

POLE RURAL - Maison de la Recherche en Sciences Humaines de Caen  
**Séminaire 2016 - 2017**  
Responsables : Philippe MADELINE et JEAN-MARC MORICEAU  
Séance du 4 avril 2017

**Nicolas CAHAGNE**

Docteur en Géographie et Aménagement (UMR 6590 CNRS – ESO, Rennes 2)

**« *La ruralité au comptoir.*  
*Un regard sur les recompositions sociales et culturelles des  
campagnes bretonnes au prisme de l'évolution des cafés et  
de leurs pratiques.* »**

Compte rendu réalisé par **Adeline GRABY**, Master 2 Géographie spécialité « Aménagement et  
Recompositions des Territoires – Espaces et Sociétés (ART-ESO)

Nicolas Cahagne a effectué un doctorat en géographie et aménagement à l'Université de Rennes 2. Il a soutenu sa thèse, intitulée *La ruralité au comptoir. Une géographie sociale et culturelle des cafés ruraux bretons* en décembre 2015, sous la direction de Yvon Le Caro et de Raymonde Séchet. Dans le cadre de cette séance de séminaire, Nicolas Cahagne focalise son propos sur la place de la thématique des cafés dans la géographie et sur les évolutions quantitatives et qualitatives des cafés ruraux bretons.

Cette thématique de recherche s'inscrit au cœur de vifs enjeux sociaux. Selon l'INSEE, entre 1993 et 2008, une commune sur dix a perdu son café. Les cafés ruraux traversent une « crise » bien relayée par les médias, notamment par la presse régionale. C'est aussi sur le terrain que cette crise est visible : dans les villages, de nombreux bars ont fermé. Le café est souvent associé à l'idée de lien social. L'expansion des cafés au 20<sup>ème</sup> siècle a été considérée comme « un moment de civilisation rurale marquée par l'apogée de la notion de communauté villageoise » (Metton, 1990). Il fait partie d'un « mythe villageois » (Banos) comme un échelon majeur de structuration des sociabilités. Ce rôle offert au café explique le soutien public en faveur des cafés ruraux, ainsi que les tentatives de renouvellement des fonctions de ces lieux par les nouveaux cafetiers (notamment l'offre multiservices).

Malgré les enjeux, les cafés ruraux sont rarement l'objet de recherche. Rares sont les travaux centrés sur les cafés et leurs pratiques. Trois thématiques structurent ces recherches : l'alcool, la criminalité et les sociabilités. C'est un objet d'étude oublié en géographie. Jusque dans les années 2000, le café est une simple composante parmi d'autres de la hiérarchie commerciale. En 2002, une thèse est soutenue par S. Parcarelli sur les cafés de la communauté urbaine de Lyon et en 2005, P. Gajewski, dans sa thèse, fait du café rural un « outil de diagnostic de l'état de la société ». C'est dans ce dernier champ que Nicolas Cahagne s'inscrit.

Sa recherche se structure autour de trois champs de la géographie : une géographie des espaces ruraux, une géographie du commerce et de la consommation et une géographie des loisirs et du temps libre. Ce travail s'insère aussi dans les paradigmes de la géographie

sociale, avec un intérêt pour les individus et les acteurs concernés. Plusieurs hypothèses ont été soulevées. La société rurale est mobile et les loisirs changeants. Ainsi, les cafés ruraux doivent s'adapter aux attentes des populations rurales. Cette adaptation est visible dans la diversité des cafés existants. Une deuxième hypothèse s'articule autour des acteurs-clés que sont les cafetiers. Nicolas Cahagne s'interroge sur leur capacité d'adaptation suivant leur profil mais aussi sur les entrepreneurs néo-ruraux, à l'origine de dynamiques innovantes et alternatives. Enfin, durant sa recherche, il a supposé que les pratiques des cafés étaient révélatrices de sociabilité différenciées. Ces pratiques s'inscrivent dans une diversité des modes d'habiter les campagnes, d'autant plus que le choix des cafés apparaît comme un moyen de spatialiser les pratiques.

La Bretagne a été désignée comme terrain d'étude pour ce travail de thèse. Cette région se distingue puisqu'elle compte le plus de cafés et le moins de communes sans café en France. Le maillage y est donc important. D'autre part, dans l'histoire régionale, les cafés sont importants dans les pratiques des habitants. Une combinaison de techniques d'enquête s'articulent pour construire cette recherche : un volet quantitatif (questionnaires à l'ensemble des cafetiers bretons – 1344 envoies et 334 retours) pour créer une base de données, un volet qualitatif illustré par une enquête inspirée de la démarche socio-ethnographique (immersion) et un travail de terrain sur quatre communautés de communes de 3 800 à 16 000 habitants (une par département breton), soit de 11 à 28 cafés par communautés de communes. L'objectif était de capter la diversité des caractéristiques des cafés suivant leur situation (rural, littoral, touristique, etc.).

Nicolas Cahagne observe que les différents travaux effectués sur les cafés ont tendance à leur donner un rôle identique alors qu'il existe une grande diversité d'établissements. A travers une classification ascendante hiérarchique et de diverses vérifications sur le terrain, huit classes de cafés ruraux peuvent être présentées, désignant la multiplicité des cafés ruraux. Les deux premiers types sont apparentés à des cafés « conventionnels » : les cafés de bourg et les cafés-PMU. Ils se localisent principalement dans les chefs-lieux de canton et les bourgs importants, là où l'offre en service est la plus diversifiée. Ils s'organisent autour du trio presse (journaux locaux notamment), tabac et jeux de hasard et commercialisent rarement d'autres produits ou services. Les cafés-PMU développent une forte activité autour du cheval et des paris. Ensuite, deux types de cafés vecteurs d'animation sont identifiables : les cafés-loisirs et les cafés-culture. Ils organisent diverses animations offrant des divertissements aux clients. Le café-loisirs offre des jeux (billard, fléchettes) et sont fortement fréquentés par des jeunes et le milieu des associations locales (dont le sport) et se trouve majoritairement dans des communes de moins de 2 000 habitants. Le café-culture organise une offre culturelle alternative (concerts, jeux de société, cafés-débats, etc.) et disposent rarement des activités traditionnelles du café (presse, tabac, etc.). Il se localise dans les chefs-lieux de canton, dans les bourgs mais principalement dans les lieux touristiques. La cinquième classe accueille les cafés à dominante restauration. L'activité de boisson y est secondaire par rapport à la restauration et ils se localisent surtout dans des communes isolées en marge des dynamiques touristiques. Ce sont souvent des anciens restaurateurs qui en sont les gérants. Le sixième type correspond aux cafés-dépannage. Ce sont des multiples ruraux qui cumulent plusieurs activités et services à la population (épicerie, dépôt de pain, gaz, etc.). Ce sont principalement dans des communes peu peuplées, avec une armature commerciale limitée, qu'ils sont visibles. Ce sont généralement les derniers commerces du bourg, la seule animation de la commune et ils tentent d'être une réponse, « très fragile », à la désertification rurale, d'où la multiplicité des services offerts à la population. Les cafés saisonniers et touristiques correspondent à la septième classe observée par Nicolas Cahagne. La clientèle touristique y

est prédominante et le caractère saisonnier de ces établissements est affirmé. Ils se trouvent principalement dans les stations balnéaires. Le dernier type correspond aux « autres cafés », où l'offre est souvent limitée au débit de boissons. Ce sont, par exemple, des cafés tenus par des « anciens », par des gérants âgés, qui restent ouverts sans souci de rentabilité, souvent dans des bourgs peuplés mais en déprise.

Au-delà de la diversité des établissements, Nicolas Cahagne observe une pratique évolutive des cafés au cours de la vie. Cette pratique des cafés débute généralement vers 14-15 ans (sans les parents). Au cours des années lycée, à partir de 16 ans, les enfants partent vers la ville pour les études et développent de nouvelles pratiques spatiales. Un glissement vers des pratiques festives, de soirées, alcoolisées, s'organise. Le café devient un lieu de réunion des membres du groupe, notamment pour préparer une soirée qui se déroulera dans un autre lieu. A cet âge, le café est petit à petit délaissé pour l'achat d'alcool, alors que le supermarché est favorisé. Vient ensuite la période de la mise en couple où un recentrage vers le foyer est à noter. Trois attitudes ont été rencontrées lors de sa recherche : un renversement des valeurs assumé, une adaptation contrainte des pratiques ou une continuation des pratiques. La pratique du café profite cependant majoritairement à l'homme du couple (contrainte de la garde des enfants). A la retraite, la rupture est vécue différemment selon les individus. Certains ne modifient pas en profondeur leurs pratiques du café. D'autres, qui fréquentaient les cafés pour leur travail ont souvent diminué leur fréquentation alors que certains, bien que peu nombreux, ont commencé à le fréquenter. Le café peut aussi être vu, par les personnes âgées, comme une source d'autonomie.

Questionner les cafés, c'est aussi s'interroger sur pratiques de fréquentation des cafés par les individus. Comment les cafés sont-ils choisis ? Quels sont les critères ? Le travail de thèse de Nicolas Cahagne montre, en effet, que les cafés ne se valent pas aux yeux des clients. Le choix du café dépend, outre l'activité que l'on recherche (art, PMU, ambiance, etc.), des temporalités de fréquentation : les personnes âgées s'y rendent plutôt le matin alors que les jeunes se retrouvent principalement dans des bars ouverts le soir. « Les cafés sont marqués socialement et les individus établissent des hiérarchies très personnelles ». L'espace est segmenté et structuré symboliquement : les individus attachent des valeurs différentes aux lieux. Ainsi, les qualifications et catégorisations des cafés contribuent « à fixer symboliquement l'identité des individus et des groupes sociaux qui y sont associés » (cafés valorisés, cafés de « poivrots », etc.). Ainsi, certains types de cafés peuvent être plus valorisés que d'autres. Les cafés sont des lieux d'identification sociale mais aussi des lieux d'expression, c'est pourquoi l'appartenance à des groupes orientent les choix des cafés (ex. les cafés des joueurs de foot). Des logiques sociales sont à l'œuvre et décrire les gens qui fréquentent le café où l'on se rend, « c'est aussi se décrire soi-même ».

Les différenciations à l'œuvre dans les cafés sont multiples. Elles sont alimentées par les stratégies de différenciations commerciales mises en place par les cafetiers (activités, produits, matériels à disposition, horaires, etc.). Les cafetiers font en effet des choix commerciaux pour attirer, fidéliser, faire consommer les clients. Ses stratégies participent à la différenciation sociale de la fréquentation. Par exemple, un cafetier qui fait le choix de mettre à disposition une enceinte où il est possible de positionner leur propre matériel audio afin de choisir la musique, participe à favoriser la venue des jeunes dans l'établissement, plus qu'un autre public.

Pour conclure, l'étude des pratiques des cafés ruraux témoigne des segmentations de l'espace local. Elle montre un éclatement des populations suivant leurs pratiques. Ce travail de recherche offre des pistes pour mieux penser l'action publique et dépasser les idées

préconçues. « Quelles politiques de soutien au bien public ? » Les politiques de soutien aux bars ruraux s'envisagent majoritairement sous l'angle économique et non comme service à la population, alors même que cette recherche appuie leurs rôles dans les pratiques quotidiennes.

---

## Débat

**Philippe Madeline** félicite l'intervenant pour la clarté de l'approche méthodologique et soulève plusieurs interrogations au sujet des questionnaires aux commerçants : les retours ont-ils concerné toutes les zones ? Des zones ont-elles montré des taux de réponse supérieurs à d'autres ? Cela a-t-il eu des impacts sur le travail de thèse ?

La généralisation des résultats et le profil des cafetiers sont aussi questionnés : les résultats constatés en Bretagne sont-ils représentatifs d'autres zones rurales à l'échelle métropolitaine ou en tout cas dans des zones où la densité de café s'approche du cas breton ? Qu'en est-il du renouvellement de ces cafés ? Des propriétaires ? Des gérants ?

Dans le cas des départs à la retraite, les communes sont-elles actives pour retrouver un successeur ? Est-ce que l'importance du lien social va jusqu'à la participation active de la commune pour garder ce café ?

**Nicolas Cahagne** rappelle que sur 1 344 envois, il ya eu 334 retours. Il s'avère que le taux de retour est intéressant par rapport à ce qui se fait dans les enquêtes par envoi postal et surtout pour un questionnaire qui représentait dix pages. Donc il y a un retour assez positif. La représentativité des retours a été vérifiée sur plusieurs critères et elle est plutôt bonne. Les questionnaires ont été envoyés à tous les cafetiers ruraux, sur la base du ZAUER ainsi qu'aux communes de moins de 1 000 habitants des zones périurbaines.

Le titre de la thèse peut faire croire que j'ai eu une démarche monographique sur ce qu'est un café en Bretagne. En fait, peut être aurait-il fallu évoquer « les cafés en Bretagne ».

Certains résultats de la thèse peuvent être représentatifs d'autres territoires, même si la présence des cafés dans une grande partie de la Bretagne rurale n'est pas la même dans la Lorraine rurale. En Bretagne rurale, on est plus proche d'un café que dans la Lorraine rurale. Une enquête comparative avec d'autres régions de France serait intéressante.

Le café reste le commerce de base. C'est celui qui va rester quand tout a fermé. Et c'est celui qui va récupérer les commerces et services qui ont fermé. C'est le propriétaire ou le gérant du café, s'il est demandeur, qui récupère le dépôt de pain si la boulangerie ferme.

L'activisme des communes est très varié. Il dépend d'une volonté municipale mais de plus en plus d'une action intercommunale. La démarche arrive toujours beaucoup trop tard. C'est quand le café est fermé que les élus s'en occupent. C'est trop tard. Quand un café a fermé, les consommateurs sont partis vers un d'autres cafés et ne s'imaginent donc pas y revenir.

Les élus ont souvent du mal à gérer les commerces par rapport aux autres commerces de l'intercommunalité (question de concurrence déloyale). Les solutions trouvées sont souvent fragiles car les municipalités qui ont la volonté de garder le commerce ne vont pas plus loin dans la stratégie. Elles récupèrent des locaux sans grande valeur et le mettent en location-gérance. Elles pensent que cela suffit : la valse des gérants tous les deux-trois ans indique le contraire. Dans la presse, la démarche de renouvellement des cafés est très présente. Les élus ne veulent pas perdre leur café. Aujourd'hui des approches alternatives se développent. Cependant, le faible nombre d'habitants des communes ne suffit pas pour segmenter la clientèle et d'apporter aux professionnels des moyens suffisants pour vivre correctement.

**Jean-Marc Moriceau** pose une question sur le nombre de retours au questionnaire et sur sa représentativité. Par ailleurs, les cafetiers font-ils l'objet d'un traitement particulier dans les entretiens ?

**Nicolas Cahagne** a sélectionné quatre communautés de communes. Les clients enquêtés sont des habitants de ces communautés de communes et ceux qui vivent à l'extérieur des frontières intercommunales mais fréquentent les cafés.

**Pierre Guillemain** : A partir du travail réalisé, on voit une reproduction assez forte des indépendants alors que pour les jeunes, on assiste à un renouvellement de l'origine sociale des cafetiers. Cette recomposition sociale des cafetiers influence-t-elle la politisation ?

**Nicolas Cahagne** : Le renouvellement est souvent lié à la reprise. Les anciens ont souvent parlé de la difficulté à transmettre leur café alors qu'avant c'était automatique. On constate de plus en plus d'ouvertures : soient des reconversions (ouvrier, souvent restauration), soient des personnes qui vont créer un emploi en ouvrant un café, souvent les plus précaires. Ils reprennent souvent les cafés municipaux mais ils ont souvent du mal à s'en sortir.

Au niveau de la politisation, je m'attendais à en voir plus. Aujourd'hui, c'est beaucoup plus dans les cafés alternatifs que vont se développer les pratiques associatives et où certains militants associatifs se retrouvent. Les cafés alternatifs, qui ont ce profil politisé, sont en effet liés à des renouvellements. Néanmoins, le taux de réponses relativement faible amène à être prudent quant aux résultats.

**Marcel Rouspard**. Vous avez parlé des cafés-services comme une adaptation mais les cafés-épiceries sont anciens. Les cafés-épiceries existent encore mais ne sont pas une adaptation mais plutôt des vestiges. C'était un lieu où on allait boire un coup mais aussi où on allait s'approvisionner en produits locaux.

**Nicolas Cahagne**. L'intérêt de ces commerces est de garder leur licence 4. Au bout de deux ans, ils ne peuvent plus l'exploiter. Les multiples ruraux proposent une offre souvent liée à une franchise. Ce sont donc des formes différentes des anciens cafés-épiceries.

**Laura Pauchard**. Qui fréquente aujourd'hui ces bars ruraux ? Quel est le profil social par rapport à la typologie des cafés ? Qu'est ce qui se joue dans ces bars ruraux ?

**Nicolas Cahagne**. La typologie est liée aux produits proposés. « Pour les clients, je n'ai pas d'enquête quantitative contrairement aux cafetiers. J'ai quarante entretiens. Je suis d'accord avec les travaux des sociologues qui disent que c'est plutôt une pratique populaire et une pratique masculine sauf, pour les jeunes femmes, avant leur mise en couple (comme les jeunes hommes). Mais à partir de leur mise en couple elles vont beaucoup moins fréquenter les cafés. Le renouvellement des cafés, les cafés-concerts, les cafés-débats attirent des populations qui n'allaient pas au café auparavant. On retrouve beaucoup d'enseignants, beaucoup de profils supérieurs dans ces cafés-culture, mais aussi des marginaux. Quand il n'y plus qu'un café dans une commune, c'est plus difficile d'observer les segmentations ».

**Pierre Guillemain** : Les segmentations du marché des cafés ne peuvent-elles pas s'observer à une autre échelle ? Par exemple à l'échelle intercommunale ?

**Nicolas Cahagne** : On se rend compte que ce sont les cafés dits alternatifs qui vont attirer les clients qui habitent le plus loin. C'est ceux qui vont attirer des clients hors communauté de communes. Les cafés alternatifs sont souvent hors des bourgs car ils recherchent la proximité avec des aménités comme la forêt, la plage, etc. Effectivement, cela se joue à une échelle différente.