

Solenn Duluc

.....

Mutations d'un grain



Mutations d'un grain



*L'univers du café, un miroir
de nos rapports au temps et à la convivialité*



Remerciements

Je tiens à remercier tout d'abord Manolita Fréret Filippi pour m'avoir guidée et encouragée durant cette recherche. Je suis également entièrement reconnaissante du soutien que mes proches m'ont apporté tout au long de ce voyage, notamment mes parents et ma sœur Albane qui m'ont accompagnée dans des cafés et ateliers. Une pensée particulière pour ma colocataire Camille pour nous être entraînées et rassurées mutuellement. Je remercie toutes les personnes rencontrées autour d'entretiens, de visites ou de simples discussions.



Sommaire

Introduction	08 - 11
1 . L'évolution de l'image du café	12 - 33
. Son histoire illustrée	
. Le café sous les projecteurs	
. Un objet médiatisé	
2 . Les usages chez soi en mutation	34 - 55
. Consommer à domicile	
. Une préparation individualiste	
. Les nouvelles tendances	
. L'art de boire un café	
3 . La guerre des cafés dans l'espace public	56 - 75
. Les derniers cafés parisiens	
. Un second souffle	
. Café en mouvement	
Conclusion	78 - 81

Introduction.....

Qui n'a jamais entendu la question : « Petite pause café ? » ?

Cette question familière ponctue mon quotidien que ce soit à l'école, ou dans ma famille.

Ce moment de pause, également ancré dans le milieu professionnel, est d'ailleurs souvent représenté à la télévision, montrant son importance. En effet, Bruno Solo, Yvan Le Bolloc'h et Alain Kappauf en ont fait l'objet d'une série française culte en 2001: *Caméra café*. Les scènes sont tournées uniquement autour d'un simple distributeur de café dans un espace commun aux salariés. La série montre que le café est plus qu'une boisson: c'est un lieu de rencontre laissant place aux interactions.

Au-delà de son rôle scénique, il reflète également une culture. Effectivement, chaque pays a son propre mode de consommation de ce breuvage. Par exemple, le café viennois est servi de manière gourmande, le café turc servi à l'aide d'un cezve⁰¹ ou le café italien servi serré. En fonction du pays ou de la région, la méthode diffère. Par exemple, le café italien⁰² se différencie par son récipient, le moka, mais également par sa façon de le consommer. En majorité, les Italiens prennent leur espresso au comptoir. Son rapport à la convivialité est important car, en plus de boire à domicile, ils prennent plaisir à aller à leur café habituel pour discuter.

01 Voir carte n°4 page 12, *Comment préparait-on le café ?*, 2025

02 Entretien avec Anna Maria Fioritti, Paris, août 2025, voir carte n°12 page 56, *Comment tu prends ton café en Italie ?*, 2025

.....

Cette dimension culturelle est importante en France aussi. Récemment, en 2024, «Les pratiques sociales et culturelles dans les bistrots et cafés en France» ont définitivement été inscrits au patrimoine immatériel français par le ministère de la culture⁰³. C'est une expérience singulière complète : un goût, une odeur, un geste, un bruit de machine, une atmosphère, des discussions. Le café engage tous nos sens et s'accompagne souvent de gestes mécaniques, d'une part, et, d'autre part, d'un espace aux différentes typologies et composé d'éléments symboliques : le comptoir, la terrasse, la machine de bureau, le distributeur. Il y a également des objets indicateurs bien précis : la tasse, la cuillère, la cafetière, le gobelet. Ce n'est plus seulement un liquide amer : c'est un moment social codifié, standardisé. Le café est fascinant car il fait cohabiter le collectif et l'individuel, le lent et le rapide. Du café parisien au Starbucks, du service à café à la capsule Nespresso, chaque époque a façonné son propre rituel, son propre rythme, en phase avec les modes de vie.

.....

03 M. Delaunay, H. Strobel, J. Shier, « Bistrots français, un art de vivre classé au patrimoine culturel », *France 2*, octobre 2024

Le café est une polysémie qui désigne à la fois la boisson, le lieu, voire l'instant. Au-delà de ces définitions, nous lisons à travers lui nos habitudes. C'est un miroir de notre société, un prisme à travers duquel apparaît l'évolution de notre rapport au temps, à la convivialité et à la consommation. Du point de vue d'une future architecte d'intérieur et designer, je m'intéresse aux espaces, aux objets et aux usages qui leur sont rattachés. Je vais ainsi explorer comment les transformations sociales se reflètent directement dans les usages des lieux et objets liés au café. Cette enquête répondra dès lors à la question suivante :

En quoi l'univers du café en France, à travers ses espaces et ses objets, incarne-t-il l'évolution de nos rapports au temps et à la convivialité?

Nous développerons successivement : l'évolution de l'image du café, les usages chez soi en mutation et pour finir, la guerre des cafés dans l'espace public.

Au cours de mon enquête, je me suis centrée essentiellement sur l'univers du café en France et plus précisément à Paris. Je l'ai choisi comme fil conducteur pour analyser les mutations sociales. En m'appuyant sur le livre *Exercices d'observation* de Nicolas Nova,⁰⁴ j'ai mené des observations flottantes au sein de différents cafés : Café Daguerre, Café Zéphyr, Le Saint Denis. J'ai également complété avec une observation participante dans un atelier de café de spécialité et plusieurs entretiens en m'appuyant sur les conseils de terrain de Stéphane Beaud et Florence Weber, *Guide de l'enquête de terrain*⁰⁵. Il y a différents entretiens, souvent semi-directifs, avec différents acteurs : une barista de café de spécialité, des consommateurs italiens, anglais et des non-consommateurs. J'ai également consulté de nombreuses sources documentaires variées, tant scientifiques que grand-public, ainsi que des représentations du café dans l'art.

Je présente certains éléments issus d'observations et de recherches sous forme de cartes insérées dans le mémoire avant chaque partie, pages 12, 34, 56. Ces cartes viennent compléter mon propos.



.....
04 Nicolas Nova, *Exercices d'observation : Dans les pas des anthropologues, des écrivains, des designers et des naturalistes du quotidien*, Paris, 2022

05 Stéphane Beaud & Florence Weber, *Guide de l'enquête de terrain*, La Découverte, Paris, 2003, 2010



Voir page 86 le détail des cartes de terrain

1

L'évolution de l'image du café

- . Son histoire illustrée
- . Le café sous les projecteurs
- . Un objet médiatisé

Son histoire illustrée

Pour commencer, je vais analyser l'histoire du café ainsi que les évolutions de ses usages à travers quelques illustrations. Parallèlement, je vous invite à lire les cartes positionnées page 12⁰⁶ qui viennent illustrer mes propos.

Comment la boisson s'est-elle propagée dans la société ?

Les premiers témoignages du café en France apparaissent au XVIIIème siècle et la boisson est perçue comme un produit exotique et de luxe. Il est tout d'abord consommé à la cour, comme en témoigne ce tableau (Fig. 01) commandé par Madame de Pompadour en 1755 pour son château de Bellevue. C'est une peinture de Carle Van Loo qui représente la marquise de Pompadour en sultane avec une servante lui donnant un café. Elle lui tend une tasse posée sur une soucoupe en porcelaine blanche et garde, dans l'autre main, une verseuse. Cette verseuse semble être une cafetière en argent massif avec certainement une anse en bois, comme il est courant à cette période. Ce peintre s'inscrit dans le mouvement rococo et peint ici une scène élégante dans une atmosphère de salon aristocratique.

Cette œuvre explique les tendances de cette époque puisque, peu après son entrée à la cour, le café, mais aussi le chocolat et le thé, deviennent vite prisés des classes aristocratiques. Cette peinture montre une hiérarchisation sociale où le café est uniquement réservé à une élite. Pouvoir s'offrir un long moment pour déguster un café est alors un facteur de luxe.

.....
06

Carte n°1, *Qu'est ce que le café ?*, 2025

Carte n°2, *Comment le café a-t-il été découvert ?*, 2025

Carte n°3, *Comment obtient-on la mouture ?*, 2025

Carte n°4, *Comment préparait-on le café ?*, 2025



Fig. 01 : Carle Van Loo, *La Sultane*, 1755, huile sur toile, dessus-de-porte provenant de la chambre à la Turque de Madame de Pompadour (château de Bellevue), Musée des Arts Décoratifs, Paris, <https://collections.madparis.fr/document/dessus-de-porte/627a8bdb3edd95462246bf41?motCle%5B0%5D=sultane&pos=2&pgn=0>

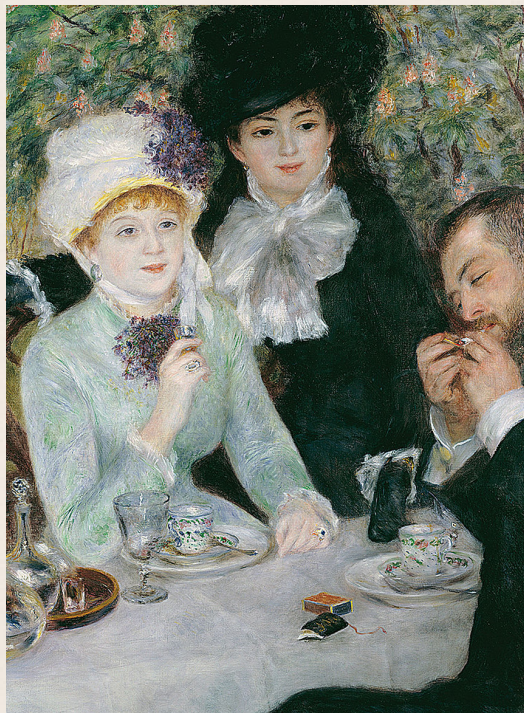
L'usage de cette boisson évolue. Ici, l'œuvre de Pierre-Auguste Renoir, *La fin du déjeuner* (Fig. 02), réalisée en 1879 met en scène la vie quotidienne typique de bourgeois du XIX^{ème} siècle. Il montre deux personnes buvant un café, dans une tasse et soucoupe à motifs en porcelaine blanche, pour clore le repas. Prendre un café devient une composante à part entière qui rythme les repas. Ce peintre permet de mieux comprendre les modes de vie modernes du XIX^{ème} siècle. Renoir écrit sur cette envie de représentation :

« Je n'ai jamais voulu être autre chose qu'un peintre de la vie moderne »⁰⁷.

Ce même peintre illustre d'autres instants de vie autour du café. Par exemple son huile sur toile nommée *Au café* réalisée vers 1877 (Fig. 03), représente une femme attablée seule à une terrasse de café, entourée de monde. Cette œuvre permet de visualiser à quoi ressemble la terrasse d'un café parisien à la fin du XIX^{ème} siècle : un espace social important. Les coups de pinceaux énergiques nous laissent imaginer le mouvement et le bruit que dégage cet espace. Cependant, ces peintures représentent uniquement les classes bourgeoises. A travers ces deux tableaux, on remarque que le café sort de la sphère intime pour s'installer dans les espaces publics. J'analyserai son arrivée dans l'espace public ultérieurement.

.....
07 Selena Mattei, « Auguste Renoir, un impressionniste fasciné par l'humain », *ArtMajeur*, 22 mai 2023, <https://www.artmajeur.com/fr/magazine/8-rencontres/auguste-renoir-un-impressionniste-fascine-par-l-humain/333355>.

.....
Fig. 02 : Pierre-Auguste Renoir, *La Fin du déjeuner*, 1879, huile sur toile, collection particulière,
<https://staedelmuseum.de/go/ds/sg176>



.....
Fig. 03 : Pierre-Auguste Renoir, *Au café*, vers 1877, huile sur toile, musée Kröller-Müller, Otterlo, Pays Bas, Photographie : Renoir, peintre du bonheur : 1841-1919, de Gilles Néret, Köln, Taschen, 2001, p. 87. ISBN 9783822857410

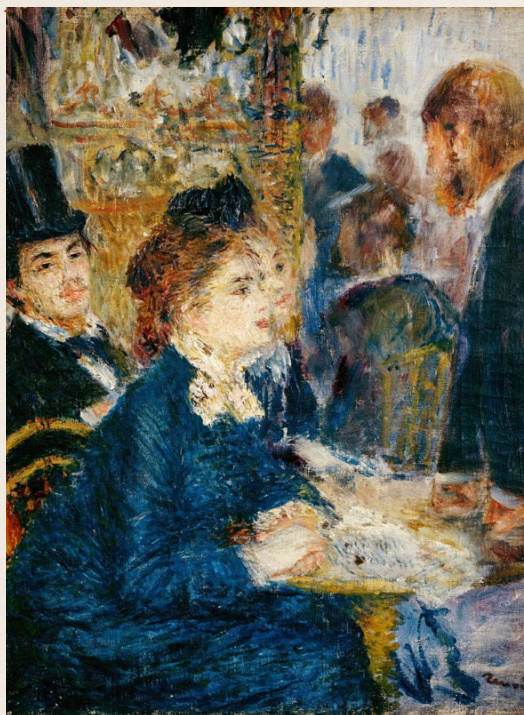




Fig. 04 : Camille Pissarro, *Jeune paysanne buvant du café*, 1881, huile sur toile, Art Institute of Chicago, CCO

Sa consommation se démocratise également. Sur cette toile (Fig. 04) de Camille Pissarro, peinte en 1881, on remarque que le café est désormais présent au sein des classes populaires avec cette paysanne se préparant un bol. Cela démontre que le café est entré dans tous les foyers. Il illustre également la manière dont le café est consommé dans les classes populaires : un bol. Cet usage se prolonge dans certaines traditions populaires, principalement pour l'instant du petit déjeuner. En comparaison, les classes plus aisées utilisent des contenants plus sophistiqués, des tasses à anses et soucoupes, des services à café en porcelaine, parfois avec des dessins.

Bien que les représentations picturales puissent faire penser le contraire, l'historien Daniel Roche nous explique que quelques familles issues des classes populaires buvaient déjà du café dès le XVIII^{ème} siècle. Il recense : « Vers 1760, 40 % des inventaires après décès de l'aristocratique paroisse Saint-Sulpice mentionnent une cafetière, et presque 20 % dans les populaires faubourgs de l'est parisien ; ce point souligne bien une progression de l'usage au sein des classes populaires »⁰⁸. Les classes populaires sont rarement représentées dans les œuvres d'art françaises du XVIII^{ème} siècle, comme une volonté de les exclure de ce mode de vie et de certaines pratiques et produits de luxe tels que le café.

A travers cette toile et celle de la sultane (Fig. 01), on observe que les peintres représentent fréquemment, lorsqu'il s'agit de la sphère intime, des femmes comme personnages centraux.

08 Daniel Roche, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles*, (XVII^e- XIX^e siècles), 1997, p 264 - 265

Comment les lieux autour du café ont-ils évolué au fil du temps ?

Parallèlement à son développement dans la sphère privée, le café se propage au sein des espaces publics. La maison de café la plus ancienne au monde toujours intacte se situe à Paris et date d'il y a plus de 400 ans. Il s'agit du *Procope* (Fig. 05), situé 13 Rue de l'Ancienne Comédie dans le 6ème arrondissement de Paris. Ce premier café moderne, ouvre ses portes en 1686 et rassemble alors intellectuels et artistes. Montesquieu évoque ce café dans *Les Lettres persanes* : « Le café est très en usage à Paris : il y a un grand nombre de maisons publiques où on le distribue. Dans quelques-unes de ces maisons on dit des nouvelles, dans d'autres on joue aux échecs. Il y en a une où l'on apprête le café de telle manière qu'il donne de l'esprit à ceux qui en prennent (...) ». ⁰⁹ Montesquieu décrit ces nouveaux espaces conviviaux où les intellectuels se retrouvent pour débattre sur des sujets de société. Cette gravure permet d'analyser l'ambiance : un lieu lumineux avec des ornements, des miroirs, un comptoir, des tables et des chaises en bois. Ces aménagements donnent un espace flexible et pratique qui facilite les échanges et débats.

A l'inverse des représentations de la sphère intime montrée précédemment, on remarque que cette gravure met en scène majoritairement des hommes bourgeois. La femme et la classe populaire sont alors absentes de ces lieux. Le Procope permet également de démocratiser la boisson ainsi que les maisons de café en France.



*Etablissement de la nouvelle Philosophie.
Notre Berceau fut un Café.*

Fig. 05 : Anonyme, *Le Café Procope*, 1779, Gravure, aquatinte coloriée, BnF, département des Estampes et de la Photographie, <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b6947976c/f1.item>

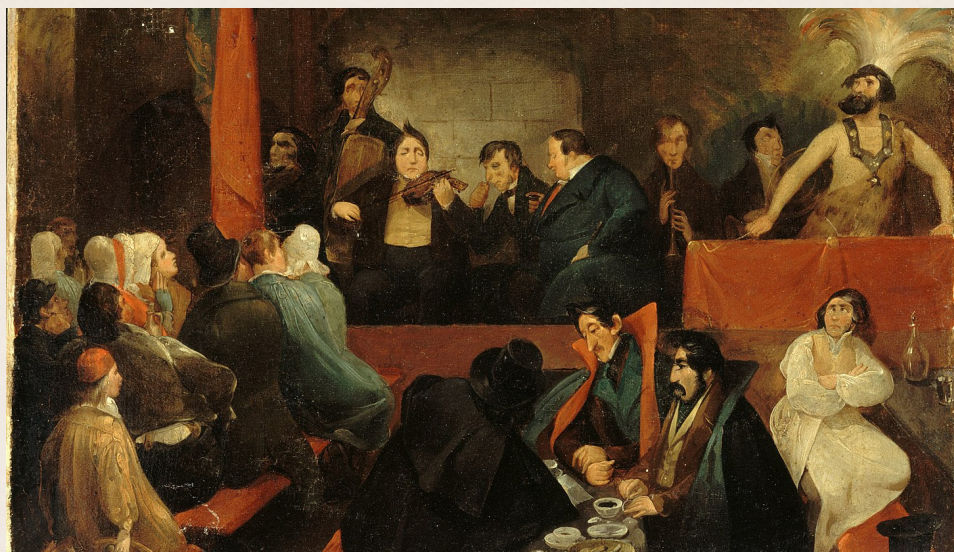


Fig. 06 : Attribué à Traviès de Villers, Charles Joseph, *Le Café des Aveugles*, au Palais-Royal, vers 1840, huile sur toile, Musée Carnavalet, Paris, CCO

Au fil des années, ces lieux changent et ne sont plus réservés uniquement aux intellectuels. Ils s'ouvrent enfin à toutes les classes, et un peu plus aux femmes, qui cherchent avant tout à se divertir. Le lieu l'emporte sur la boisson. On peut citer les **cafés-caveaux** apparus en 1800, une institution aujourd'hui oubliée. Dans le journal *Le Tintamarre*, Jules Lovy, un journaliste bava­rois, écrit : «Les cafés-caveaux florissaient particulièrement au Palais Royal[...] C'est à trente pieds au-dessous du sol que la tourbe des provinciaux venait se pâmer devant le ventriloque Borel»¹⁰.

A titre d'illustration, l'œuvre (Fig. 06) du peintre suisse Traviès représente le Café des Aveugles situé au Palais Royal. On y retrouve un groupe de musiciens, écoutés par des clients buvant une tasse de café. Il y a, comme au Procope, un comptoir typique d'un café, mais il n'y a plus de lumière naturelle, la hauteur sous plafond est basse et l'espace é­triqué. Contrairement aux vastes cafés ouverts à la lumière de la rue, ce type d'espace consacré aux distractions populaires procure intimité et convivialité.

10

Jules Lovy, « Les cafés de Paris », *Le Tintamarre*, 18 avril 1858



Fig. 07 : Édouard Manet, *Café Concert*, vers 1879, huile sur toile, Walters Art Museum, Baltimore, CCO

Fin XIXème siècle, apparaissent les **cafés-concerts**. En plus d'être un débit de boisson accessible à toutes les classes sociales, une fonction y est ajoutée : le spectacle musical. Les clients payent des consommations pour pouvoir écouter de la musique. La peinture (Fig. 07) *Au café concert* de Edouard Manet montre que l'alcool se consomme de plus en plus dans ces établissements. Ce café se situe, selon Adolphe Tabarant¹¹, un journaliste du XIXème siècle, à Paris sur le boulevard Marguerite-de-Rochechouart. Aujourd'hui, la majorité de ces institutions ont disparu mais se sont transformées en **cabarets**.

Les cafés connaissent une nouvelle mutation avec l'apparition des **cafés-théâtre** en 1960. Cela donne naissance à un nouveau style théâtral : le café théâtre. C'est un espace de liberté où les acteurs s'expriment et jouent sans tabou. On s'éloigne un peu plus de la boisson mais l'aspect chaleureux, intime et convivial demeure.

11 Adolphe Tabarant, *Manet et ses œuvres*, Paris, Gallimard, 1947, p 600

Par l'analyse des représentations ci-dessus, ainsi que des lieux historiques associés au café, j'ai pu comprendre comment la société, toutes classes sociales confondues, s'est appropriée cette boisson chaude au fil des siècles. La boisson a d'abord été utilisée dans la sphère intime. Puis les maisons de cafés sont apparues. Les lieux se modulent en fonction des envies du peuple entre distractions et débats.

Je vais maintenant compléter cette description historique en analysant le café dans la culture cinématographique contemporaine à Paris.



Le café sous les projecteurs

Avec l'arrivée du cinéma, le café gagne en visibilité et sert de décor puisqu'il reflète un nouveau mode de vie français typique. Le café permet une infinité de mises en scène autour de la boisson ou du lieu. C'est pour cela qu'on le retrouve dans des films de tous genres.

Comment le cinéma français a réussi à promouvoir la culture du café ?

Les films permettent aux spectateurs de suivre les protagonistes dans leur quotidien jusqu'à s'infiltrer dans leur vie intime. Ils peuvent refléter les codes culturels d'un endroit. Prenons l'exemple d'un film incontournable, *Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain*¹² de Jean Pierre Jeunet, en 2001, (Fig. 08) où l'histoire se passe en partie dans le Café des 2 Moulins, situé, encore aujourd'hui, à Montmartre au 15 rue Lepic.

Ce film met en scène un café avec ses habitués venant boire la même boisson, dans les mêmes tasses, préparé avec la même machine, tous les jours. Et pourtant, ces personnes ne se lassent pas et restent attachées à ce lieu en revenant, jour après jour. Certains viennent prendre leur café au comptoir en discutant rapidement avec la serveuse, puis partent directement. D'autres préfèrent s'asseoir à une table pour lire un journal ou travailler. Ce film montre que le café fait cohabiter le lent et le rapide à la fois. Le décor est simple, similaire aux anciennes maisons de cafés et fidèle à la réalité : un comptoir, des tables et des chaises. Amélie Poulain, le personnage principal, n'est pas au centre de l'action mais plutôt en position d'observation au sein du café, étant serveuse. Ce lieu où se croisent ces différentes personnes représente une société urbaine à elle seule. Cet espace est plus qu'un simple décor ou mise en scène, c'est un élément clé de la narration.

.....
12 Segafredo, « Le café et les scènes les plus emblématiques au cinéma », *Passion café*, 27 septembre 2024, <https://www.segafredo.fr/passion-cafe/le-cafe-et-les-scenes-les-plus-emblematiques-au-cinema>

Le **Café des 2 Moulins** est devenu culte jusqu'à devenir une attraction touristique à Montmartre, puisqu'il représente le stéréotype du quartier parisien avec son «**café du coin**» et ses habitués. Cet engouement touristique semble exagéré face à la normalité de ce lieu qui n'est finalement ni plus ni moins un café parmi les **3279** cafés de Paris¹³.



Fig. 08 : Jean-Pierre Jeunet, *Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain*, film, France, 2001, 2h02 minutes

13 Chambre de commerce et d'industrie Paris Île-de-France, *Enjeux économiques du Grand Paris, 2023* (Grand Paris : 25 020 établissements dans le secteur cafés et restaurants dont **3 279 cafés**), <https://www.cci-paris-idf.fr/sites/default/files/2023-02/enjeux-241.pdf>



Saison 1, épisode 6, *Café de la Nouvelle Mairie*, Paris, petit déjeuner entre amies



Saison 1, episode 6, *Café Flore*, Paris, rencontre amoureuse avec Thomas

Comment l'usage de cette boisson est-il perçu à l'international ?

Récemment, une série américaine est sortie sur la plateforme Netflix : *Emily in Paris* (Fig. 09). Cette série est intéressante car elle représente la vision qu'ont les Américains des Parisiens. Elle montre alors de nombreux clichés avec des bérets, des baguettes de pain, un mode de vie agité et pressé. Durant ces quelques épisodes, les protagonistes se retrouvent notamment dans des cafés. De nombreuses scènes sont tournées durant ces moments, que ce soit lors de petits déjeuners avec sa meilleure amie au Café de la Nouvelle Mairie ou encore sa rencontre au *Café Flore* avec un philosophe parisien. Emily adopte rapidement ce mode de vie parisien ponctué par ces pauses cafés. L'espace du café sert ici à rythmer les épisodes et à laisser place aux dialogues. Il répond surtout à un imaginaire touristique.

Si les cinéastes s'appuient souvent sur les cafés pour leurs intrigues, c'est qu'ils sont toujours considérés comme des lieux de rencontre essentiels pour les différents protagonistes. Les cafés sont également des marqueurs culturels forts puisqu'ils permettent, en une seule scène, de reconnaître l'effervescence parisienne. Au-delà de la représentation cinématographique du café, il est important d'aborder désormais un tout autre support visuel, la publicité, qui me permettra ainsi d'analyser le volet commercial de cette boisson chaude.

Un objet médiatisé

Le café fait partie intégrante de nos habitudes culturelles. Il devient donc une cible légitime de marketing, qui vise en particulier les consommateurs dans leur sphère privée afin d'inciter et d'influencer leurs comportements. La publicité est un format utilisant des codes similaires au cinéma : un décor, une mise en scène, des répliques et des acteurs. Cependant, son objectif diffère puisqu'il s'agit de convaincre la cible d'acheter et de consommer. Ces publicités présentes à la télévision, sur les téléphones, via les réseaux sociaux, ou sur les panneaux publicitaires reflètent une identité commerciale grâce à un marketing bien maîtrisé.

Dans quelle mesure la tasse de café maintient une image de luxe ?

Pour répondre à cette interrogation, je vais étudier deux marques distinctes : Carte Noire, dans un premier temps, et Nespresso, dans un second temps. Carte Noire a été fondée en 1978 par un amateur de café qui commercialise des paquets de café en grains ou moulu. Il révolutionne la publicité en scénarisant, pour la première fois, le moment plutôt que le produit¹⁴. Carte Noire s'est beaucoup inspiré du cinéma pour ses spots publicitaires, comme cela est précisé sur son site internet : « Cassant les codes habituels de la communication du café, la marque a forgé des liens forts avec l'univers du cinéma, en faisant appel à des réalisateurs de renom comme Jalil Lespert, Valérie Donzelli et Jean-Jacques Annaud, et à des actrices célèbres »¹⁵. Dans la campagne publicitaire de 2016, *Le Baiser*, nous retrouvons notamment Sonja Kinski et Niels Schneider, un jeune couple qui, se préparant pour aller au travail, échangent un baiser indirectement en échangeant leur tasse. Cette même année, la réalisatrice Valérie Donzelli¹⁶ met en scène un moment d'intensité dans une nouvelle campagne publicitaire au cinéma. Pour voir la suite du film, les spectateurs doivent s'embrasser. Une séance ordinaire de cinéma se transforme alors en une séance privée intense et inédite (Fig. 11).

14 Carte Noire, 1980, film publicitaire, Dailymotion, <https://www.dailymotion.com/video/x8ltn5>

15 Carte Noire, « Notre histoire : une saga publicitaire enivrante », *Carte Noire*, <https://www.cartenoire.fr/fr/magazine/notre-histoire/une-saga-publicitaire>

16 Réalisatrice née en 1973 ayant réalisé *La Guerre est déclarée*, 2011 et *À pied d'œuvre*, 2025 avec le prix du meilleur scénario à la Mostra, Venise, 2025



Fig .10 : Luca Guadagnino et agence BETC, *Le Baiser*, film publicitaire Carte Noire, février 2016, <https://www.dailymotion.com/video/x3taohj>



Fig .11 : Valérie Donzelli et agence BETC, *Ciné Kiss challenge*, film publicitaire Carte Noire, mai 2016, <https://www.airofmelty.fr/marques/carte-noire-cine-kiss-challenge-le-spot-qui-associe-defi-et-seduction-en-mode-septieme-art-13607.html>

Ces différentes publicités Carte Noire font du café un objet de désir et sa consommation un moment de sensualité. Les spots sont centrés sur l'imagination, le rêve, tout en restant au service du produit, de l'arôme intense, de la qualité unique. Cette marque a également révolutionné le packaging de ces produits en étant parmi les premiers à utiliser des emballages souples, plus synonymes de sensualité.



Fig. 12 : Nespresso, *Unforgettable Taste*, film publicitaire, 2022, diffusé en France et plusieurs pays européens, https://www.youtube.com/watch?v=6meHHZ7_6CA

Nespresso est une marque suisse, répandue dans le monde entier, vendant des machines, des capsules, des tasses, tout un écosystème autour du café. Cette marque promeut un univers élitiste, réservé aux initiés. Pour cela, ils font appel à des stars de cinéma telles que George Clooney et son mythique « *What else ?* », récemment rejoints par des acteurs français comme Camille Cottin et Jean Dujardin pour viser le marché français à travers de la publicité. La mise en scène de leur campagne publicitaire de 2022, *Unforgettable Taste* (Fig. 12), adapte une stratégie similaire à Carte Noire : une scène banale, telle que se lever le matin où le café transforme ce moment en un privilège exclusif. Ici, même les plus grandes célébrités en raffolent.

La marque Nespresso ouvre des boutiques dans les beaux quartiers parisiens. L'intérieur est épuré avec de très beaux matériaux. Les produits sont présentés comme des bijoux sophistiqués que ce soit les machines, les capsules présentées dans des coffrets ou des accessoires modernes. La marque sort fréquemment des nouveaux modèles de machine toujours plus performants en offrant de nouvelles fonctionnalités ce qui tend à rendre obsolètes les modèles précédents, sur les plans technique ou économique. Il force alors à changer ces machines plus souvent.

Ces deux marques mettent en avant un désir de luxe abordable. Elles vendent une image de rêve et une illusion de convivialité qui va se contredire avec des produits tendant vers de l'individualité, comme je vais l'analyser dans la partie suivante¹⁷. Ces marques, surtout Nespresso, ont également intériorisé le rituel du café chez soi. Ces deux exemples montrent aussi une évolution dans notre manière de boire un café chez soi. Si jusqu'à présent c'était un geste mécanique du quotidien, ici ces marques apportent du rêve et promettent un moment suspendu voluptueux.



Pour conclure cette première partie, le café est un héritage visuel fort et une boisson incontournable depuis son arrivée en France au XVII^{ème} siècle. Entre collation dans les sphères privées de la noblesse et démocratisation au sein des nombreux lieux du café, la boisson a touché toute classe sociale confondue. La façon de la consommer au fil des années illustre l'évolution des modes de vie et de nos rapports à la consommation. Ces recherches ont également permis d'observer comment les espaces se sont modulés en fonction des changements d'habitudes. Effectivement les premières peintures ayant comme finalité principale la contemplation présentent le café comme facteur pour montrer un rapport de pouvoir. Puis, avec les films, est développé un imaginaire, fantasmé parfois. Enfin, la publicité procure une attente d'instant mêlant luxe, sensualité et convivialité. Cela montre également l'évolution de nos représentations ainsi que ses objectifs, grâce aux avancées technologiques.

Le café continue aujourd'hui à exister à travers le cinéma ou les publicités, encourageant ainsi les individus à le consommer, que ce soit chez eux, grâce à l'acquisition de machines individuelles, comme je l'aborderai juste après, qu'au sein des espaces publics, que je présenterai en dernière partie.

.....
¹⁷ Voir Partie 2 : *Un usage chez soi en mutation*, «Une préparation individualiste et rapide», page 38



Voir page 86 le détail des cartes de terrain

2

Un usage chez soi en mutation

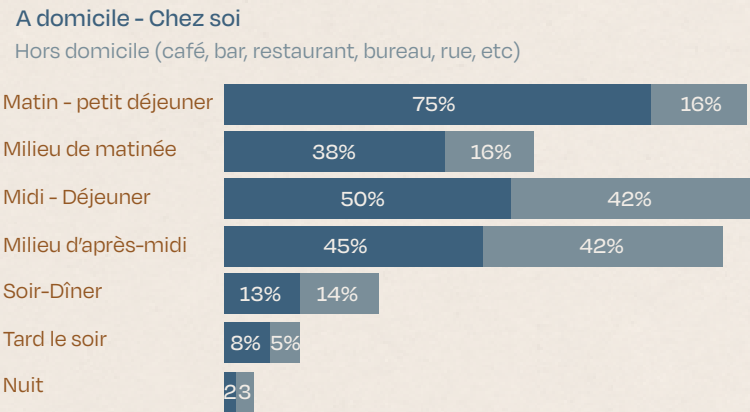
- . Consommer à domicile
- . Une préparation individualiste
- . Les nouvelles tendances
- . L'art de boire le café

Consommer à domicile

Jusqu'à présent, je me suis centrée sur l'histoire du café et ses usages à travers diverses représentations au cours des siècles derniers. Initialement consommé essentiellement en extérieur et dans les lieux publics, il s'invite dès la moitié du XIXème siècle de plus en plus chez le particulier. Je propose d'analyser dans cette partie cette tendance avec son impact dans la sphère intime ainsi que les évolutions.

La sphère intime est d'autant plus intéressante à analyser puisque les Français tendent de plus en plus à boire leur café chez eux plutôt qu'à l'extérieur. Ils le boivent majoritairement au petit déjeuner mais également à midi et dans l'après-midi. (Fig. 13). Une étude réalisée par le Syndicat Français du Café¹⁸ démontre une baisse de fréquentation des établissements servant du café en public. Cette baisse se fait au profit de la consommation à domicile qui représente 61% en 2023 par rapport à la consommation totale.

Fig. 13 : Où et quand buvez vous le plus votre café ? Graphique¹⁹



18 Syndicat Français du Café, « La consommation, de café à domicile, et hors domicile 2023 », *Panorama du Syndicat Français du Café*, 2024, rapport pdf, p. 38, https://syndicatfrancaisducafe.com/wp-content/uploads/2024/10/241023_Panorama-du-Syndicat-Francais-du-Cafe.pdf

19 Issu des chiffres de l'article : Anonyme, « Le café, les Français et leurs habitudes », *Offrir International*, 16 février 2022, sondage réalisé avec 1 024 français en novembre 2021, <https://www.offrir-international.com/article/le-cafe-les-fran-ais-et-leurs-habitudes>

Pourquoi les Français boivent-ils de plus en plus chez eux ?

Ce constat résulte d'une tendance plus générale : les individus restent de plus en plus à leur domicile. Ce facteur est amplifié par le vieillissement de la population, les personnes âgées restant plus à leurs domiciles que les plus jeunes, mais aussi par les conséquences de la pandémie du Covid-19²⁰, avec l'apparition du télétravail. Le travail est pourtant connu pour être l'un des lieux où le café est important pour créer du lien social entre collègues. Je ne dis pas qu'un salarié faisant du télétravail à domicile ne consomme plus de café mais que la finalité est modifiée car l'objectif n'est plus de faire une pause et d'interagir avec ses collègues, mais seulement de profiter des bienfaits du café et d'un moment de détente.

A cela s'ajoute la tendance au « **cocooning** » avec des consommateurs de plus en plus casaniers qui restent par plaisir chez eux et sortent en extérieur seulement pour des nécessités vitales. La fondation Jean Jaurès a notamment publié en novembre 2022 une étude indiquant que « 45% des Français se disent fréquemment atteints d'une envie de rien, qui va jusqu'à les dissuader de sortir de chez eux »²¹. Ce pourcentage représente quasiment la moitié de la population française et peut être les conséquences de la crise sanitaire de 2021 sur notre société qui a impacté nos façons de vivre, de travailler, de consommer ainsi que notre motivation et énergie. Qui, ironiquement, pourrait vite être résolue avec une tasse de café...

20 Solen Berhuet et Sandra Hoibian, Crédoc, pour la Fondation de France, *Les solitudes en France - Un tissu social fragilisé par la pandémie*, novembre 2021, PDF, <https://www.fondationdefrance.org/images/pdf/credoc-edition-2021-du-barometre-des-solitudes-15-novembre-2021.pdf>

21 Pierre Fougères, « Pourquoi les Français ne sortent plus de chez eux ? », *TF1 Info*, 6 janvier 2025, <https://www.tf1info.fr/societe/pourquoi-les-francais-ne-sortent-plus-de-chez-eux-2342229.html>

Fig. 15 : Anonyme, portrait Amalie
Auguste Melitta Bentz, [https://
fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Melitta
_Bentz.jpg](https://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Melitta_Bentz.jpg)



Fig. 14 : Anonyme, 1937, - préparation d'un
café filtre, [https://www.melitta.ca/
portal/pics/MUSA/About_Melitta/time_
journey/1937-timeline.jpg](https://www.melitta.ca/portal/pics/MUSA/About_Melitta/time_journey/1937-timeline.jpg)



Analyser le « chez soi »²² est alors d'autant plus intéressant pour réfléchir sur les mutations sociales et les rapports au temps. Cet espace, qui fait office de refuge et d'abri, permet aux individus de redevenir **eux-mêmes**, loin d'un éventuel rôle social joué en public comme l'aborde Sabine Vassart, une sociologue, en s'appuyant sur des propos de Gaston Bachelard²³. C'est pour cela que la sphère intime est tout aussi révélatrice que la sphère publique. Elle ne représente pas une mini-société mais révèle notre relation et appropriation intime avec un rituel, ses gestes et ses objets qui l'entourent. Comme le constate Hartmut Rosa, un sociologue et philosophe allemand dans son ouvrage *Aliénation et accélération, Vers une théorie critique de la modernité tardive*, écrit en 2012 : « Les êtres humains, selon moi, ont toujours des relations intimes et constitutives avec au moins certains objets. En fait, les choses avec lesquelles nous vivons et travaillons sont dans une certaine mesure constitutives de notre identité »²⁴. Il est donc temps d'analyser ces **objets-témoins** constituant l'univers du café.

Comment la préparation du café chez soi a-t-elle évolué ?

Au XVIII^e siècle, le café commence à rentrer dans les foyers aisés comme un produit de luxe, il est alors consommé à la turque grâce au *cevze*²⁵, ce qui nécessite un certain temps de préparation. Ce n'est qu'au XIX^e siècle, avec l'ère industrielle, qu'apparaissent de nombreuses innovations, en particulier des cafetières, qui vont faire rentrer le café dans presque tous les foyers. L'invention du filtre à papier (Fig. 14) par l'Allemande Melitta Benz (Fig. 15) en 1908 a été une étape décisive, permettant d'accélérer la préparation du café tout en protégeant efficacement le breuvage de la mouture. Elle est à l'origine de la création de l'entreprise du même nom, qui détient encore aujourd'hui 65% du marché des filtres à café²⁶. Il fallait alors verser de l'eau bouillante sur le filtre avec la mouture. Les **cafetières familiales** sont nées. Cette invention a permis de dessiner des objets emblématiques tels que la Chemex²⁷ ou le V60 de la marque Hario.

22 Sabine Vassart, « Habiter », *Pensée plurielle*, 2006, p. 09-19, <https://shs.cairn.info/revue-pensee-plurielle-2006-2-page-9?lang=fr>

23 Philosophe français des sciences, de la poésie, de l'éducation et du temps, auteur de *La poétique de l'espace* en 1957

24 Hartmut Rosa, *Aliénation et accélération. Vers une théorie critique de la modernité tardive*, La Découverte, Paris, 2012, p. 117

25 Voir carte n°4 page 12, *Comment préparait-on le café ?*, 2025

26 Anonyme, « Melitta Voyage dans le Temps », site officiel Melitta Canada, <https://www.melitta.ca/fr/Melitta-Voyage-dans-le-Temps-641.html>

27 Voir carte n°5 page 34, *Quelle est l'histoire de Chemex ?*, 2025

C'est en France qu'est inventée, en 1924, la cafetière à piston, appelée également «**French press**»²⁸. L'eau bouillante est versée dans une cafetière cylindrique en verre, puis se mélange avec le café moulu. Ensuite, en abaissant le piston avec son filtre métallique intégré, on sépare le café du marc. Elle illustre un début de tendance à l'individualisation qui s'éloigne de l'esprit des cafetières familiales. En effet, on passe d'une quantité d'au moins 4 tasses avec la cafetière à filtre, à une quantité variant de 1 à 2 tasses maximum. La cafetière est aussi moins imposante que les cafetières électriques et devient un objet de design.

L'industrialisation a ensuite permis l'intégration d'un système pour chauffer l'eau permettant l'automatisation de la percolation, le tout dans une seule machine. Cela a permis de gagner beaucoup de temps sur la préparation. Les premières machines à café filtre électriques et complètement automatisées sont commercialisées : la Wigomat 100 allemande (1954), la **Melitta** MA120 (1965) et surtout la cafetière Mr Coffee (Fig. 16) aux Etats-Unis (1972) qui fut un vrai produit de masse²⁹.

.....
28 Voir la carte n°7 page 34, *Qu'est ce qu'un atelier de café de spécialité ?*, French Press utilisée lors de cet atelier

29 Site web Mr Coffee, <https://www.mrcoffee.com/>



Fig. 16 : *Untitled*, photo, JackieHelderDesigns, vers 1980, cafetière automatique Mr. Coffee, 10 tasses avec commande numérique et minuterie pour infusion automatique - Modèle CMX-1000-2, D.R : https://i.etsystatic.com/5392147/r/il/2b77bb/6874074138/il_1588xN.6874074138_fk7g.jpg

Une préparation individualiste

Ce rapport au temps et à l'individualité va ensuite changer avec un événement qui bouleverse la consommation du café à la maison, à l'échelle de l'objet : l'arrivée des machines expresso avec dosette-capsule cylindrique. Ces appareils sont apparus dans les années 1970 avec la dosette en papier du fabricant suisse Illy, puis le groupe italien Lavazza dans les années 80 avec son Espresso Point. C'est Nespresso qui va pousser le concept le plus loin et devenir le leader du marché. Créé en 1986, il connaît des débuts difficiles. A partir des années 2000, il s'impose avec son modèle fermé : il conçoit machines et dosettes-capsules, produit le café et vend le tout par internet et dans ses propres boutiques luxueuses³⁰. Les machines individuelles s'installent dans la plupart des foyers.

Ces systèmes sont le résultat de la révolution industrielle et d'innovations techniques motivées par une quête d'efficacité et de rapidité. Aujourd'hui, il est intéressant d'analyser ces machines à capsule car la majorité des buveurs de café l'utilisent; comme le montre ce graphique (Fig.17) reprenant les chiffres d'une étude de 2022 menée par Offrir international³¹.

Que racontent ces machines à capsules ?

Les machines à capsule-dosette se ressemblent et ont un fonctionnement similaire. Se faire un expresso prend désormais 40 secondes contre plusieurs minutes avec les premières méthodes. Cela crée deux contradictions contemporaines. Premièrement, le café sous-entend prendre son temps tandis que ces machines se veulent de plus en plus rapides. Deuxièmement, le café représente historiquement un réel tissu social alors que ces machines poussent à l'individualisation : 1 capsule = 1 personne. Elle répond à un scénario pour une personne seule et ne peut être une cafetière familiale.

.....
30 Julien Baldacchino, « Comment les dosettes de café ont conquis la France », *France Inter*, 24 février 2017, <https://www.radiofrance.fr/franceinter/comment-les-dosettes-de-cafe-ont-conquis-la-france-6641011>

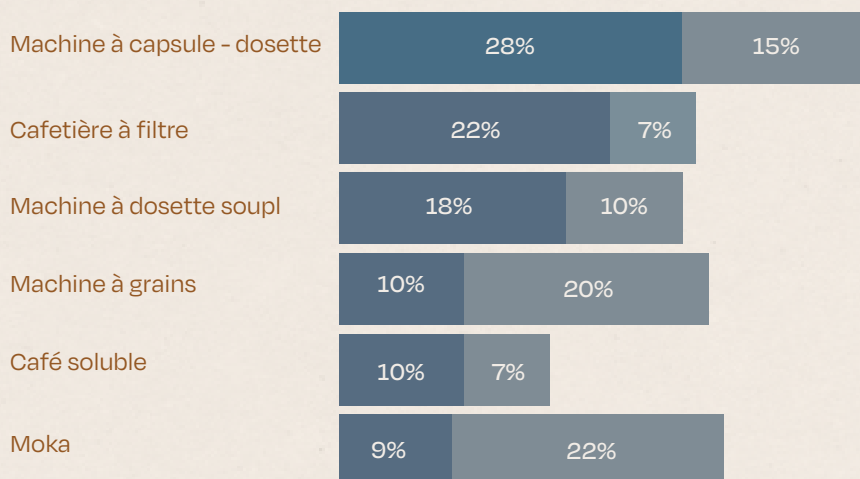
31 Issu des chiffres de l'article : Anonyme, « Le café, les Français et leurs habitudes », *Offrir International*, 16 février 2022, sondage réalisé avec 1 024 français en novembre 2021, <https://www.offrir-international.com/article/le-cafe-les-fran-ais-et-leurs-habitudes>

Différentes marques vendent ces capsules. Nespresso, la plus connue, sort fréquemment de nouveaux goûts tels que vanille, noisette ou différents styles comme expresso, ristretto. Toutes ces possibilités laissées aux acheteurs permettent de personnaliser la confection d'un café au goût de chacun. Si nous partageons un même moment avec des amis, chacun boit un café différent, ce qui n'était pas le cas avec les cafetières filtres familiales.

Fig. 17 : Comment buvez vous votre café ? Graphique

A domicile - Chez soi

Hors domicile (café, bar, restaurant, bureau, rue, etc)





.....

Fig. 18 : Exemple d'une machine à capsule type avec l'un des modèles les plus connus est celui de Nespresso : Inissia, EN80.B de DeLonghi – noire, 2014, Photographie D.R : <https://img.kavosdraugas.lt/55f296d9-6a46-47ef-9c3b-7eb7ecb36b19/1000x1000/deen80bupd1png.jpg>

Quelles sont les conséquences d'un tel tournant?

La machine à capsule (Fig. 18) tend à être de plus en plus petite et épurée. Les consommateurs misent sur un bel objet high-tech et une promesse d'être plus performant mais en réalité cet objet est plus fragile et éphémère que ces prédécesseurs. Avec un fonctionnement électrique caché et complexe, il est désormais plus difficile de le réparer seul. Cela raccourcit son cycle de vie et pousse les utilisateurs à les changer fréquemment. Le philosophe Hartmut Rosa va évoquer une notion intéressante de structure jetable :

« Finalement, l'incroyable augmentation de la vitesse de la production a changé fondamentalement la relation entre les êtres humains et leur environnement matériel : en fait, nous renouvelons les structures matérielles de nos mondes vécus [...] à des rythmes si élevés que nous pourrions presque parler de « structures jetables »³².

Ces machines à capsule sont simples à utiliser : on a juste à appuyer sur un bouton. Nos interactions sont limitées au maximum avec l'objet. Plus l'appareil est complexe, plus le geste ne l'est pas; il s'appauvrit ce qui enlève peu à peu cette transmission d'un savoir-faire. Ici, le geste est programmé en fonction de la machine et les consommateurs en perdent le contrôle. Les gestes pour faire un café étaient auparavant plus développés. Ils permettaient d'accompagner les grains de café jusqu'à qu'ils se transforment en boisson chaude. La machine cache la préparation, et la capsule cache le café. Pourtant, sentir, voir, mesurer la quantité de café et toucher la finesse de la mouture sont des critères qu'autrefois les consommateurs prenaient minutieusement le temps d'ajuster selon leurs préférences. C'est à travers ces schèmes qu'apparaît une réelle personnalisation du café.

.....
³² Hartmut Rosa, *Aliénation et accélération. Vers une théorie critique de la modernité tardive*, La Découverte, Paris, 2012, p. 61

A l'échelle de la capsule, une standardisation apparaît pour la rendre compatible avec un plus grand nombre de machines de marques différentes. L'enseignant en design Patrick Beaucé décrit bien cette évolution touchant le marché en général : «Au fur et à mesure de son développement, le mode de production industriel s'est caractérisé par une production en série rendant indispensable la standardisation des produits.»³³. Avec son poids sur le marché, ces machines viennent jusqu'à standardiser le mode de vie des consommateurs.

Une question survient alors : l'aspect écologique et les déchets de capsules jetés après la première utilisation. Le café est en lui-même biodégradable, à l'inverse des capsules en plastique ou en aluminium. Si certaines marques comme Nespresso tentent de s'adapter en proposant de recycler leur capsule en aluminium, seulement 1 capsule sur 5 est recyclée. Les consommateurs n'ont pas l'habitude de trier. On compte jusqu'à 6 tonnes de déchets de capsules par jour.

.....
33 Patrick Beaucé, « Le design de la fin des marchandises », *Multitudes*, 2013, p. 180-184, <https://shs.cairn.info/revue-multitudes-2013-2-page-180?lang=fr>



Les nouvelles tendances

Toutefois, certaines marques de machine à café expresso s'opposent à ce système de capsule et proposent une autre manière d'appréhender la préparation du café. C'est le cas, par exemple, de la marque *La Marzocco*. Je vous invite à lire quelques extraits d'une interview réalisée avec une employée de cette marque sur la carte n°6 page 32, *Pourquoi La Marzocco est contre les capsules?*. Cette marque vient en contraste et propose des machines conjuguant savoir-faire et qualité professionnelle plutôt que rapidité et esthétique. Initialement dédiée aux professionnels, elle attire dorénavant les passionnés et amateurs de bon café. Elle permet de vivre l'expérience vécue dans des cafés professionnels au sein de la maison.

Parallèlement, l'essor des machines à grains, autrement dit à broyeur incorporé, est également un nouveau phénomène. Aude Lacarin, consultante senior chez NielsenIQ, précise : «Les machines à café avec broyeur se démocratisent de plus en plus grâce à un intérêt croissant pour le café en grain qui connaît une croissance fulgurante depuis 10 ans, +379 % de ventes en volume.»³⁴. Cette croissance pourrait s'expliquer par la volonté d'un retour vers de l'authenticité, vers le plaisir de la préparation en choisissant chaque étape du processus, à commencer par l'achat des grains de café chez un torréfacteur. En effet, même les modèles les plus high-tech laissent le consommateur aux commandes, en lui permettant par exemple de régler la finesse du café moulu. Avec cette coupe (Fig. 19) on remarque que le fonctionnement est très complexe mais garde les grains apparents dans un réservoir ce qui contribue au plaisir de la préparation. C'est l'exemple parfait qui prouve que l'innovation technique n'est pas uniquement synonyme de rapidité.

C'est une tendance aussi développée pour des raisons écologiques avec un objectif de **zéro déchets** sans utiliser de capsule ou alors des capsules réutilisables.

.....
34 Aude Lacarin, « La France de plus en plus séduite par le café en grains mais toujours attachée à la dosette », *Places du Café*, 1er octobre 2024, <https://www.placesducafe.com/decouvrir-le-cafe/la-france-de-plus-en-plus-seduite-par-le-cafe-en-grains-mais-toujours-attachee-a-la-dosette-117>



Fig. 19 : Coupe perspective 3D, Machine à café double broyeur Professionnelle - Giga X8c Alu Black Jura, (double broyeur, écran tactile - 6 948,00 €) «Conçue pour la performance», Photo, D.R : https://www.bresilia.fr/1863-large_default/giga-x8c.jpg

.....
Fig. 20 : Solenn Duluc, *Atelier Café de spécialité*, août 2025, photos, Paris, préparation Hario V60 - gestes



Moudre



Préparer le filtre papier

Avec ces nouvelles machines, se développe aussi le café de spécialité³⁵. Le **café de spécialité**, autrement appelé le café gourmet, permet de catégoriser le café en fonction de sa qualité. Les consommateurs l'achètent chez des torréfacteurs tels que *Terres de Café*³⁶, chaîne réputée à Paris, qui milite pour les cafés de terroirs, comme les cavistes pour le vin. Les cafés de spécialité font attention à l'origine et à la traçabilité ; la torréfaction est généralement moins puissante que pour le café des grands distributeurs qui banalise le goût en sur-torréfiant. Cela permet d'élever la boisson à un stade de luxe similaire au vin et de créer un réseau d'amateurs. Également, le café en grain est moins cher que le café en capsule.

Ces nouvelles tendances s'inscrivent dans un mouvement appelé, **slow coffee**, qui reste encore peu répandu. Ce mouvement récent permet de retrouver le plaisir de l'authenticité et de reprendre le temps de boire un vrai bon café. C'est à l'opposé de ce que proposent les machines à capsules. Un article du Monde³⁷ constate un retour vers un rapport au temps lent pour déguster son café. Loin des expressos, on se rapproche d'une ancienne méthode utilisant un filtre avec une infusion plus lente, une chorégraphie rodée, un geste précis (Fig. 20) et des grains de qualité pour assurer un goût meilleur. Des portes-filtres avec un bec verseur sont principalement utilisés tels que les modèles iconique du XXème siècle : la Chemex, V60, etc.

35 Voir la carte n°7, page 34, *Qu'est ce qu'un atelier de café de spécialité ?*, 2025

36 Terres de Café, entreprise française de torréfaction de cafés de spécialité fondée à Paris par Christophe Servell en 2009 https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2025/09/23/christophe-servell-la-creme-du-cafe_6642492_4497319.html

37 Léo Bourdin, « L'engouement pour le « slow coffee » : de l'art de déguster un bon café », *Le Monde*, 4 février 2024, https://www.lemonde.fr/le-monde-passe-a-table/article/2024/02/04/l-engouement-pour-le-slow-coffee-de-l-art-de-deguster-un-bon-cafe_6214683_6082232.html

L'art de boire le café

Déguster un café, ce n'est pas qu'une question de cafetière, mais aussi d'accessoires pour le servir et le boire : service à café, tasses, soucoupes, cuillères, voire sucrier et pot à lait. Il y a tout un art de vivre autour du café. L'échelle de ces ustensiles raconte autant que les lieux et les machines à café. Ces différentes typologies reflètent des significations sociales ainsi que des valeurs. Comme l'explique le sociologue Jean Baudrillard dans son livre *Le système des objets*³⁸, les objets ne sont pas seulement des outils, mais des signes de statut, de goût et de distinction sociale. Pour l'anecdote, l'auteur y prend à plusieurs reprises l'exemple du moulin à café.³⁹

Comment recevoir chez soi ?

Les usages ont connu des mutations au cours du temps et en fonction du milieu social. Jusqu'à la fin du XX^e siècle, il était coutume dans la bourgeoisie de posséder un service à café pour un usage à la fin d'un repas ou au cours de l'après-midi. Des grandes maisons d'art de la table, telles que Christofle ou Puiforcat, ont produit des services à café en utilisant différents matériaux : métal argenté, argent, bois (Fig. 21 et 22). Avec ces pièces d'exception, il s'agissait de faire de la consommation du café un moment élégant et raffiné. Cet instant est alors codifié comme cela apparaît dans le livre du *Savoir Vivre* édité en 1990, où Sabine Denuelle explique comment recevoir et prendre le café : « Le café n'est jamais servi à table; il s'apporte sur un plateau ; la tasse est posée sur une soucoupe »⁴⁰.

.....
38 Jean Baudrillard, *Le Système des objets*, Gallimard, Paris, 1968

39 Voir carte n°3 page 12, *Comment obtenait-on la mouture ?*, 2025

40 Sabine Denuelle, *Le savoir-vivre, guide pratique des bons usages d'aujourd'hui*, Larousse, Paris, 1992, p. 65-66

Le café est alors un réel symbole d'hospitalité dans les espaces privés et fait l'objet d'un rituel. Avec l'évolution de la société, son usage disparaît peu à peu et on trouve aujourd'hui beaucoup de ces services dans les brocantes à des prix abordables. Je vous invite à consulter la carte n°8, située page 34, *Que reste t-il des services à café ?* Cela répond à un désir de simplification de l'art de recevoir.

Aujourd'hui, même s'il est toujours synonyme d'hospitalité, et se propose toujours à la fin du repas, le café est consommé de façon plus spontanée tout au long de la journée, par exemple, inviter ses voisins autour d'une tasse. Plus qu'un savoir-vivre, le café est devenu un automatisme.



Fig. 21 : Charles Christofle, *Service à thé Café*, 1930, photo - orfèvre, D.R : <https://www.anticstore.com/1930-christofle-christian-fjeringstad-service-the-cafe-art-deco-metal-argente-97717P>



Fig. 22 : Christofle, «mood coffee», plateau acier, ensemble tasses expresso en porcelaine, ensemble 6 cuillères à expresso en métal argenté, 2015, D.R : https://www.christofle.com/eu_fr/plateau-mood-coffee-32-cm-acier-b05900636.html



La tasse, avec sa soucoupe, est toujours le plus souvent utilisée pour servir le café. L'Institut national italien de l'espresso (INEI⁴¹) préconise de boire son espresso dans une tasse en porcelaine blanche d'une contenance de 50 à 100 ml. Chaque tasse est dessinée pour garder au mieux la chaleur et les arômes du type de café. Parmi les tasses les plus iconiques, on peut retrouver celles dessinées par Matteo Thun, architecte et designer italien, qui a créé en 1991 la tasse à café blanche Illy⁴² mêlant art et espresso au sein d'un récipient idéal pour la dégustation. Les designers et artistes travaillent fréquemment sur ce sujet du quotidien en proposant des projets mêlant tradition.

Le bol reste tout de même très utilisé au moment du petit déjeuner. Aujourd'hui, on remarque aussi une émergence du mug (anglicisme - grande tasse), plus populaire, au sein du domicile avec une contenance plus importante. Il a une esthétique plus personnelle et facile d'usage. Il est également devenu un objet de marketing utilisé notamment par les entreprises comme goodies. Cela va-t-il marquer la fin de la tasse ? On peut remarquer que la soucoupe se fait de plus en plus rare. Si les tasses ont connu un changement de style au cours des époques, elles restaient pour l'usage du café uniquement. Le mug ou le bol sont des objets où le café n'est pas exclusif car ils sont multi-boissons - lait, céréales, thé. Ces mugs viennent standardiser la façon de consommer en supprimant la personnalisation qu'offrait les contenant. Il n'y a plus 1 objet = 1 usage.

.....
41 Istituto Nazionale Espresso Italiano, «The Certified Italian Espresso and Cappuccino, Brescia», *Centro Studi Assaggiatori*, 2006, <https://fr.scribd.com/document/348544196/Espreso-Italiano>

42 Fabricant italien, inventeur de la dosette papier, cité page 42, *Une préparation individualiste et rapide*

La cuillère à café est également un outil important. Elle permet de mélanger son café, outil et geste important pour l'expresso par exemple car les arômes du café se trouvent dans la «crema» située à la surface. Cette cuillère est devenue un instrument de mesure que l'on retrouve dans des recettes : «Après 3 cuillères à café de farine, ajouter deux cuillères à café de sucre». Cela démontre l'importance du café dans les foyers en devenant une norme.



Pour conclure cette partie, la façon de préparer et de consommer le café a beaucoup évolué dans nos foyers au cours du dernier siècle. Comme le développe Jean Baudrillard, déjà cité, ces objets reflètent un mode de vie propre à une époque. Les contenants d'aujourd'hui reflètent un mode de vie standardisé. Cela résulte d'innovations techniques et industrielles ainsi que des tendances sociales comme le «cocooning» et la simplification de nos modes de vie avec un rapport au temps rapide. Cette évolution crée de nouveaux problèmes, que ce soit écologique ou une modification des interactions sociales. Cependant, on commence à observer un retour à un temps long avec l'émergence du slow coffee, bien qu'il reste rare. Le développement de cette partie permet de réaliser que nous vivons dans une époque de contradictions et de changements ; et l'usage du café l'illustre. A travers cette analyse, on remarque également que c'est un luxe de pouvoir prendre le temps, de se faire un bon café et d'obtenir un équipement high tech coûteux. Dans ce contexte, on peut se demander comment s'adaptent les lieux publics autour du café ?



Voir page 86 le détail des cartes de terrain

3

La guerre des cafés dans l'espace public

. Les derniers cafés parisiens

. Un second souffle

. Café en mouvement

Les derniers cafés parisiens

A travers cette partie, je vais me concentrer sur les espaces publics accueillant les consommateurs de café. Cette analyse permettra de révéler les mutations sociales et sociétales au cours des dernières années. Le lieu public où l'on boit du café était autrefois un prolongement du logement avec un passage spontané et parfois ritualisé. Mais comme remarqué précédemment, son usage se raréfie. En 2022, on recense la fermeture de 40 % des cafés dans la capitale et couronne périurbaine en 20 ans⁴³. Si le café s'invite de plus en plus dans la sphère intime, que reste-t-il des cafés parisiens ? Où les français, et plus précisément les parisiens, continuent à maintenir une vie sociale à l'extérieur de chez eux ? Comment sont désormais vécus ces espaces, anciens symboles de convivialité ? On retrouve dans Paris, deux principaux types de cafés : les cafés traditionnels et les cafés plus populaires comme les cafés tabac ou les bars PMU.

.....
43 Jeanne Cassard, « 40% des cafés ont disparu en vingt ans : mais où sont passés les zincs parisiens ? », *Le Parisien*, 29 janvier 2022, <https://www.leparisien.fr/paris-75/40-des-cafes-ont-disparu-en-vingt-ans-mais-ou-sont-passees-les-zincs-parisiens-29-01-2022-5LTLEKC6O-JCVVM6ANFAVKNMV6I.php>

Que deviennent les cafés traditionnels d'autrefois?

Dans un contexte où les cafés diversifient leur carte en proposant de l'alcool, de la nourriture et des pâtisseries, il est important de préciser la différence entre un café, un restaurant, une brasserie et un bar. Effectivement tous ces lieux proposent aussi du café. Qu'est ce qui les différencie ? Tout d'abord, le restaurant est ouvert uniquement pour le déjeuner et le dîner, et propose un menu composé d'une entrée, un plat, un dessert et un café ou digestif pour finir le repas que nous prenons assis à une table. Une brasserie est historiquement un lieu pour consommer de la bière qui offre un service dès le matin jusqu'au soir avec un large choix de plats issus de la cuisine française traditionnelle. Le bar ne sert que des boissons, surtout alcoolisées, souvent dans une ambiance musicale et ferme tard. On s'y retrouve au comptoir ou sur des tables et tabourets hauts. Le café se singularise par son ouverture matinale avec des consommateurs venant s'y installer pour un temps de pause court et propose une petite carte, comme l'explique Claude Guittard dans l'article de Madame Le Figaro : «On s'installe au café essentiellement pour boire et éventuellement pour consommer un encas. Mais seulement un sandwich, une salade ou un croque-monsieur»⁴⁴. En effet, manger un jambon-beurre suivi d'un café au comptoir est un miroir de l'art de vivre à la française. Cela permet aux ouvriers, salariés et individus pressés de prendre un repas économique et rapide. Je vous invite à consulter la carte n°9 page 56, Quelle ambiance dans un café traditionnel? , sur ce sujet. Cette habitude est en déclin avec l'arrivée des fast-foods, originaires des Etats Unis, dont la consommation des hamburgers a officiellement dépassé en France celle du jambon-beurre en 2017, selon BFMTV⁴⁵.

44 Megan Arnaud, « Ne plus confondre brasserie, bistrot et café ! », *Madame Le Figaro*, 15 septembre 2020, <https://madame.lefigaro.fr/cuisine/quelles-sont-les-differences-entre-brasserie-bistrot-et-cafe-160519-165104>

45 Anonyme, « En France, le traditionnel jambon-beurre a été pour la première fois détrôné », *BFM Tv*, mars 2018

Le café traditionnel parisien est un espace flexible où on peut choisir entre plusieurs scénarios : celui de s'installer en terrasse, entouré du bruit de l'extérieur, à l'intérieur pour plus d'intimité, ou se poser au comptoir et discuter avec le gérant et les habitués. Ces différents scénarios donnent la possibilité aux usagers de s'approprier le lieu et d'être libre de «l'habiter» comme ils le souhaitent.

Le café garde une ambiance chaleureuse avec parfois un fond sonore qui vient remplacer les anciennes distractions mondaines. Les cafés sont toujours équipés de tables et chaises serrées les unes contre les autres et exposées à la lumière naturelle pour favoriser les échanges. En plus de cela, un comptoir invitant à la discussion avec son barista est un élément toujours aussi central qui rend l'espace accueillant. Que serait un café sans son comptoir ? «Le comptoir d'un café est le parlement du peuple », cette citation attribuée à Honoré de Balzac, l'écrivain qui buvait cinquante tasses de café par jour, montre l'impact social intemporel de ces cafés ainsi que le symbole que représente un comptoir de café. Le café pris au comptoir est d'ailleurs moins cher que le café servi à table en salle. Robert Doisneau, un célèbre photographe français du XXème siècle, réputé pour son art de l'instant présent, a souvent pris des clichés de ces cafés avec leur comptoir et les histoires qui se créent autour. Il permet de rassembler différents profils ouvriers, jeunes mariés et de créer une mixité sociale comme le montre ces clichés (Fig. 25). Ce sujet lui permet de constater alors l'importance de ces cafés et bistrots où il écrira :

«Je maintiens qu'il est bon de posséder un bistrot familial.
Deux, c'est encore mieux.»⁴⁶

.....
46 Benoît Dupuis-Tordjeman, « Robert Doisneau, le temps d'un instant » *Beware*, 24 septembre 2025 <https://www.bewaremag.com/artistes/robert-doisneau/>

.....
Fig. 23 : Robert DOISNEAU, *Café noir et blanc*, Joinville-le-Pont, 1948, Centre
Pompidou, MNAM-CCI/Georges, <https://www.centrepompidou.fr/en/resources/oeuvre/cEbb5p9>





.....

Fig. 24 : Robert DOISNEAU, *Les coiffeuses au soleil*, juin 1966 © Atelier Robert Doisneau, <https://www.artscape.fr/wp-content/uploads/2025/04/2-7.jpg>

Ces cafés traditionnels regroupent également les anciens cafés historiques qui sont loin d'être restés des lieux de débats philosophiques. Comme montré dans la première partie avec l'exemple de la série *Emily in Paris* ou *Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain*, les cafés ayant marqué l'histoire et notre culture comme le café des 2 Moulins, le Procope, le Café de Flore sont surtout devenus des attractions touristiques. Il y a un fantasme international autour des cafés à Paris. Cela crée un paradoxe car les Parisiens fréquentent de moins en moins ces établissements tandis que les touristes envient cette habitude jusqu'à peupler la plupart des terrasses parisiennes, ce qui contribue grandement à maintenir économiquement en vie certains de ces cafés traditionnels.

Les cafés traditionnels parisiens sont marqués par un autre élément clé : la terrasse. Ce marqueur d'usage existe déjà au XIX^{ème} siècle. Toutes les chaises et tables sont alors tournées vers la ville pour que les consommateurs regardent les passants et la ville vivre, comme l'illustre cette nouvelle photographie de Robert Doisneau (Fig. 24). Ces cafés historiques sont vécus aujourd'hui principalement comme des espaces de contemplation ou touristiques. Une autre catégorie de cafés est présente dans notre paysage urbain : les cafés PMU.

Quel avenir pour les «cafés du coin» ?

Jusqu'à présent nous avons abordé les cafés traditionnels parisiens qui reflètent un charme à la française. Pour continuer cette analyse, je vous invite à lire la carte numéro 10 page 56 : Quelle ambiance dans un café PMU ? ; retraçant une de mes observations dans un café PMU Le Saint Denis, qu'on peut considérer comme étant un « café du coin ».

Aujourd'hui nous retrouvons beaucoup de « cafés du coin » associés au PMU, Paris Mutuel Urbain. PMU est une entreprise des années 1930, qui organise des paris hippiques. Les cafés PMU, symbole de la France populaire, se sont rapidement répandus dans toute la France où l'on en recense aujourd'hui plus de 14 000⁴⁷. Les PMU présentent, en fonction de leur localisation et de leur superficie, de nombreux usages : café, vente d'alcool et de tabac, restauration, jeux de hasard, relais-colis ou encore épicerie. Même si le café PMU est au départ une icône de la France populaire⁴⁸, ses différents usages amènent une diversité de clients, ce qui donne une mixité sociale importante. Cette mixité reste de courte durée puisque les relations créées au sein du PMU sont éphémères. Le sociologue Pierre Boisard⁴⁹ qualifie d'ailleurs ces lieux de « pièce de théâtre » ce qui montre à nouveau la diversité.

Cependant, de nombreux « cafés du coin » ferment pour des raisons économiques : un loyer cher, une baisse de clientèle et des changements d'habitudes qui profitent à la concurrence. Le photographe Guillaume Blot a réalisé des photos des derniers « rades » en milieu rural et urbain, comme un hommage à ce patrimoine français qui tend à disparaître. Il propose des visuels forts qui montrent les derniers bistrot - cafés, rades, qui résistent. A travers ces 200 photos environ, il expose la convivialité de ces espaces mais aussi leur nécessité pour la société et les relations sociales.

.....
47 Anonyme, « Le PMU ouvre son 14 000ème point de vente », *Le Monde du Tabac*, 28 février 2024, <https://www.lemondedutabac.com>

48 Jean-Laurent Cassely, fondateur de la Maison Cassely, « Le bar PMU est devenu une icône de la France populaire », *Ma France, le journal des régions*, 7 février 2025, Radio France <https://www.francebleu.fr/emissions/ma-france-le-journal-des-regions/le-bar-pmu-est-devenu-une-icone-de-la-france-populaire-jean-laurent-cassely-8179380>

49 Pierre Boisard, sociologue auteur de *La vie de bistrot*, « Le café, ce lieu de mixité sociale », *Les choses de la ville*, Podcast France Inter, 4 juillet 2020, <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/les-choses-de-la-ville/le-cafe-ce-lieu-de-mixite-sociale-9173551>



Fig. 25 : Rabah, barman du Zorba dans le Xe arrondissement Paris, pose avec deux tasses devant les yeux, le 3 décembre 2019. Photo : Guillaume Blot, https://www.liberation.fr/photographie/2020/04/29/habitues-en-rade_1786473/

L'Unesco a ainsi défini ces lieux : « Les cafés sont des catalyseurs de sociabilité ». Si divers facteurs ont impacté notre rapport au café, il a également été permis de mettre en valeur son importance au sein de notre société. Quelles conséquences la fermeture des cafés aura-t-elle sur la vie sociale ? Ces changements socio-culturels agissent de manière néfaste sur la vie sociale des habitants, en particulier en milieu rural, puisque les lieux publics de convivialité se font plus rares qu'en ville. Cet aspect est d'autant plus notoire puisque des associations, comme 1000cafés⁵⁰, ont vu le jour. Il agit surtout en milieu rural, pour le maintien des derniers cafés de village. Les membres de cette association sont convaincus que le mal-être naissant de certains habitants est intrinsèquement lié à la fermeture des cafés.

⁵⁰ Site web, 1000cafés, «Ensemble, faisons (re)vivre le café de village» <https://www.1000cafes.org/>

Un second souffle

Dans un contexte où les cafés traditionnels s'essoufflent, on voit apparaître à Paris au même moment, deux tendances opposées : le take away et les coffee shop. Je vais commencer par analyser les coffee shop. Inspirés des Etats-unis, ils sont arrivés dans les années 90 en France avec les Starbucks, qui visent une clientèle plus jeune. Cette nouvelle tendance arrive parallèlement à l'émergence du slow coffee et du café de spécialité, tous les trois marqueurs d'un retour vers un rapport au temps plus long. L'habitude de boire cette boisson est tellement ancrée dans le quotidien que les consommateurs ne prennent plus le temps de la préparer, de la sentir, de la déguster véritablement. Les coffee shop innovent en permettant justement de faire renaître cette expérience sensorielle où l'intérêt ne réside plus dans les bienfaits énergisants de la boisson, mais dans le développement de ses arômes et de sa saveur. Dans un coffee shop, on personnalise réellement son café en agissant à chaque étape du processus : choix du café, date de torréfaction, type de machine utilisée. C'est très différent de la capsule standardisée.

A la différence des cafés parisiens, un coffee shop ne propose pas d'alcool, ni de restauration à proprement parler. Cependant, il mise sur un choix de pâtisseries sucrées, avec des muffins, mais également du salé, avec des bagels par exemple. Cette nouvelle carte a une incidence directe sur l'ambiance du lieu. Bérénice Talarmin, fondatrice du coffee shop Magma écrit « La différence fondamentale avec les cafés ou les bars, c'est que nous ne proposons pas d'alcool, et cela modifie radicalement l'atmosphère, créant un cadre plus détendu »⁵¹. Ce choix permet d'accompagner au mieux le café. Les coffee shop s'inscrivent dans une dynamique de «café de spécialité», comme expliqué en amont.

.....
51 Bérénice Perrocheau, « Design & caféine : les coffee shops prennent le pouvoir ! », IDEAT, 12 mai 2025, <https://ideat.fr/tendance-coffee-shops-france/>

Le coffee shop s'adapte également aux personnes ne buvant pas de café, avec des boissons tendances telles que le matcha. Les boissons sont plus chères mais cela est justifié par une meilleure qualité des produits, ce qui fait de ce lieu un nouveau type de luxe. Face à la disparition des cafés PMU et café traditionnels, amène une évolution de nouveaux rapports au temps et à la convivialité. En effet, le côté spontané et chaleureux du café PMU est concurrencé par de nouveaux espaces se voulant plus sophistiqués.

L'architecture intérieure et la décoration jouent également un rôle central. Machines à expresso apparentes, Chemex, V60, sacs de grains, broyeurs, parfois des machines de torréfaction installées au milieu de l'espace, deviennent des éléments scénographiques à part entière. Comme le décrit un article consacré au coffee shop Partisan, situé rue de Turbigo à Paris, « une imposante machine de torréfaction de dernière génération trône au centre de la pièce comme une œuvre d'art »⁵². Le lieu ne se contente plus de servir du café : il met en scène sa fabrication et valorise son côté artisanal avec son processus (Fig. 26).



Fig. 26 : Partisan, instagram, 14 mars 2024, instagram <https://www.instagram.com/partisancafe/?hl=fr>

⁵² Léo Bourdin, « Doit-on encore boire son café ? », *Le monde*, 2021, https://www.lemonde.fr/m-gastronomie/article/2021/11/06/doit-on-encore-boire-son-cafe-dans-un-cafe_6101152_4497540.html

Un nouveau concept est apparu récemment avec le lancement de la «Maison Nespresso» : le premier «coffee concept store». Nespresso s'adapte aux tendances et habitudes actuelles en ouvrant un coffee shop au 47 rue Vieille du Temple à Paris, avec une surface de plus de 200m2. L'espace est scindé en deux avec une partie boutique Nespresso et une partie concept store. Il mise sur une ambiance chaleureuse avec un esprit maison où on retrouve un salon, une cuisine.

Il propose un nouveau type de luxe en travaillant les espaces, expériences et ambiances avec des professionnels du milieu, comme le décrit cet extrait d'article : « Nespresso a fait appel aux meilleurs esprits créatifs de la capitale pour nous ouvrir les portes d'un lieu aussi chaleureux qu'inspirant. Artistes, chefs et créateurs se sont réunis dans ce projet qui invite une communauté de passionnés du café à partager un lieu et une expérience »⁵³. Au niveau du design intérieur, Nespresso fait appel à Rudy Guénaire⁵⁴, un architecte réputé de la capitale surtout dans le domaine de la restauration, dessinant un espace avec un style rétro-futuriste répondant au désir d'une ambiance accueillante. Nespresso a également fait appel à un artiste plasticien qui se nomme Thomas Lélou. L'expérience a été pensée jusqu'au bout avec une programmation musicale travaillée par Pedro Winter, un compositeur et producteur de musique électronique français.

On y voit sur ces photos des verseurs iconiques du XXème siècle avec une French press, une chemex, un V60 Hario ainsi que des machines à grains. Cela crée un contraste avec leur offre d'origine qui était du café en capsule.

53 Anonyme, « Morning retail : Nespresso ouvre un coffee shop à Paris », *BFM*, 30 octobre 2025, <https://www.dailymotion.com/video/x9swmb0>

54 Anna Kaplan, « Nespresso inaugure son tout premier coffee concept store au cœur du Marais à Paris », *GQ Magazine*, 30 octobre 2025, <https://www.gqmagazine.fr/article/nespreso-inaugure-son-tout-premier-coffee-concept-store-au-coeur-du-marais-a-paris>





Fig. 28 : Jennifer Padjemi, Paramaz, à Paris, à la fois atelier, boutique et café. Jennifer Padjemi, IDEAT, D.R : <https://ideat.fr/wp-content/uploads/sites/3/2025/05/paramaz-1-scaled.jpg>

De manière plus générale, les concepts stores installés, souvent par des grandes marques, ces dernières années utilisent fréquemment le café pour créer des ambiances détendues et qui incitent le consommateur à rester plus longtemps. C'est une stratégie commerciale pour créer une nouvelle relation avec le client. Jennifer Padjemi dans son article « Tendance : la pause café, l'arme secrète des concept stores »⁵⁵ explique que le café arrive alors comme une solution pour renouveler une expérience. Par exemple, Paramaz est une maroquinerie située dans la rue Hérold, à Paris, où nous retrouvons un espace café (Fig. 28).

Le café dans l'espace public se module au goût des consommateurs et propose toujours des nouvelles offres comme constaté avec les coffee shop, concept store mais il existe aussi d'autres typologies. Par exemple, l'arrivée des work coffee est une conséquence de l'isolement du télétravail. Ces espaces fonctionnent parfois avec un abonnement et ne sont pas vécus de manière conviviale car l'objectif est de travailler. Toutes les personnes sont derrière leurs ordinateurs. Le comptoir est toujours central avec une personne servant du café, parfois du café de spécialité. Il existe également des cafés thématiques : certains avec des chats qui viennent ronronner pendant qu'on déguste notre café. D'autres s'allient à une passion : la céramique, le vélo, la course à pied (running club). Ici le café permet de créer une vraie communauté.

Je vais aborder la deuxième tendance opposée à celle des coffee shop née de l'évolution des cafés traditionnels : le café à emporter autrement appelé le «take away».

⁵⁵ Jennifer Padjemi, «Tendance : la pause café, l'arme secrète des concept stores» , IDEAT, 16 mai 2025, <https://ideat.fr/tendance-la-pause-cafe-larme-secrete-des-concept-stores/>

Café en mouvement

Il est temps d'aborder un phénomène mondial ayant eu un impact sur la disparition des cafés traditionnels parisiens : le take-away. Ce mode de consommation moderne, inspiré des Etats-Unis, a complètement envahi notre environnement parisien. Nous sommes désormais habitués à croiser des personnes avec un café dans les mains, que ce soit dans la rue, un parc, le métro ou au travail.

Encore une fois, des représentations cinématographiques démontrent leur importance et ont influencé nos méthodes de consommation. Par exemple, le film américain, « Diamants sur canapé » (Fig. 29), montrant dans une scène Audrey Hepburn dont les vêtements luxueux et les bijoux contrastent avec son café pris en take-away dans un gobelet en carton. Cette scène représente une image élégante du café à emporter, habitude déjà présente dans les années 60 aux Etats-Unis.

« Le diable s'habille en Prada » (Fig. 30), autre film américain plus récent montre l'essor d'une tendance qui ne tardera pas à envahir la France : le «**deskfast**». On y voit l'actrice Anne Hathaway ramener des cafés au bureau comme lui a demandé sa directrice. Cela rappelle le cliché du stagiaire qui prépare ou ramène le café. Le «**deskfast**» signifie prendre son petit déjeuner au travail, et donc rapidement. Ainsi, un salarié va en chemin passer devant une boulangerie, acheter une pâtisserie ou une viennoiserie avec un café à emporter pour le déguster en allumant son ordinateur. Depuis quelques années, on remarque en effet que nos boulangeries proposent très souvent des cafés à emporter.



Fig. 29 : Blake Edwards (réalisateur), Audrey Hepburn (actrice), *Breakfast at Tiffany's*, 1961, film américain, durée 1h55



Fig. 30 : David Frankel (réalisateur), Anne Hathaway (actrice), *The Devil Wears Prada*, 2006, comédie, durée 1h49

Une marque bien connue des parisiens a eu un impact fort sur l'expansion du take away et des coffee shop : Starbucks. Je vous suggère de lire la carte numéro 11 page 56, *Quelle ambiance chez Starbucks ?* ; retraçant mon expérience client dans une boutique de cette enseigne . Cette entreprise est omniprésente visuellement dans notre paysage avec cent Starbucks déployés dans Paris et des gobelets en cartons signés d'une sirène que nous retrouvons au mieux dans les mains des consommateurs et au pire par terre.

Le café à emporter est uniquement servi dans des gobelets en cartons qui sont jetés après la première utilisation le plus souvent. La cuillère est remplacée par une touillette en bois et le sucrier s'est adapté en sachet de sucre en papier. Le gobelet en carton, la touillette et le sachet de sucre sont alors standardisés. Le café se boit de plus en plus pendant le transport et son design se métamorphose pour tendre à cette finalité. Cela pose un problème de gaspillage et de pollution : certains tentent de lutter contre cette dérive en utilisant des gobelets réutilisables par exemple. Des designers ont également tenté de résoudre ce problème en dessinant des gourdes isothermes qui permettent de transporter son café à partir de chez soi en le gardant au chaud. Faciliter, ne pas prendre de place, ne rien renverser, occuper le temps disponible sont les nouvelles finalités promises aux consommateurs. Le gobelet de café se rapproche plus d'un accessoire de mobilité qu'un instant de pause. Remplace-t-il la cigarette en permettant de donner une contenance et d'occuper ses mains?

L'essor de l'art du café à emporter est d'abord une forme d'américanisation de notre mode de consommation et aussi une réponse au rythme effréné de la vie moderne qui mélange plaisir, commodité et praticité. Ce changement culturel montre l'évolution de notre société où la mode est à l'efficacité et l'instantanéité. Ce schéma est une vraie rupture avec nos habitudes de consommation. C'est un changement culturel récent :

«Pour résumer, l'accélération sociale produit de nouvelles perceptions du temps et de l'espace, de nouveaux modèles d'interaction sociale et de nouvelles formes de subjectivité»⁵⁶.

Cette envie de prendre son café en chemin pose une question sur un mode de vie en accélération comme analysé précédemment mais il soulève également la question du lieu. Le café tend-il à se prendre dans ce qu'on appellerait un non-lieu ? Marc Augé, ethnologue réputé pour sa définition du non-lieu, le décrit tel qu'un espace de circulation, de consommation et de communication où l'individu devient anonyme. Ne pas avoir de lieu qui entoure le café entraîne quelles conséquences ? Quel impact sur les interactions sociales ? Peut être que la convivialité est présente uniquement dans les files d'attente ? Nous avons déjà constaté précédemment que la fermeture des lieux de café a une influence sur le mal être social des habitants. Prendre son café en mouvement sans espace dédié, peut donc accroître ce ressenti.

Cet usage est l'opposé du temps lent et agit comme révélateur de nos contradictions contemporaines. Il démontre également la nécessité d'une pensée architecturale pour recréer du lien social.

.....
⁵⁶ Hartmut Rosa, *Aliénation et accélération. Vers une théorie critique de la modernité tardive*, La Découverte, Paris, 2012, p. 64



Conclusion

Après ces différents développements et nuances qui ont permis de bien vulgariser le sujet, il est intéressant de revenir sur mon hypothèse de travail d'origine :

En quoi l'univers du café en France, à travers ses espaces et ses objets, incarne-t-il l'évolution de nos rapports au temps et à la convivialité?

Tout d'abord, on a pu remarquer que le café est une habitude qui mute surtout ces dernières années. Une nouvelle génération attirée par l'esthétique, l'écologie et l'authentique vient redessiner les usages autour de cette boisson que ce soit chez soi où dans l'espace public. L'univers du café en France à travers ses contenants et son ambiance reflète une époque et des contradictions contemporaines. Certains désertent les cafés historiques pour se ruer vers les coffee shop. D'autres abandonnent le temps long et de partage dans les cafés PMU pour prendre leur café plus rapidement en chemin. En ces temps de changement, on observe l'importance de retrouver un équilibre. Est-ce que les coffee shop peuvent sauver le manque de lien social causé par la disparition des cafés traditionnels ? Après cette analyse, je constate que plus qu'une évolution de nos rapports au temps et à la convivialité, c'est un réel paradoxe auquel nous faisons face aujourd'hui. En effet, différentes habitudes et usages ont été mis en tension tout au long de ce mémoire.

.....

Ce sujet révèle également un problème de surconsommation, de pollution et d'éthique. La production du café est menacée par le réchauffement climatique, où certaines plantations ne seront plus cultivables d'ici 2050⁵⁷. Les conditions de vie des producteurs se détériorent aussi de plus en plus, les grandes firmes de café ne les payant pas suffisamment. Enfin, le café participe grandement à la déforestation avec une demande de plus en plus importante, notamment avec de nouveaux consommateurs tels que les Chinois⁵⁸. Avec les nouvelles habitudes de consommation, les contenants sont devenus plus éphémères et polluant (capsule, gobelet). Face à ce constat, que pouvons-nous espérer comme nouvelle habitude de consommation responsable ?

Certaines innovations émergent telles que le «mushroom coffee»⁵⁹ qui limitent les risques liés à la culture du café mais aussi à sa consommation pour des raisons d'addictions, de conséquences sur la digestion, la nervosité ou le sommeil. La marque Bonjour propose par exemple un nouveau rituel gourmand avec cette alternative à base de champignons adaptogènes. Quel espace allons nous construire autour, quelle ambiance, quelle convivialité ? Existera-t-il bientôt des coffee shop ou concept store autour de cette nouvelle boisson énergisante ? Ces innovations vont-elles développer un nouveau type de convivialité ?

.....

57 Pierre Wolf-Mandroux, *La Jungle du café Broché*, Grand livre, Paris, 23 octobre 2025

58 A.Miguet, L.Kisiela, A.Motel, Y.Chen, « Du café au pays du thé », *France 2*, 2023, https://www.franceinfo.fr/monde/chine/chine-le-cafe-est-de-plus-en-plus-apprecie-et-produit-au-pays-du-the_5987789.html

59 Site web (arrivé vers 2024), *Bonjour*, <https://bonjourdrink.co/>

Le café est un lieu vivant intemporel ainsi qu'un témoin historique. Il est porteur d'idées, révélateur de talents. Encore aujourd'hui, cette boisson porte des messages forts qui marquent avec l'exemple des Café Joyeux⁶⁰ qui emploient et rendent visibles des personnes en situation d'handicap mental et cognitif. C'est un symbole d'inclusivité et de changement. Le café est un réel patrimoine qui est pourtant en danger en France. Cependant, lors de mon enquête j'ai pu constater que ce n'était pas le cas en Italie où la culture autour du café est plus enracinée. La France a pris conscience de ces risques très récemment. En effet, en début de cette année 2026, le président Emmanuel Macron a plaidé en faveur de l'inscription des lieux de convivialité du café et bistrot de France au patrimoine immatériel de l'UNESCO⁶¹.

Ces mois d'enquête, m'ont permis de prendre du recul sur mon futur métier. Je ne dessine pas uniquement des objets et des espaces pour une finalité d'esthétisme et fonctionnelle. Mais je dessine des gestes, des rythmes, des temporalités, des interactions. Ce que nous concevons crée un mode de vie. Quels sont les enjeux pour ce domaine ? Comment allier tradition et innovation tout en gardant une vision éthique et responsable lors de la conception des objets autour du café ? Et en tant qu'architecte d'intérieur, comment s'adapter aux nouvelles habitudes avec une remise en question de la nécessité du lieu, du non-lieu ? Comment ces deux dimensions pourraient-elles permettre de conserver la convivialité historique et vitale ? Ce sont des questionnements importants que je garderai toujours en tête ces prochaines années. Cette «petite pause café» m'a finalement beaucoup appris.

.....
60 Anonyme, « À l'avant-garde du savoir-faire français : Emmanuel Macron souhaite l'inscription des bistrots et des cafés à l'Unesco », *Le parisien*, 5 janvier 2026, <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/a-lavant-garde-du-savoir-faire-francais-emmanuel-macron>

61 Charlotte Robinet, « Les Cafés joyeux se lancent en grande distribution », *Le parisien*, octobre 2023, <https://www.leparisien.fr/economie/consommation/les-cafes-joyeux-se-lancent-en-grande-distribution-17-10-2023-CYBE2QB75REDBLKUGUCW44OSFA.php>



Bibliographie

Articles :

- . **ARNAUD Megan**, « Ne plus confondre brasserie, bistrot et café ! », *Madame Le Figaro*, 15 septembre 2020, <https://madame.lefigaro.fr/cuisine/quelles-sont-les-differences-entre-brasserie-bistrot-et-cafe-160519-165104>
- . **BALDACCHINO Julien**, « Comment les dosettes de café ont conquis la France », *France Inter*, 24 février 2017, <https://www.radiofrance.fr/franceinter/comment-les-dosettes-de-cafe-ont-conquis-la-france-6641011>
- . **BEAUCÉ Patrick**, « Le design de la fin des marchandises », *Multitudes*, 2013, p. 180-184, <https://shs.cairn.info/revue-multitudes-2013-2-page-180?lang=fr>
- . **BOISARD Pierre**, « Le café, ce lieu de mixité sociale », *Les choses de la ville, France Inter*, 4 juillet 2020, <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/les-choses-de-la-ville/le-cafe-ce-lieu-de-mixite-sociale-917355>
- . **BOURDIN Léo**, « Doit-on encore boire son café dans un café ? », *Le Monde*, 2021, https://www.lemonde.fr/m-gastronomie/article/2021/11/06/doit-on-encore-boire-son-cafe-dans-un-cafe_6101152_4497540.html
- . **BOURDIN Léo**, « L'engouement pour le « slow coffee » : de l'art de déguster un bon café », *Le Monde*, 4 février 2024, https://www.lemonde.fr/le-monde-passe-a-table/article/2024/02/04/l-engouement-pour-le-slow-coffee-de-l-art-de-deguster-un-bon-cafe_6214683_6082232.html
- . **CASSARD Jeanne**, « 40% des cafés ont disparu en vingt ans : mais où sont passés les zincs parisiens ? », *Le Parisien*, 29 janvier 2022, <https://www.leparisien.fr/paris-75/40-des-cafes-ont-disparu-en-vingt-ans-mais-ou-sont-passes-les-zincs-parisiens-29-01-2022-5LTLEKC6OJCVM6ANFAVKNMV6I.php>
- . **CASELY Jean-Laurent**, fondateur de la maison Cassely, « Le bar PMU est devenu une icône de la France populaire », *Ma France, le journal des régions*, 7 février 2025, Radio France, <https://www.francebleu.fr/emissions/ma-france-le-journal-des-regions/le-bar-pmu-est-devenu-une-icone-de-la-france-populaire-jean-laurent-cassely-8179380>
- . **DELAUNAY, H. STROBEL, J. Shier**, « Bistrots français, un art de vivre classé au patrimoine culturel », *France 2*, octobre 2024
- . **DUPUIS-TORDJEMAN Benoît**, « Robert Doisneau, le temps d'un instant » *Beware*, 24 septembre 2025 <https://www.bewaremag.com/artistes/robert-doisneau/>

- . **FOUGÈRES Pierre**, « Pourquoi les Français ne sortent plus de chez eux ? », *TF1 Info*, 6 janvier 2025, <https://www.tf1info.fr/societe/pourquoi-les-francais-ne-sortent-plus-de-chez-eux-2342229.html>
- . **KAPLAN Anna**, « Nespresso inaugure son tout premier coffee concept store au cœur du Marais à Paris », *GQ Magazine*, 30 octobre 2025, <https://www.gqmagazine.fr/article/nespresso-inaugure-son-tout-premier-coffee-concept-store-au-coeur-du-marais->
- . **LACARIN Aude**, « La France de plus en plus séduite par le café en grains mais toujours attachée à la dosette », *Places du Café*, 1er octobre 2024, <https://www.placesducafe.com/decouvrir-le-cafe/la-france-de-plus-en-plus-seduite-par-le-cafe-en-grains-mais-toujours-attachee-a-la-dosette-117>
- . **LOVY Jules**, « Les cafés de Paris », *Le Tintamarre*, 18 avril 1858
- . **Mattei Selena**, « Auguste Renoir, un impressionniste fasciné par l'humain », *ArtMajeur*, 2023, <https://www.artmajeur.com/fr/magazine/8-rencontres/auguste-renoir-un-impressionniste-fascine-par-l-humain/333355>
- . **MIGUET, L.KISIELA, A.Motel, Y.CHEN**, « Du café au pays du thé », *France 2*, 2023, https://www.franceinfo.fr/monde/chine/chine-le-cafe-est-de-plus-en-plus-apprecie-et-produit-au-pays-du-the_5987789.html
- . **PADJEMI Jennifer**, « La pause café, l'arme secrète des concept stores », *IDEAT*, 16 mai 2025, <https://ideat.fr/tendance-la-pause-cafe-larme-secrete-des-concept-stores/>
- . **PERROCHEAU Bérengère**, « Design & caféine : les coffee shops prennent le pouvoir ! », *IDEAT*, 12 mai 2025, <https://ideat.fr/tendance-coffee-shops-france/>
- . **ROBINET Charlotte**, « Les Cafés joyeux se lancent en grande distribution », *Le parisien*, octobre 2023, <https://www.leparisien.fr/economie/consommation/les-cafes-joyeux-se-lancent-en-grande-distribution-17-10-2023-CYBE2QB75REDBLKUGUCW44OSFA>
- . **SEGAFREDO**, « Le café et les scènes les plus emblématiques au cinéma », *Passion café*, 27 septembre 2024, <https://www.segafredo.fr/passion-cafe/le-cafe-et-les-scenes-les-plus-emblematisques-au-cinema>
- . **VASSART Sabine**, « Habiter », *Pensée plurielle*, 2006, <https://shs.cairn.info/revue-pensee-plurielle-2006-2-page-9?lang=fr>

Livres :

- . **BAUDRILLARD Jean**, *Le Système des objets*, Gallimard, Paris, 1968
- . **BEAUD Stéphane** et **Florence WEBER**, *Guide de l'enquête de terrain*, Editions la Découverte, Paris, 2003, 2010
- . **BLOT Guillaume**, *Rades*, Hoebeke, Paris 2023
- . **CARON Anne**, *CaféGraphie, comprendre le café en 100 dessins et schémas*, Hachette, Paris, 2025
- . **DENUELLE Sabine**, *Le savoir vivre, guide pratique des bons usages d'aujourd'hui*, Larousse, Paris, 1992
- . **FOCILLON Henri**, *Eloge de la main*, Marguerite Wknine, Angoulême, 26 Juillet 2015
- . **MONTESQUIEU**, *Lettres persanes*, Paris, Gallimard, 1721, réédité en 2003
- . **NOVANicolas**, *Exercices d'observation: Dans les pas des anthropologues, des écrivains, des designers et des naturalistes du quotidien*, Premier Parallèle, Paris, 2022
- . **ROCHE Daniel**, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles, (XVIIe- XIXe siècles)*, Fayard, Paris, 1997
- . **ROSA Hartmut**, *Aliénation et accélération, Vers une théorie critique de la modernité tardive*, Editions La Découverte, Paris, 2012, 2014
- . **STELLA Alain**, *L'ABCdaire du Café*, Flammarion, Paris, 1998
- . **TABARANT Adolphe**, *Manet et ses œuvres*, Paris, Gallimard, 1947
- . **WOLF-MANDROUX Pierre**, *La Jungle du café Broché*, Grand livre, Paris, 23 octobre 2025

Œuvre cinématographique, vidéo :

- . **DONZELLI Valérie** et agence BETC, *Ciné Kiss challenge*, film publicitaire Carte Noire, mai 2016, <https://www.airofmelty.fr/marques/carte-noire-cine-kiss-challenge-le-spot-qui-associe-defi-et-seduction-en-mode-septieme-art-13607.html>
- . **Carte Noire**, 1980, film publicitaire, Dailymotion, <https://www.dailymotion.com/video/x8ltn5>
- . **EDWARDS Blake** (réalisateur), Audrey Hepburn (actrice), *Breakfast at Tiffany's*, 1961, film américain, durée 1h55
- . **FRANKEL David** (réalisateur), Anne Hathaway (actrice), *The Devil Wears Prada*, 2006, comédie, durée 1h49
- . **JEUNET Jean-Pierre**, *Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain*, film, France, 2001, 2h02
- . **Nespresso**, *Unforgettable Taste*, film publicitaire, 2022, diffusé en France et plusieurs pays européens, https://www.youtube.com/watch?v=6meHHZ7_6CA
- . **STAR Darren**, *Emily in Paris*, série télévisée américaine, Netflix, 2019-2025, 30-60 mn par épisode

Entretiens :

- . DULUC Albane, (personne n'aimant pas le café), juillet 2025
- . FIORITTI Anna Maria, Paris, août 2025
- . MAHIEU Benjamin, (collègue de travail n'aimant pas le café), août 2025
- . OSBORNE Katie, responsable LaMarzocco, septembre 2025



Système de cartes de terrain rangées dans un filtre à café Melitta à chaque chapitre. Ces enquêtes de terrains et observations alimentent le développement du chapitre en question. Les prochaines pages sont le détails des cartes que l'on retrouve dans le mémoire papier (4 cartes par chapitre - 12 cartes au total)



1. Qu'est ce que le café ?

Image : Caféier d'Arabie, extrait de *L'Herbier de l'amateur de fleurs*, Muséum national d'Histoire naturelle, non daté, D.R : <https://i.la-croix.com/836x/smart/2015/07/10/1333381/Cafeier-arabie-extrait-L-Herbier>

Avant d'être un geste presque machinal, celui de presser un bouton, de faire couler un expresso ou de s'asseoir au comptoir, le café est avant tout une matière brute : un fruit. En effet, l'ingrédient principal reste le même depuis des siècles. Le café est issu d'un fruit nommé cerise et provient d'un arbre, le caféier. Après être récolté, puis séché et décortiqué, ce fruit devient un grain de café. Il existe plusieurs espèces de caféiers dont les deux plus répandus sont le *Coffea Arabica*, le plus commun, et le *Coffea Canephora*, appelé Robusta.

Pour le déguster, il faut procéder à une torréfaction en chauffant les grains à environ 220°C. Enfin, les grains de café torréfiés sont broyés pour obtenir des moutures de café. La torréfaction est un moment clé de la préparation d'un café puisque la température et la durée de torréfaction influent directement sur les saveurs.

..... Mutations d'un grain



2. Comment le café a-t-il été découvert ?

Image : Anonyme, *Kaldi and his dancing goat*, non daté, D.R : <https://procaffeination.com/the-origins-of-coffee/>

La découverte du café remonte au IX^{ème} siècle, en Ethiopie. La légende raconte qu'il a été découvert par un berger nommé Kaldi qui a remarqué que l'énergie de ses chèvres était décuplée après avoir mangé des cerises sur un caféier. Il a fallu plusieurs siècles au café pour séduire et conquérir le monde entier. C'est au XIV^{ème} siècle qu'apparaissent les premières torrifications de café, réalisées par les Soufis du Yémen. La boisson se propage peu à peu et arrive au XV^{ème} siècle dans l'Empire Ottoman. C'est à travers les routes commerciales entre le monde arabe et l'Europe que le café, déjà très prisé au Moyen Orient, fait son entrée en Occident au XVII^{ème} siècle. Il est notamment arrivé grâce à la ville de Venise, qui constitue une étape incontournable du commerce entre l'Orient et l'Europe.



3. Comment préparait-on la mouture ?

Image : Louis Léopold Boilly, *Jeune femme en train de moudre du café*, Salon de 1800, Pierre noire et craie blanche, Musée du Louvre , Paris, Thierry Le Mage, <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl020554056>

La torréfaction était initialement artisanale et les grains étaient chauffés dans une casserole. Puis des tambours ont été inventés et ont permis de torréfier une plus grande quantité de grains en une fois. Pour la mouture, il faut attendre le 16ème siècle pour que le premier moulin à moudre soit inventé, puis répandu principalement en Europe et Turquie. Avant cette création, les pierres ou les broyeurs d'épices étaient alors utilisés. Les premiers moulins à moudre français sont des objets sophistiqués voués à être utilisés au sein des maisons nobles dans leur salon. L'un des modèles les plus iconique est le moulin à café Peugeot inventé en 1840 mêlant acier et bois. La préparation de la mouture demande du temps, avec un geste répétitif en rotation comme le montre cette œuvre de Louis Léopold Boilly.

..... Mutations d'un grain



4. Comment préparait-on le café ?

Image : Czeve de ma grand-mère en métal, photo personnelle, 2025

Historiquement, on a pris l'habitude de boire son café moulu (d'où l'importance de la mouture), chauffé avec une sorte de casserole nommée cezve qui est en cuivre ou laiton avec un manche. On mélange tout d'abord le café moulu extrêmement finement avec de l'eau froide. Puis on chauffe lentement jusqu'à la limite de l'ébullition. Il ne faut pas le faire bouillir pour ne pas perdre les arômes. En fonction des pays, l'opération peut se renouveler plusieurs fois et on peut également ajouter du sucre ou des épices pendant la préparation. Avant de le boire, il faut attendre quelques instants pour qu'il refroidisse et que le marc se dépose au fond du contenant. Cette méthode se répand au Proche-Orient, dans les Balkans et en Afrique du Nord.

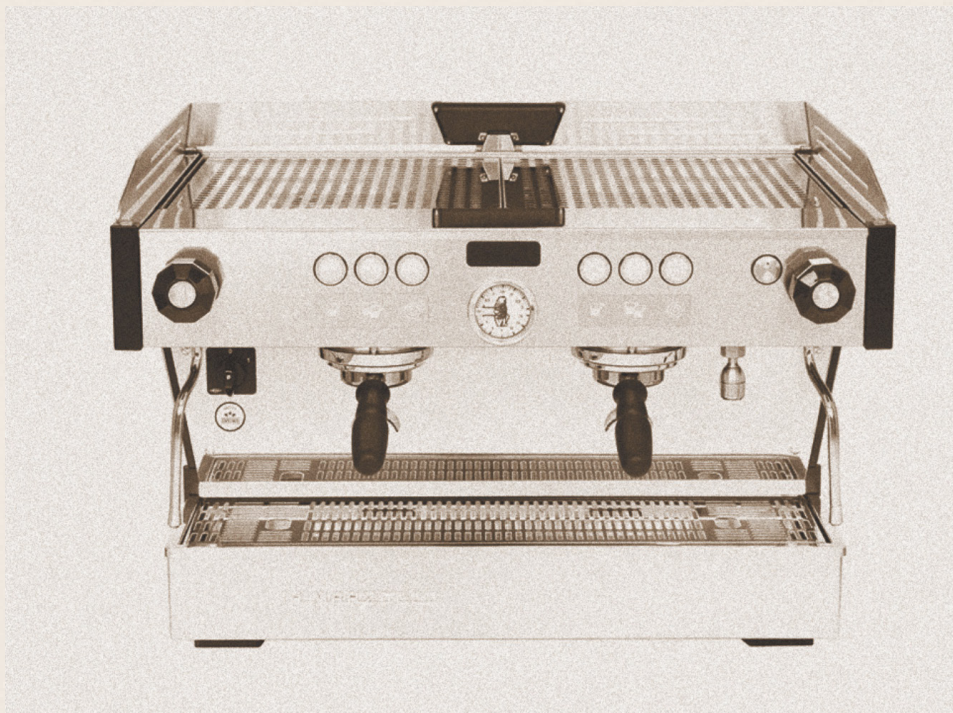


5. Quelle est l'histoire de la Chemex ?

Image : Anonyme, *Dr. Peter Schlumbohm, inventor of the Chemex*, vers 1941, D.R : <https://uncoolcoffee.com/post/chemex-a-brief-history/>

J'ai utilisé une cafetière Chemex dans mon atelier café (voir carte postale n°7), mais savez-vous que cette célèbre cafetière est exposée au Museum of Modern Art de New-York? Elle est reconnue comme la création la plus réussie de Peter Schlumbohm, inventeur et chimiste allemand ayant immigré aux États-Unis en 1935. Pour concevoir sa forme, il s'est inspiré de l'esprit moderne de l'entre-deux-guerres et plus particulièrement du Bauhaus. Il expliquait : « Une table doit être une table ; une chaise doit être une chaise ; un lit doit être un lit. Lorsqu'en 1938, l'envie de boire du café s'est faite sentir, mon raisonnement était simple : une cafetière doit faire du café. J'ai alors appliqué mes connaissances en physique et en chimie ». Schlumbohm avait pour habitude d'adapter les principes scientifiques et le matériel de laboratoire, ici une fiole Erlenmeyer (un récipient conique de chimiste), à la conception d'objets domestiques.

..... Mutations d'un grain



6. Pourquoi La Marzocco est contre les capsules ?

Extrait d'un entretien avec Katie, une responsable marketing UK de La Marzocco en octobre 2025 par téléphone

Image : photo issue du site web La Marzocco, D.R : <https://www.lamarzocco.com/fr/fr/machines-professionnelles/machines-a-espresso/linea-classic-s/>

Katie : La Marzocco a été fondée en 1927 comme une très petite entreprise familiale à Florence[...] Le modèle qui nous a fait connaître est sans conteste la Linea Classic. Lancée en 1992, [...] surtout conçue pour être facile à entretenir et à réparer. Ce modèle a été choisi pour le contrat avec Starbucks lors de son lancement.

Katie : Le design des machines est résolument industriel : nous privilégions des lignes épurées et élégantes, tout en mettant l'accent sur la fonctionnalité et la fiabilité plutôt que sur l'esthétique, car c'est ce qui assure la rentabilité de l'entreprise. Le design devient alors moins important [...] Les machines à dosettes sont conçues pour être simples et faciles d'utilisation, mais La Marzocco n'a jamais privilégié la facilité au détriment de la qualité. Cela exige une plus grande expertise de la part de l'utilisateur, mais le résultat est meilleur s'il apprécie le

..... Mutations d'un grain



7. Qu'est ce que le café de spécialité ?

Observation d'un atelier d'Alice Frémont - Cafémétrie de spécialité au 19 rue Richer 75009 Paris, septembre 2025, 10h00-11h30

Image : l'autrice en train de verser du café filtré par V60 de chez Hario pendant l'atelier, photo personnelle, 2025

Tout au long de cet atelier, nous avons utilisé le même grain avec la même traçabilité - origine - torréfaction pour nous rendre compte de l'influence des gestes et de l'importance de l'objet. Nous l'avons bu filtré de 5 manières différentes : Chemex, French Press, cold brew, V60 Hario, espresso. Cela m'a permis de voir le contraste entre un café filtré par une Chemex, très doux, et un espresso, très amer.

L'atelier de Cafémétrie m'a montré que les différentes méthodes d'infusion, le choix des moutures, la température ou le matériel ouvrent des possibilités presque infinies, qui relèvent autant de la science que de l'art et donnent un café plus authentique et raffiné. L'ambiance était très conviviale avec des personnes passionnées. Je n'ai jamais eu autant d'énergie que ce jour avec 5 tasses bues en 1h30...

..... Mutations d'un grain



8. Que reste-il des services à café ?

Observation d'une brocante à Bordeaux en début d'après midi en septembre 2025

Image : Service à café en porcelaine de Limoges, photo personnelle, 2025

Lors d'un séjour à Bordeaux, je me suis baladée dans une brocante. Ce lieu est un réel musée à ciel ouvert témoignant de l'évolution de nos objets du quotidien. J'ai trouvé de nombreux services à café ainsi que des moulins à moulin le café. L'un des vendeurs m'avoue que les moulins à moulin partent rapidement car ce sont devenus des objets décoratifs. Lui-même en a acheté en brocante, pas pour moulin le café mais pour la coriandre et le poivre. Un autre brocanteur m'explique qu'il récupère les services à café dans des vieilles maisons. Cependant, ces services, très appréciés lorsqu'ils sont esthétiques, peinent toutefois à trouver preneur lorsqu'ils sont complets, car ils prennent beaucoup de place et les acheteurs recherchent désormais davantage de simplicité.



9. Quelle ambiance dans un café traditionnel ?

Observation du café Zéphyr accompagnée d'un collègue de travail pour un jambon-beurre en juillet 2025
Image : Tasses de cafés débarassées, photo personnelle, 2025, café Zéphyr

Je me suis rendue dans un café nommé le Zéphyr avec un collègue de travail, Francis, avec qui j'avais discuté de mon mémoire. C'est le café habituel de Francis, il y va au moins une fois par semaine et aime l'espace du comptoir pour pouvoir parler et rencontrer des personnes le temps d'un café. C'est sans grand étonnement qu'il me guide alors directement vers le comptoir. Nous traversons rapidement la terrasse où les touristes s'amassent autour de tables tournées en direction de la rue et du soleil. A peine assis sur ces hauts tabourets nous mettant à la même hauteur que le barista, ce dernier lui demande « Comme d'habitude Francis ? ». Ce à quoi mon collègue répondit « Oui, avec un jambon-beurre ». Il n'y avait pourtant aucune indication que ce café vendait des sandwiches à part sur le menu où cette indication tient sur une toute petite ligne.



10. Quelle ambiance dans un PMU ?

Observation d'un café-tabac PMU, Le Saint Denis, situé à la sortie du métro Strasbourg St Denis à Paris, en octobre 2025 à 8h00

Image : installée au café en face du comptoir, photo personnelle, 2025

Je me suis installée ce lundi matin à 8h00 avec mon père au café Le Saint Denis situé à la sortie du métro. Je suis restée 30 minutes et toutes les personnes qui sont passées se sont posées au comptoir, debout face à la barista. Certains achètent un paquet de cigarette, d'autre des jeux à gratter, et une personne prend dans un verre de ce qui s'apparente à du vin. Ce lieu regroupe alors plusieurs addictions : jeux d'argent, tabac, alcool. Le café peut-il être considéré comme une addiction? Après une discussion avec la gérante qui me tutoie, je comprends que le café perd ses habitués à cause de l'ouverture d'une boulangerie proposant du café juste à côté. Elle m'explique également que ses clients sont principalement des personnes de passage et que les flux dépendent de ce qui se passe dans le voisinage : chantier dans les alentours, bureaux, etc.



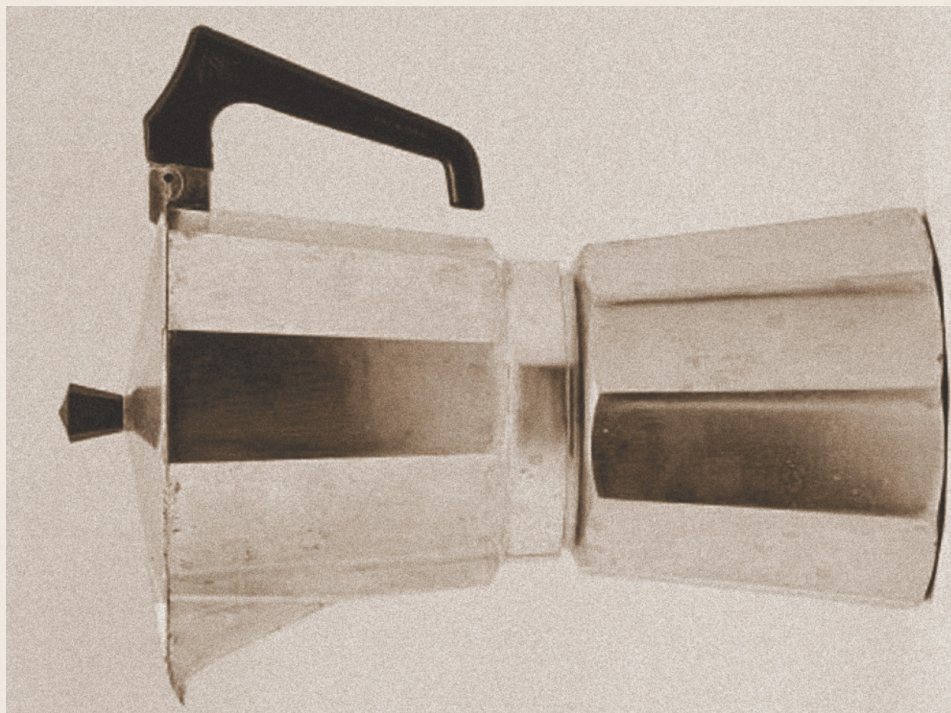
11. Quelle ambiance chez Starbucks ?

Observation dans un Starbucks situé à la sortie du métro Odéon, en décembre 2025 à 17h00

Image : mon gobelet «Solene», photo personnelle, 2025

Je suis passée par Starbucks pour prendre un café en fin d'après-midi. A la différence des cafés traditionnels, on ne retrouve ni comptoir, ni tabouret où s'installer, simplement quelques tables et un présentoir vitré où on nous sert à la chaîne. L'aspect humain ne se crée pas entre les consommateurs mais uniquement entre le consommateur et le barista. Ce côté "humain" se justifie par le simple fait que le barista demande le prénom du client pour l'écrire sur un gobelet en carton. Personnellement, ils n'ont jamais réussi à écrire mon prénom correctement même lorsque je l'épelais et cette après midi n'en était pas l'exception. Je ne ressens pas alors de réelle connexion avec le barista mais plutôt une tentative hypocrite de convivialité. J'ai pu choisir une formule plus gourmande avec un sirop, de la chantilly. Cela permet de personnaliser sa boisson mais aussi d'élever la boisson au stade de dessert.

..... Mutations d'un grain



12. Comment prends-tu ton café en Italie ?

Extrait d'un entretien réalisé avec Anna, une camarade italienne, en août 2025 à Paris

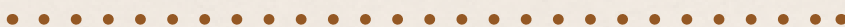
Image : cafetière italienne issue de pinterest, D.R : <https://nz.pinterest.com/pin/13159023905958764/>

Anna : Le seul moment où je retrouve le plaisir du café c'est en Italie, dans un café, je le prends au comptoir, et j'adore le goût, le geste, tout.

Anna : Nous on prend notre café au comptoir. Tout le monde va au moins deux fois par jour à la cafétéria et le café est moins cher, environ 1 euro. Et c'est bien parce que tu peux parler avec la personne qui te sert, ça dépend si c'est ton café d'habitude. En Italie, on prend le verre d'eau avant parce que ça nettoie et prépare la bouche au goût du café. Après tu goûtes le café, soit en un shot, soit plus longtemps. Mais en Italie c'est souvent un espresso. Donc tu bois rapidement ton café et ensuite tu t'en vas avec tes collègues.

Anna : On a une machine à capsule de chez Nespresso depuis 6 ans parce que c'est plus rapide. Mais on commence à réutiliser de plus en plus la MOKA, quand on a le temps ou pour un bon dessert, exemple : le tiramisu.

Mutations d'un grain



*L'univers du café, un miroir
de nos rapports au temps et à la convivialité*



Café - Art de vivre - Convivialité - Rituel

.....

Le café n'est pas qu'une simple boisson, c'est une préparation, un moment, qui structure nos espaces, dessine nos objets et rythme nos journées. Du point de vue d'une future architecte intérieure et designer, le café est fascinant car il fait cohabiter le collectif et l'individuel, le lent et le rapide. Du café parisien au Starbucks, du service à café à la capsule Nespresso, chaque époque a façonné son propre rituel. Les objets et lieux autour de l'univers du café, sont des témoins qui racontent notre manière de vivre, de consommer et de se rencontrer.

