairie de Paris ou la mairie de votre arrondissement ? », Paris, 2020 (Eff : 100)	321
Tableau 8.6 – Type d'échange entre les primeurs et la mairie de Paris ou les mairies d'arrondissement, Paris, 2020, nombre (Eff : 36).....	321
Tableau 8.7 – Type et fréquence d'interaction avec la mairie de Paris et les mairies d'arrondissement	328

Liste des encadrés

Encadré 3.1 – Une thèse en CIFRE.....	93
Encadré 3.2 – Statut d’exploitant, de responsable et d’employé.....	106
Encadré 4.1 – Méthodologie du relevé des prix des primeurs à Paris.....	136
Encadré 4.2 – Dans la Métropole du Grand Paris, une gouvernance alimentaire naissante et contrainte	155
Encadré 6.1 – L’organisation spatiale et administrative du MIN de Rungis	215
Encadré 6.2 – L’organisation du travail dans un circuit court à la logistique internalisée : l’exemple de Kelbongoo.....	236

Table des matières

Avant-propos.....	1
Résumé.....	2
Summary	3
Remerciements.....	4
Sommaire.....	8
Introduction générale	11
Une recherche interdisciplinaire et multi-échelle.....	13
Trois étapes d'enquête auprès des primeurs parisiens	15
Plan de la thèse	17
Première partie. La transition socio-écologique par ses acteurs : un cadre interdisciplinaire	21
Chapitre 1. La transition socio-écologique : une approche systémique et territorialisée	25
1.1 – De l'alimentation au système alimentaire.....	26
1.1.a – L'alimentation, pratique sociale et spatialisée.....	26
1.1.b – L'alimentation comme système d'acteurs et d'activités interreliés.....	28
<i>Généalogie du système alimentaire : la construction d'une école francophone d'économie agroalimentaire</i>	28
<i>Les approches contemporaines du système alimentaire : caractéristiques, objectifs et méthodes d'analyse</i>	32
1.2 – L'analyse territorialisée de transitions socio-écologiques incertaines.....	34
1.2.a – Des systèmes en mouvement	35
<i>Le water energy food nexus, un exemple d'approche programmatique des transitions</i>	35
<i>Les transition studies, cadre d'analyse des transitions socio-écologiques dans les systèmes complexes</i>	37
1.2.b – Quantifier et qualifier l'inscription territoriale du système alimentaire	40
<i>Cadres d'analyse des métabolismes urbains</i>	41
<i>Associer l'analyse matérielle et sociale pour appréhender les interactions entre système alimentaire et territoire : Une approche par l'écologie territoriale</i>	44
Conclusion du chapitre 1.....	48

Chapitre 2. Les commerçants indépendants entre trajectoires individuelles et trajectoires de transition.....	49
2.1 – Commerces, commerçants et rapport au territoire.....	50
2.1.a – Une définition par l’objet : le commerce indépendant isolé, un format délimité en négatif de la grande distribution.....	50
<i>Des définitions multiples pour un objet flou.....</i>	<i>50</i>
<i>Approches géographiques et dynamiques du rapport entre commerce et territoire.....</i>	<i>52</i>
2.1.b – Une définition par le métier : les commerçants indépendants, une catégorie socioprofessionnelle marquée par une forte diversification.....	55
<i>Les commerçants indépendants, une catégorie professionnelle pour des trajectoires plurielles</i>	<i>55</i>
<i>Du commerce au commerçant dans l’analyse du rapport au territoire.....</i>	<i>57</i>
<i>Trajectoires, pratiques et représentations des commerçants au prisme de la sociologie compréhensive</i>	<i>60</i>
2.2 – Approvisionnement et systèmes alimentaires alternatifs	64
2.2.a - L’approvisionnement, axe marginal d’analyse des interactions entre commerce et territoire.....	64
2.2.b – Trois grilles de lecture pour qualifier les alternatives au système alimentaire contemporain.....	68
<i>L’alternative comme rapprochement entre producteurs et consommateurs.....</i>	<i>69</i>
<i>Renforcer l’accessibilité économique et sociale à l’alimentation</i>	<i>71</i>
<i>Systèmes alimentaires localisés et inscription territoriale des modèles alternatifs</i>	<i>72</i>
<i>L’urban food planning, cadre d’analyse des mécanismes de régulation du système alimentaire dans l’espace urbain.....</i>	<i>73</i>
2.3 – Réinterroger la notion d’alternative pour appréhender le rôle des intermédiaires de la distribution.....	75
2.3.a – Des alternatives à ses acteurs.....	76
<i>Les circuits courts alimentaires et la réintroduction des intermédiaires dans la réflexion sur le système alimentaire alternatif.....</i>	<i>76</i>
<i>Dans les circuits alimentaires de proximité, des intermédiaires moteurs des systèmes alternatifs</i>	<i>78</i>
2.3.b – Analyser les pratiques alternatives d’acteurs conventionnels du marché.....	80
Conclusion du chapitre 2.....	83
Chapitre 3. Les primeurs parisiens et leurs stratégies d’approvisionnement	85
3.1 – Problématique et hypothèses de recherche	86

3.2 – Les primeurs parisiens : acteurs emblématiques mais peu visibles	88
3.2.a – À Paris, un paysage commercial dense et une gouvernance alimentaire originale.....	89
3.2.b - La filière fruits et légumes, reflet des spécificités du système alimentaire parisien.....	95
3.3 – Une enquête de terrain en trois étapes	99
3.3.a – Une enquête préliminaire pour contextualiser le rôle des commerçants indépendants dans le système alimentaire francilien.....	99
3.3.b – Un état des lieux des pratiques d’approvisionnement des primeurs à Paris.....	103
3.3.c – Une enquête par entretiens pour relier stratégies d’approvisionnement et rapport au système alimentaire	107
Conclusion du chapitre 3.....	111
Conclusion de la première partie	112
Deuxième partie. Qualifier les alternatives au système alimentaire contemporain : analyse comparée des primeurs parisiens	115
Chapitre 4. Les primeurs à Paris : profil, localisation et intégration à la gouvernance alimentaire territoriale	119
4.1 – Portrait des primeurs et de leurs entreprises à Paris.....	120
4.1.a – Un métier marqué par la continuité	120
4.1.b – Des commerces homogènes pour une division du travail croissante	126
4.2 – Des choix de localisation révélateurs des stratégies commerciales.....	134
4.2.a – Les primeurs, des commerces de proximité.....	137
4.2.b – Trois modèles d’exploitation qui orientent les stratégies de localisation	142
<i>Pour les exploitants d’une à deux boutiques, une concentration des points de vente pour mutualiser les fonctions.....</i>	<i>143</i>
<i>Des logiques de concentration dans des contextes de forte division du travail.....</i>	<i>144</i>
<i>Des stratégies de maillage du territoire associées à une logistique sectorisée</i>	<i>148</i>
4.3 – Les commerçants indépendants hors cible de la gouvernance alimentaire.....	153
4.3.a – Pour la région Île-de-France, les commerçants au service du développement des filières agricoles.....	156
4.3.b – Pour la mairie de Paris, devenir l’acteur incontournable de la gouvernance alimentaire territoriale.....	161
Conclusion du chapitre 4.....	168
Chapitre 5. Rapports conventionnels et alternatifs au système alimentaire : une analyse par les parcours et les critères d’achat	171

5.1 – L’entrée dans le métier, étape révélatrice des modalités d’inscription dans le système alimentaire	173
5.1.a – Chez les primeurs conventionnels, la transmission au cœur du parcours.....	174
5.1.b – Chez les primeurs alternatifs, la reconversion comme voie principale d’accès au métier	182
5.2 – Préserver la norme ou faire la différence : rapports des primeurs conventionnels et alternatifs aux critères d’achats	188
5.2.a – Chez les primeurs conventionnels, se distinguer pour affirmer sa place dans le système alimentaire	190
<i>Des critères de distinction vis-à-vis des commerces alimentaires généralistes.....</i>	<i>191</i>
<i>Répondre avant tout à la demande des clients.....</i>	<i>194</i>
<i>Changer pour que rien ne change.....</i>	<i>196</i>
5.2.b – Chez les primeurs alternatifs, des critères de sélection qui matérialisent la transition souhaitée.....	199
<i>Le mode de production, révélateur des attentes vis-à-vis du fonctionnement du système alimentaire.....</i>	<i>200</i>
<i>Entre primeurs locaux et primeurs terroirs, des contributions différenciées à la transition socio-écologique du système alimentaire.....</i>	<i>202</i>
<i>L’approvisionnement, principal canal d’expression d’une promesse de différence</i>	<i>204</i>
Conclusion du chapitre 5.....	206
Chapitre 6. L’approvisionnement en pratiques : circuits et parties prenantes.....	209
6.1 – Les primeurs conventionnels, acteurs centraux de la filière fruits et légumes.....	210
6.1.a – Un approvisionnement centré sur le MIN de Rungis	210
6.1.b – Un approvisionnement entre fidélité et mise en concurrence	216
6.1.c – Jouer avec le fonctionnement du MIN pour proposer des systèmes alternatifs	221
<i>Une inscription dans des réseaux fortement ancrés dans la filière fruits et légumes.....</i>	<i>222</i>
<i>Imaginer un nouveau rôle au sein du MIN de Rungis</i>	<i>223</i>
6.2 – Pour les primeurs alternatifs, construire un circuit de toutes pièces.....	228
6.2.a – Des définitions de la proximité géographique qui influencent la construction des circuits d’approvisionnement.....	229
<i>Identifier les producteurs et construire un circuit autour de leurs pratiques.....</i>	<i>229</i>
<i>Une organisation logistique plus ou moins intégrée</i>	<i>234</i>
6.2.b – Les pratiques conventionnelles comme étapes de développement d’une activité alternative.....	238

Conclusion du chapitre 6.....	240
Conclusion de la deuxième partie.....	244
Troisième partie. Construire l’alternative : primeurs, métier et marché en transitions.....	247
Chapitre 7. Mettre son métier au service de la transition socio-écologique.....	251
7.1 – « On a beaucoup d’informations à transmettre » : une relation au client orientée par la recherche d’accessibilité.....	252
7.1.a – Le commerce comme lieu de pédagogie	252
7.1.b – Une diversité d’interprétation de l’accessibilité économique aux produits.....	262
7.2 – « Les maraîchers ne sont pas là pour faire de la livraison » : offrir des débouchés aux producteurs	264
7.2.a - Donner des outils logistiques et des informations aux producteurs	265
7.1.b – Donner accès au marché parisien	269
7.3 – Trois modes d’engagement dans la transition	273
7.3.a – Professionnaliser son engagement pour le système alimentaire.....	274
7.3.b - Saisir une opportunité de marché en phase avec ses aspirations professionnelles.....	278
Conclusion du chapitre 7.....	285
Chapitre 8. Un marché des alternatives : les perspectives de transition au prisme de l’encastrement.....	289
8.1 – Une diversification de l’activité orientée par la recherche de rentabilité	290
8.1.a – Rester primeur ou devenir un supermarché de la proximité.....	290
8.1.b – Diversification critique des canaux de distribution.....	295
8.2 – Les trajectoires commerciales, matérialisation des formes de l’engagement.....	301
8.2.a – Ouvrir plus de points de vente pour affirmer sa singularité	301
8.2.b – Répliquer son modèle sans ressembler à la grande distribution	304
8.2.c – Le statut, révélateur de questionnements sur la lucrativité de l’activité.....	308
8.3 – Un marché structuré autour d’acteurs engagés dans la transition.....	317
8.3.a – Des interactions avec les autres activités économiques entre partenariat et concurrence	314
8.3.b – Un intérêt mutuel à l’intégration dans la gouvernance alimentaire territoriale	319
Conclusion du chapitre 8.....	332
Conclusion de la troisième partie	334
Conclusion générale	337

Principaux résultats	338
Penser la transition dans le marché des alternatives.....	338
Une reterritorialisation des circuits et des points de vente	339
Trajectoires individuelles et de transition socio-écologiques.....	340
Apports à la recherche	341
Pistes d’approfondissements	345
Diversifier les prismes d’analyse des commerçants dans la transition.....	345
<i>Freins, résistances et signaux faibles de l’inscription dans une perspective de transition</i>	<i>345</i>
<i>Au-delà des récits de pratiques et des représentations, explorer les gestes et les réseaux de la transition</i>	<i>348</i>
La transition au-delà des primeurs parisiens	349
<i>Explorer d’autres filières et d’autres systèmes.....</i>	<i>349</i>
<i>Des intermédiaires de la distribution aux acteurs alternatifs du marché.....</i>	<i>350</i>
Bibliographie	353
Annexes	373
Annexe 1 – Questionnaire primeurs – NRPrimParis 2020.....	373
Annexe 2 – Grille d’entretien avec les primeurs – NRPrimParis 2020	383
Annexe 3 – Primeurs interrogés par entretien.....	388
Liste des figures	390
Liste des tableaux	392
Liste des encadrés.....	393
Table des matières.....	394

Quelle place pour les commerçants indépendants dans la transition socio-écologique ?

Les primeurs et la transformation du système alimentaire parisien

Depuis le milieu du XXe siècle le système alimentaire a un fonctionnement concentré, globalisé, intensif, spécialisé et financiarisé. Les commerçants indépendants en sont des acteurs emblématiques, en tant qu'intermédiaires de la distribution. Pourtant, une partie d'entre eux revendique de participer à une transition socio-écologique. Elle se matérialise dans des stratégies d'approvisionnement visant à modifier la circulation des flux entre territoires de production et de consommation, et les interactions entre les acteurs qui y prennent part. La thèse vise ainsi à comprendre de quelles manières les commerçants indépendants participent à cette reterritorialisation. La recherche s'inscrit dans un cadre interdisciplinaire croisant écologie territoriale, géographie urbaine, sociologie économique et *alternative food studies*. Une enquête de terrain a été réalisée auprès des primeurs à Paris. Le modèle conventionnel reposant sur une recherche de continuité dans l'approvisionnement et une forte fidélité aux grossistes du MIN de Rungis continue de dominer. Néanmoins des stratégies alternatives se détachent autour de deux types de primeurs, les locaux et les terroirs. Leur diversité s'explique par des rapports différenciés à la transition, liés aux trajectoires des commerçants, aux réseaux dans lesquels ils s'insèrent et à la représentation de leur rôle dans le système alimentaire. En définitive, les primeurs participent à la construction d'un marché des alternatives, fruit d'adaptations successives, qui entretient une proximité plus ou moins importante avec la gouvernance alimentaire territoriale et d'autres initiatives alternatives au système alimentaire contemporain.

Transition socio-écologique – commerçant – système alimentaire – approvisionnement – alternative – marché

What place for independent shopkeepers in the socio-ecological transition ?

Greengrocers and the transformation of the Parisian food system

Since the second half of the 20th century, the food system has become concentrated, globalised, intensive, specialised and financialised. Independent shopkeepers play a central role in this system, as distribution intermediaries. However, some of them claim to participate in a socio-ecological transition. Their supply strategies aim to modify the way in which flows circulate from production to consumption territories, as well as the interactions between the actors involved in this circulation. This thesis aims to understand how and to what extent independent shopkeepers participate in this reterritorialisation. It relies on an interdisciplinary theoretical framework, at the intersection of territorial ecology, urban geography, economical sociology and alternative food studies. A field survey was carried out among greengrocers in Paris. The prevailing conventional model is based on a search for continuity in supply and a strong loyalty to the MIN of Rungis' wholesalers. Nevertheless, alternative strategies are emerging around two types of greengrocers, named local and terroir. Their diversity can be explained by different relationships to the transition, linked to the shopkeepers' path, the networks in which they are involved and the representation they have of their role in the food system. The greengrocers participate in the construction of a market of alternatives, that results from successive adaptations, and interacts more or less closely with public territorial food governance.

Socioecological transition – shopkeepers – food system – supply – alternative - market