HAL
open science

”Nourrir Paris : modernités alimentaires à l’époque contemporaine”

Stéphane Le Bras, Emmanuelle Cronier

To cite this version:

Stéphane Le Bras, Emmanuelle Cronier. ”Nourrir Paris : modernités alimentaires à l’époque contemporaine”. Raison Présente, 2020, n°213, p. 51-80. hal-04037316

HAL Id: hal-04037316

https://hal.science/hal-04037316

Submitted on 20 Mar 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.

« Nourrir Paris : modernités alimentaires à l'époque contemporaine » (avec CRONIER E.), *Raison présente*, « Nourrir 10 milliards d'êtres humains », n° 213, 2020, p. 51 à 60.

Ceci est une version intermédiaire du texte final. Elle peut contenir des coquilles et présente de légères différences avec le texte final.

Nourrir Paris : modernités alimentaires à l'époque contemporaine

Emmanuelle Cronier, CHSSC, Université de Picardie-Jules Verne
Stéphane Le Bras, CHEC, Université de Clermont-Auvergne

L'approvisionnement et à la consommation alimentaire à Paris croisent de multiples enjeux[1]. Ainsi en va-t-il de la thématique centrale de l'abondance : abondance de produits, abondance de structures de transformation, abondance d'espaces d'échanges et de vente, abondance de lieux et de types de consommation, etc. La question des identités alimentaires est également essentielle : Paris, à la fois par son statut de capitale nationale, mais également en raison de sa stature internationale, apparaît comme un espace de production, de confection et de consommation singulier. Elle dispose dès l'époque moderne au moins d'une identité forte, symbolisée par des produits maraîchers typiques, des pratiques commerciales spécifiques et une culture alimentaire propre. Cité de la gastronomie et des bouillons économiques dès le XIXe siècle, elle est aussi le lieu de production de variétés potagères comme les carottes ou les choux-fleurs de Paris, commercialisés sur le Carreau des Halles, où fourmille quotidiennement une activité humaine uniquement destinée à l'achat alimentaire. Au cours des siècles, la ville enfle et gonfle, dépassant le million d'habitants dans les années 1840, puis les deux millions peu avant 1880. Dans le même temps, les services et emplois dans le secteur de l'alimentation se multiplient eux aussi, afin de répondre à une demande toujours plus forte, variée et spécifique. Ainsi, vendeurs de toutes sortes, clients d'origines sociales diverses, mais également artisans de l'alimentation, ouvriers de l'industrie agro-alimentaire, manutentionnaires des lieux d'écoulement rythment l'activité et le quotidien de la capitale et de ses environs.

Au croisement de ces trois grandes thématiques, la notion de modernité est tout particulièrement prégnante. Il ne s'agit pas là d'une découverte, tant la question de la modernité alimentaire est un sujet relativement bien connu par l'historiographie alimentaire[2]. Mais sur le temps long parisien, elle revêt des aspects significatifs notablement par la multiplicité de ses caractéristiques, la récurrence de son influence et la puissance de ses impacts : évolution des

[1] Emmanuelle CRONIER E. et Stéphane LE BRAS, *Nourrir Paris. Une histoire du champ à l'assiette [Catalogue d'exposition]*, Paris, Comité d'Histoire de la Ville de Paris, 2019.

[2] Voir notamment, Martin BRUEGEL, « Un sacrifice de plus à demander au soldat : l'armée et l'introduction de la boîte de conserve dans l'alimentation française, 1872-1920 », *Revue historique*, vol. no 596, no. 3, 1995p. 259-284 ; Florence HACHEZ-LEROY, *Menaces sur l'alimentation : emballages, colorants et autres contaminants alimentaires, XIXe-XXIe siècles*, Tours, P.U François Rabelais 2019 ; Philippe MEYZIE*, Réputation et marchés. Les produits d'origine en France et en Europe (1680-1830),* mémoire inédit d'habilitation à diriger les recherches, 2019 ; Thierry NADAU, *Itinéraires marchands du goût moderne : produits alimentaires et modernisation rurale en France et en Allemagne, 1870-1940*, Paris Maison des sciences de l'homme, 2005 ; Florent QUELLIER, *Des fruits et des hommes : l'arboriculture fruitière en Ile-de-France vers 1600-vers 1800*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2003.

techniques agricoles de haut rendement, industrialisation de la transformation alimentaire, mondialisation des circuits, nouveaux modèles de consommation, régimes alimentaires diversifiés ancrés dans la société d'abondance définissent une modernité alimentaire, bien étudiée et conceptualisée par les sociologues[3], nous chercherons ici à montrer dans quelle mesure nourrir Paris à l'époque contemporaine s'avère, à travers trois exemples bien spécifiques, être une entreprise qui recoupe le concept de modernité et son application dans le champ de l'alimentation. Il s'agira ainsi de mettre en perspective deux aspects qui nous ont semblé fondamentaux dans la transmission de la culture scientifique au grand public, avec le souci de rompre avec certains clichés supportant les discours en lien avec l'alimentation : d'une part, mettre en lumière la dimension novatrice et modernisatrice qui concourt aux dynamiques alimentaires à Paris et en région parisienne ; d'autre part, montrer que certaines des pratiques que l'on croit aujourd'hui très modernes ne le sont pas en réalité.

1. Circuits courts et mondialisation

Les productions agricoles issues de Paris et de sa région sont abondantes au Moyen-Âge, et déjà très diversifiées : céréales, arbres fruitiers, vigne, élevage, légumineuses[4]. La modernisation des pratiques agricoles qui commence au XVIIIe siècle dans le Bassin parisien permet de mieux satisfaire les besoins alimentaires de la capitale. Les plantes du Nouveau Monde (pommes de terre, haricots verts) sont peu à peu cultivées dans la région, même si les agronomes qui les promeuvent, tels Duhamel du Monceau ou Antoine Parmentier, peinent à convaincre les pouvoirs publics de leur utilité pour lutter contre les disettes. L'importance des productions locales permet à Paris intramuros d'être quasiment autosuffisant jusqu'en 1800. Une horticulture spécialisée et innovante se développe en périphérie de la capitale, où elle trouve ses débouchés. La plaine des Vertus, à Aubervilliers et à la Courneuve, produit des légumes de plein champ réputés dès le XIVe siècle. Première plaine légumière de France dans les années 1820, ses variétés de choux, pommes de terre ou « oignons des Vertus » fournissent une bonne partie des légumes vendus sur le Carreau des Halles à la fin du siècle. Les maraîchers en repartent avec les déchets urbains qui seront transformés en engrais (boues, poudrette), au sein d'une économie circulaire locale. D'autres communes privilégient des cultures intensives pratiquées sur de petites parcelles où des techniques innovantes (cloches, châssis, irrigation, palissage, chauffage, engrais) permettent d'obtenir des rendements élevés[5]. La culture fruitière sur espaliers et murs se développe à Bagnolet et à Montreuil (pêches), certaines communes cultivant jusqu'à 1 000 arbres à l'hectare (Montmorency pour les cerises, Groslay pour les poires). Après la Seconde Guerre mondiale, ou dans les années 1960 pour les plus résistantes, ces productions spécialisées cèdent sous la pression immobilière et la concurrence du Midi de la France. En Beauce et en Brie, les réformes productivistes des années 1950 accélèrent la disparition des

[3] Notamment Philippe CARDON, Thomas DEPECKER et Marie PLESSZ, *Sociologie de l'alimentation*, Malakoff, Armand Colin, 2019 ; Jean-Pierre CORBEAU et Jean-Pierre POULAIN, *Penser l'alimentation : entre imaginaire et rationalité*, Toulouse, Privat, 2002 ; Jean-Pierre POULAIN, *Sociologies de l'alimentation : les mangeurs et l'espace social alimentaire*, Paris, Presses universitaires de France, 2002 ; Faustine RÉGNIER, Anne LHUISSIER et Séverine GOJARD, *Sociologie de l'alimentation*, Paris, la Découverte, 2006.

[4] Bruno LAURIOUX, *Manger au Moyen Age : Pratiques et discours alimentaires en Europe au XIVe et XVe siècles*, Hachette Littératures, 2006.

[5] Augustin ROSENSTIEHL et PAVILLON DE L'ARSENAL, *Capital agricole. Chantiers pour une ville cultivée [exposition, Paris, Pavillon de l'Arsenal, 2018-2019]*, Paris, Pavillon de l'Arsenal, 2018.

petites exploitations maraîchères au profit des grands domaines céréaliers devenus des symboles de l'agriculture intensive.

Mais l'approvisionnement de la capitale repose aussi, concurremment à ces productions locales, sur une ouverture précoce aux produits venus de l'extérieur envers lesquels sa dépendance s'accroît à mesure que sa population augmente. Les tables princières et royales médiévales offrent des épices orientales, de grands vins régionaux et étrangers, des poissons et coquillages normands ou picards. À l'époque moderne, les importations de céréales d'Europe du Nord ou d'Amérique permettent de limiter les disettes en jouant sur la saisonnalité des récoltes. Le développement des transports (route, canaux, chemins de fer) contribue à l'ouverture du marché alimentaire parisien. Les produits tropicaux, comme le sucre ou le café, d'abord réservés aux élites, se démocratisent au cours du XIXe siècle, mais l'offre de comestibles étrangers reste limitée[6]. À Paris, on ne compte en 1804 qu'une quinzaine de détaillants de produits européens et seulement dix épiciers en gros proposent des denrées coloniales au milieu du siècle. Ce marché de niche fait la réputation de certains établissements comme Corcellet, distingué par *l'Almanach des Gourmands* dès 1810 pour la variété de ses produits. Certains, comme Ferdinand Hédiard, proposent à la fin du siècle une gamme élargie dont le « couscoussou des Arabes », mais ne touchent que les classes les plus aisées. D'autres produits perdent leur caractère étranger en s'intégrant à la consommation populaire, comme les pâtes alimentaires. Au tournant du siècle, la maison Scapini est ainsi à la tête de plusieurs fabriques et boutiques de biscuits et de pâtes à l'italienne dans Paris. Ses méthodes de promotion (cartes de représentants, emballages imprimés, publicité) témoignent du dynamisme de l'industrie de transformation parisienne au début du XXe siècle, qui intègre et développe les nouveautés alimentaires venues d'ailleurs.

L'ouverture aux marchés extérieurs, très tôt présente à Paris, ne prend le pas sur les productions locales que dans la seconde moitié du XXe siècle et il faut attendre les années 1980 pour que l'offre de produits exotiques s'y élargisse véritablement au plus grand nombre.

Biscuits milanais Scapini, papier pour gainage de boîte, 1890.
Bibliothèque Forney
[numérisé ici : https://bibliotheques-specialisees.paris.fr/ark:/73873/pf0001454708/0136/v0001.simple.highlight=scapini.selectedTab=record

[6] Hélène d'ALMEIDA-TOPOR, *Le goût de l'étranger. Les saveurs venues d'ailleurs depuis la fin du XVIIIe siècle*, Paris, A. Colin, coll. « L'histoire à l'œuvre », 2006.

2. Rassasier le *Ventre de Paris*[7] : le marché de gros

Le 16 octobre 1969, *Le Monde* titre sur une innovation majeure dans le domaine du commerce de gros alimentaire : l'installation d'un ordinateur à Rungis[8]. L'article détaille alors l'utilité d'un tel outil (« effectuer les travaux administratifs (comptabilité des arrivages, gestion des stocks, factures…) ») et estime qu'environ 30 à 40 % du millier de grossistes installés sur le tout récent marché d'intérêt national pourraient l'employer, favorisant « l'automatisation » du traitement des données de gestion. On envisage même, à terme, « un système de télégestion » et « un système d'information » entre les différents marchés nationaux afin de permettre une meilleure circulation de l'information. Si le quotidien du soir célèbre alors ce nouvel instrument, c'est qu'il s'inscrit dans une démarche entamée dans les années 1960 quand le déménagement du marché de gros alimentaire, alors sis au cœur de Paris, dans le quartier des Halles, est envisagé puis entériné[9]. Et lorsque ce que l'on appelle alors « Le déménagement du siècle » a lieu en 1969, c'est grâce à « une petite équipe de pionniers[10] » qui font de Rungis « l'aventure du commerce moderne, après huit siècles de traditions[11]. » Or, s'il est indéniable que le transfert des activités alimentaires de gros depuis Paris vers Rungis se fait sous le signe de l'innovation – une innovation toujours célébrée aujourd'hui dans les rapports d'activité de la plate-forme commerciale[12] –, il est incorrect de reléguer l'activité parisienne intra-muros au rang d'une tradition archaïque.

En effet, depuis le Moyen Âge, l'innovation, la performance, la propreté, la modernité et la fonctionnalité – pour reprendre les concepts très contemporains employés par la gouvernance actuelle du marché d'intérêt national (MIN) – sont au cœur de la réflexion des autorités, qu'elles soient nationales ou locales, en ce qui concerne l'aménagement des espaces de commercialisation alimentaire dans la capitale[13]. C'est cette même intention qui préside à l'édification des Halles centrales au milieu du XIXe siècle. Lorsque le préfet Rambuteau envisage la refonte totale de l'organisation de l'approvisionnement alimentaire dans la capitale en instituant une commission d'étude en 1842, c'est pour répondre au mieux « aux besoins de la population toujours croissante[14] » avec dans l'esprit l'édification d'un « Louvre du peuple » tel que l'avait déjà imaginé Napoléon Ier au début du siècle[15]. Dès lors le projet, confié à l'architecte Rambuteau par la monarchie de Juillet mais retardé par la Révolution de 1848, offre toutes les perspectives de la modernité : si un premier pavillon, construit en pierre, voit le jour en 1851, il est rapidement détruit car trop lourd et mal agencé. On privilégie alors la fonte, la brique et le verre, dans un triptyque moderniste qui marque le second XIXe siècle et fait des Halles « un des premiers et merveilleux ouvrages métalliques[16] ». Dès lors, tant l'édification, que l'organisation ou l'appareillage des Halles répondent à des impératifs de

[7] L'expression provient de l'ouvrage de Zola sur les Halles Baltard, *Le Ventre de Paris*, paru en 1873.
[8] « Un ordinateur est à la disposition des grossistes des Halles de Rungis », *Le Monde*, 16 oct. 1969.
[9] Journal officiel de la République française, 15 juillet 1962, p. 6962-6963.
[10] Jean-Claude GOUDEAU, Le transfert des Halles à Rungis, Paris, J.-C. Lattès, 1977, p. 7
[11] « Loin des clochards et des belles de nuit, l'aventure du commerce moderne après huit siècles de traditions », *Le Monde*, 10 mars 1969.
[12] Voir par exemple le rapport 2018 dans lequel il est question de la mise à disposition « d'installations performantes, propres, modernes et fonctionnelles ». Disponible en ligne : https://www.rungisinternational.com/rapports-activite/
[13] Anne LOMBARD-JOURDAN, *Les Halles de Paris et leur quartier (1137-1969)*, Paris : École nationale des Chartes, 2009.
[14] Claude PRUDHOMME, *La question des Halles et le problème actuel du ravitaillement de Paris*, Thèse pour le doctorat en sciences politiques, Paris, 1927, p. 28.
[15] Ernest THOMAS, *Manuel des Halles et marchés en gros*, Paris, Guillaumin et Cie, 1867, p. 2.
[16] C. PRUDHOMME, *La question…, op. cit.*, p. 29.

modernité, notamment celui de la rationalisation et de la performance : chacun des dix pavillons achevés entre 1857 et 1868[17] est régi par un ordonnancement (sur le principe de l'assignation de telle activité à tel pavillon) et une règlementation très stricte, avec comme objectif l'amélioration constante des services offerts par le lieu. Ainsi, comble de modernité célébrée par les observateurs de l'époque, en 1894 une ligne de chemin de fer relie directement les plaines maraîchères du Sud de la région parisienne (Arpajon) aux Halles[18]. Au début du XXe siècle, sur 37 kilomètres, 3 705 wagons acheminent tous les ans plus 11 millions de kg de marchandises. Les Halles apparaissent alors comme une véritable plate-forme multimodale, dans un système productif-commercial intégré et connecté au monde entier[19]. Par ailleurs, ce souci de modernisation dans le marché de gros se retrouve dans d'autres domaines, tels les abattoirs eux aussi rationalisés à cette époque[20].

Assez logiquement, la modernisation des Halles fait face à des critiques, architecturales au début (la fonte suscite encore des réticences), quant à son organisation par la suite (notamment au sujet de la congestion des rues avoisinantes, occupées une grande partie de la matinée par la vente au détail sur le Carreau). Le déplacement à Rungis en 1969 occasionne lui-aussi son lot de mécontentement et de craintes[21], face à une modernité que l'on considère comme angoissante ou dénaturante[22]. Quoi qu'il en soit, celle-ci représente un élément structurant, tant dans le discours que dans sa mise en œuvre de l'approvisionnement en gros parisien depuis le milieu du XIXe siècle de manière explicite, depuis le Moyen Âge dans la pratique.

3. Le commerce de détail, levier d'une nouvelle société

À côté des circuits alimentaires courts et de l'écoulement à travers les structures commerciales de gros, le commerce de détail, et plus particulièrement les épiceries, jouent un rôle fondamental, à la fois dans la vie quotidienne des Parisiens et des Parisiennes, et dans le processus de modernisation qui l'accompagne. En ce sens, l'acte transactionnel alimentaire quotidien entre un commerçant et un client, outre le fait de proposer la diffusion d'un objet, de pratiques et de symboles[23], se pare également d'une dimension supplémentaire : celle de contribuer à la construction d'une société, en l'occurrence ici d'une société de consommation industrielle, pour reformuler le concept du philosophe marxiste Henri Lefebvre[24]. Ainsi, si le XIXe siècle participe – dans une dynamique politique fort bien connue par l'historiographie – à la constitution et l'élaboration du citoyen français, ce phénomène s'accompagne également de l'émergence du consommateur

---

[17] Le plan initial de Baltard comprenait 12 pavillons. Les deux derniers seront inaugurés au début des années 1930.

[18] Jules VIGNEAU, *Les Halles centrales de Paris. Autrefois et aujourd'hui*, Paris, Ed. Duruy, 1903, p. 95.

[19] Une part relativement faible des approvisionnements provient de l'étranger : poissons, fruits, gibiers. Voir l'*Annuaire statistique de la ville de Paris*, disponible en ligne : https://bibliotheques-specialisees.paris.fr/ark:/73873/pf0000262800

[20] PRÉFECTURE DE LA SEINE, *Notes sur les abattoirs, entrepôts, halles, marchés et établissements divers*, Paris, A. Maulde et Cie, 1889.

[21] « Les Halles de Rungis un mois après : les usagers essuient les plâtres et contestent parfois le modernisme des installations », *Le Monde*, 5 avril 1969.

[22] En lien avec cette thématique, voir François JARRIGE, *Techno-critiques. Du refus des machines à la contestation des technosciences*, Paris, La Découverte, 2014.

[23] Daniel ROCHE, *Histoire des choses banales : naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles, XVIIe-XIXe siècle*, Paris, Fayard, 1997.

[24] Sur le sujet, voir Thierry PAQUOT, « De la « société de consommation » et de ses détracteurs », *Mouvements*, 2008/2 (n° 54), p. 54-64.

français, façonné par de nouveaux magasins, de nouvelles modes, de nouveaux produits[25] dans un vaste système commercial mondial dont Paris est la porte d'entrée nationale. Un nouveau cadre commercial s'enracine alors dans la seconde moitié du XIXe siècle, bien plus tôt que l'idée communément admise d'une société de consommation émergeant un siècle plus tard, au moment du processus d'américanisation après la Seconde Guerre mondiale. De nouveaux usages et de nouvelles valeurs, intriquées les unes dans les autres comme l'a démontré Frank Trentmann[26], imprègnent la société parisienne, depuis la grande bourgeoisie jusqu'aux ouvriers. Et dans ce contexte, la modernité – et les réponses apportées aux injonctions qu'elle suscite – joue un rôle fondamental, notamment dans le domaine de l'épicerie, un secteur qui connaît « dans la seconde moitié du siècle de fondamentales mutations », introduisant « des méthodes et des logiques aux antipodes de ses traditions »[27].

Dans la seconde moitié du XIXe siècle en effet, des structures de commercialisation répondent déjà à des impératifs que nous croyons très contemporains (intégration verticale et horizontale des processus de confection et de vente ; puissance du marketing ; prédominance de la rapidité ; cannibalisation du marché ; limitation des intermédiaires). C'est le cas des magasins Julien Damoy, concurrents de Félix Potin, dont le nom est plus connu aujourd'hui[28]. Né en 1844 dans l'Eure, Julien Damoy est commis à Paris au tournant des années 1870, puis propriétaire de deux épiceries au début des années 1880[29]. Très vite, il s'inspire des principes qui ont fait le succès de Félix Potin : entrée libre, prix fixes et dits « bon marché », usage de la publicité. Les années 1890 marquent l'accélération de cette activité : ouverture d'une grande épicerie boulevard Sébastopol, construction d'une usine agro-alimentaire à Levallois ; ouverture d'une première succursale au-delà des limites de Paris, à Vincennes ; campagnes publicitaires massives. Les années qui suivent ne désavouent pas le succès de l'entreprise : exploitation de deux usines de production supplémentaires ; d'un service de livraison ; de nouvelles succursales ; le tout étant couronné par la présence aux grandes manifestations (expositions universelles) et l'introduction en bourse en 1911. Tout au long de cette montée en puissance, qui se matérialise pendant la Première Guerre mondiale par des contrats militaires exclusifs de fourniture aux soldats de produits alimentaires et culminant durant l'Entre-deux-guerres avec une diffusion nationale des produits « Damoy » (2 000 dépositaires en France), le concept de modernité est au cœur de la démarche et du discours de l'entreprise : présence du téléphone sur les factures dès les années 1890 ; conception ultra-moderne du travail dans les usines avec machines-outils innovantes et division des tâches ; standardisation des procédures de commercialisation et des produits. Cette modernité répond à un souci constant chez Damoy (comme chez Potin dont il est le principal concurrent) : répondre à la satisfaction du client, en accédant rapidement à ses désirs (eux-mêmes suscités par la publicité), en proposant, grâce à l'éradication des intermédiaires des produits bon marché, standard et de qualité (café, chocolat et vin étant les principaux).

---

[25] Voir sur le sujet Jean-Claude DAUMAS, *La révolution matérielle. Une histoire de la consommation (France, XIXe-XXe siècle)*, Paris, Flammarion, 2018.

[26] Frank TRENTMANN, *Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the 15th century the the 21st*, Londres, Penguin Books, 2017.

[27] Alain FAURE, « L'épicerie parisienne au XIXe siècle ou la corporation éclatée », *Le Mouvement social*, n°108, « L'atelier et la Boutique études sur la petite bourgeoisie au XIXe siècle », juill.-sept. 1979, p. 117.

[28] Philippe CAMBORDE, « L'installation de Félix Potin à Paris. Le choix d'un métier », dans Jacques MARSEILLE (dir.), *La révolution commerciale en France. Du Bon marché à l'hypermarché*, Paris, Le Monde éd., 1997.

[29] L'ensemble des informations qui suivent proviennent des archives commerciales de l'entreprise, de documents publicitaires, d'articles de presse et des Annuaires Bottin-Didot.

Affiche de la maison Jules Damoy, années 1960

Numérisé ici :
https://bibliotheques-specialisees.paris.fr/ark:/73873/pf0000818059/v0001.simple.highlight=damoy.selectedTab=record

Sans avoir la puissance de Félix Potin, Damoy permet à une clientèle issue de la bourgeoisie et de la classe moyenne émergente parisienne d'accéder à des biens alimentaires produits en quantité et garantis en qualité. De pair avec d'autres structures de ce type (comme les Vins Nicolas par exemple), ces stratégies entrepreneuriales imprègnent la société parisienne, avec des répercussions jusqu'aux classes ouvrières. Ainsi, en 1877, vingt ouvriers fondent l'épicerie La Bellevilloise rue Henri-Chevreau, afin de proposer à leurs camarades des produits alimentaires de base[30] sans intermédiaires et donc à coûts réduits. Si l'aventure de La Bellevilloise n'atteint pas le degré d'intégration de Damoy ou Potin, elle s'en approche. Dans les années 1910, seconde coopérative parisienne, elle compte 9 000 sociétaires, 200 employés, 12 succursales, fabrique son propre pain, dispose d'une charcuterie, s'appuie de larges campagnes publicitaires et, outre les produits alimentaires, elle s'est également diversifiée (vêtements, chaussures, outils ; sans oublier la dimension culturelle, notamment d'enseignement populaire[31]).
On peut ainsi considérer que la modernisation commerciale qui touche la capitale la fait rentrer de plein pied dans la société de consommation dont on peut déceler, bien avant le reste du pays, les traits et spécificités de la consommation de masse.

Conclusion

À bien des égards, les différentes formes de ravitaillement de la population parisienne à l'époque contemporaine participent à la diffusion d'une modernité sans cesse renouvelée. Ces logiques, imbriquées les unes dans les autres, depuis les circuits mondiaux jusqu'au commerce de quartier, construisent alors une société en partie définie sur la consommation et ses dynamiques. On y repère ainsi des enjeux majeurs, dès le début du XIXe siècle, autour de trois idées maitresses, elles-mêmes enchevêtrées : sécurité alimentaire, lutte contre la vie chère et satisfaction des

[30] La première commande de marchandises passée par La Bellevilloise était composée de : vin, huile, lentilles, haricots, macaroni, vermicelle. Par la suite, elle commercialisera très vite également des produits de la vie quotidienne non-alimentaire : savon ou bougies par exemple. Voir Louis HÉLIÈS, *La Bellevilloise, 1877-1912. Son historique*, Paris, L'Émancipatrice, 1912.
[31] Que l'on retrouve aussi chez Damoy et Potin à l'égard des employés, encadrés dans diverses associations culturelles ou sportives.

consommateurs. Sur le temps long, on peut dès lors percevoir des marqueurs forts de continuités que seules les modes, les crises ou les inflexions dans le paradigme consumériste viennent perturber ou rompre.

Ainsi, autrefois fondées sur des modèles d'approvisionnement et de consommation ancrés dans l'abondance, les dynamiques alimentaires emblématiques de la capitale depuis le XIXe siècle sont désormais en première ligne de la remise en question du modèle productiviste par les sociétés aux prises avec les enjeux du développement durable.