

# Mémoire de recherche sur le travail des bistrotiers



Nous tenons à remercier Jérôme pour s'être prêté  
au jeu et pour nous avoir consacré son temps.  
Les échanges que nous avons eu ont été  
très agréables et enrichissants. Merci !

## Tables des matières

<i>Introduction .....</i>	<i>3</i>
<i>I. Terrain d'enquête : présentation des interviewés .....</i>	<i>4</i>
A) Présentation de Jérôme, 46 ans .....	4
B) Présentation des bistrots de Jérôme .....	5
<i>II. Comprendre l'activité du bistrotier.....</i>	<i>7</i>
A) Qu'est-ce qu'un bistrot ?.....	7
B) Les missions quotidiennes du patron de bistrot.....	7
1) Monter son affaire et manager une équipe.....	11
2) Séduire et prendre soin de sa clientèle .....	12
3) Faire en sorte que le bistrot appartienne au public.....	12
<i>III. La culture des bistrots en déclin.....</i>	<i>16</i>
A) Les revers du métier .....	16
1) Déséquilibre entre vie privée et vie professionnelle .....	16
2) Bistrotier, un « métier-passion » éreintant et chronophage.....	17
B) Le constat d'une perte globale d'activité des bistrots .....	18
1) Le temps et les confinements successifs ont changé notre façon de faire la fête .....	18
2) Les changements de législation et l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché du divertissement .....	19
3) Une situation économique qui restreint la consommation dans les débits de boissons .....	20
<i>Conclusion .....</i>	<i>22</i>
<i>Bibliographie .....</i>	<i>24</i>
<i>Iconographie.....</i>	<i>Erreur ! Signet non défini.</i>

## Introduction

« Un bistrot parisien n'a rien à voir avec un troquet rural, un bouchon lyonnais ou un estaminet lillois.<sup>1</sup> » Partant de ce constat du sociologue Pierre Boisard, nous cherchons à identifier les dynamiques sociales qui surviennent au sein du bistrot, et à comprendre son importance pour le développement local des communes françaises. Plus concrètement, qu'est-ce qui, un beau jour, nous amène à passer la porte de cet établissement, à saluer le gérant et les serveurs, à nous installer à une table pour nous restaurer et discuter autour d'un verre ? Comme le rappelle Pierre Boisard dans *La vie de bistrot*, cet espace apparaît aux yeux de tous comme « un endroit de rencontre ou d'isolement, [...] une salle d'attente entre deux rendez-vous », où le client « n'est redevable de rien, sinon du prix de sa consommation ».

D'un bistrot à l'autre, les clients, les apparences et l'ambiance changent. En cela, ces débits de boisson décroissent les relations sociales : il n'est plus question de rester entre individus de même âge, de même origine ou de même classe sociale. Bien au contraire, le retour au comptoir sonne le moment de rencontres intergénérationnelles et d'échanges au hasard de propos sans conséquence. Les bistrots appartiennent donc à la culture française, précisément parce qu'ils s'inscrivent dans notre histoire collective et parce qu'ils constituent un lieu mi-public, mi-privé qui contribue depuis des siècles à un brassage social essentiel.

Ainsi empreints d'inclusivité et de sociabilité, les bistrots assurent alors un « service public » aussi bien dans les bourgs de campagne que dans les centres-villes. Ils représentent tantôt des lieux de passage, tantôt des espaces de rassemblement réguliers pour consommer, se détendre, s'informer et apprendre à se connaître. L'environnement convivial du bistrot favorise donc l'animation culturelle des quartiers et les interactions entre son personnel et ses clients. En d'autres termes, nous allons au bistrot parce que nous y sommes en confiance et parce que nous savons que nous y serons bien accueillis à toute heure.

Par conséquent, le succès du bistrot dépend de sa réputation, soit de la capacité du patron et des serveurs à donner envie aux clients de revenir. Pour cette raison, nous nous intéressons dans les pages qui suivent au métier de bistrotier, c'est-à-dire au propriétaire de bistrot, ce personnage unique qui traditionnellement fait presque partie des murs et est connu de tous. De plus, nous considérons que l'activité principale du bistrotier est d'effectuer un ensemble de tâches visant à assurer le service de boissons alcoolisées ou non auprès du public, et ce, dans un établissement qui recouvre une dimension humaine et culturelle proche de la tradition française. Le bistrot n'est donc ni un restaurant, ni un café, ni une boîte, ni un bar.

Par ailleurs, nous faisons aujourd'hui le constat d'une disparition progressive des bistrots, d'autant plus que les patrons se font rares : faut-il accuser leur grande amplitude horaire ? leur activité intense et épuisante ? ou leur manque de valorisation ? Pierre Boisard, lui, y voit d'autres raisons : « [Les bistrots] sont nombreux à avoir fermé dans les villages, victimes de la désertification des campagnes. Dans les grandes villes, [...] l'invasion des fast-foods et autres snackings moins chers et plus rapides [a] dû sérieusement les gêner, en cette époque d'accélération des rythmes de vie, et les taxer de ringardise. Dernier coup du sort précédant l'hallali : le durcissement de la législation interdisant de fumer et limitant la consommation d'alcool des automobilistes... »

Dans la Creuse, à Saint Martin-Château<sup>2</sup>, les tentatives de la municipalité de réhabiliter *L'Auberge de la Cascade* ont échoué. Fermé depuis six ans, ce bistrot participait pourtant à la vie du bourg et à l'identité du village. Peu à peu, les habitants se sont alors mobilisés pour que l'établissement soit repris par de

---

<sup>1</sup> BOISARD Pierre, *La vie de bistrot*, Paris : Puf, 2016.

<sup>2</sup> Une commune d'à peine cent cinquante habitants.

nouveaux gérants. L'association « Aux Berges de Saint Martin » y a notamment organisé des activités pour dynamiser l'endroit et inciter les habitants à reprendre l'habitude de le fréquenter. Au cœur de cette initiative, une bénévole a déclaré : « Sans bistrot, les gens du village ne se connaîtraient pas. » Cette remarque met en avant le caractère irremplaçable des bistrots qui, nous l'avons dit, revêtent une dimension sociale essentielle. Or, à l'heure des réseaux sociaux et des relations par écrans interposés – soit au moment où nous avons le plus besoin de nous retrouver –, ces lieux manquent d'être valorisés.

Emblématiques de la culture française, à l'origine de nombreuses revendications et d'un brassage social important, les bistrots disparaissent donc. Les uns après les autres, les patrons peinent à rejoindre les deux bouts ou mettent la clé sous la porte, tandis que le public tourne désormais le dos à leurs établissements au profit d'autres formes de divertissement et de socialisation. Seuls les bistrots des grandes villes touristiques semblent parvenir à maintenir leur activité, bien que certains soient forcés de s'adapter.

Pourquoi les bistrots souffrent-ils à présent d'un manque cuisant d'attractivité ? Est-ce le signe d'un grand remplacement ? Ou est-ce la conséquence d'un phénomène plus large ? Des conditions de travail compliquées à assumer ? Un symptôme de la situation économique inflationniste ? Un revers post-covid ?

## **I. Terrain d'enquête : présentation des interviewés**

Avant de présenter notre seul et unique discutant, nous tenons à préciser que nous avions l'intention d'interviewer au moins un autre bistrotier ou bistrotière pour compléter notre enquête. Cependant, il nous a été impossible d'obtenir un entretien avec un autre professionnel : la plupart n'ont jamais répondu, un autre a décidé d'ignorer tous nos appels après nous avoir pourtant accordé une interview, tandis que notre dernier contact nous a magistralement posé un lapin, en fixant en partant en vacances, pile au moment prévu pour notre entretien.

Nous nous retrouvons donc malgré nous avec les seuls témoignages de Jérôme. Notre mémoire rend donc compte de l'expérience d'un seul bistrotier, celui d'un homme blanc hétérosexuel, autrement dit, notre analyse faite d'après ce profil unique n'est absolument pas représentative de la réalité du travail des bistrotiers car elle ne considère pas le récit de femmes, de personnes racisées, ou encore, de personnes appartenant à une minorité de genre et de sexualité.

Par ailleurs, nos tentatives un peu vaines de rencontrer plusieurs bistrotiers nous ont tout de même amenées à questionner notre démarche. À commencer par le fait que nous disons naturellement « bistrotier » et non pas « bistrotière ». Inconsciemment nous associerons donc ce métier à la gent masculine ? Pour quelles raisons ? De plus, parmi les patrons de bistrots que nous avons contactés, la majorité sont des hommes hétérosexuels. À nouveau, il nous semble que les femmes et toute personne appartenant à une minorité, sont sous-représentées à la tête de ce genre d'établissements. Nous pouvons alors nous interroger sur les causes de cette sous-représentation : est-elle la conséquence du métier à responsabilité du patron de bistrot ? de son rôle de personnage public ? des conditions mêmes de l'activité de bistrotier ? ou un nouveau cas représentatif de notre société patriarcale ? Nous tenterons d'éclaircir ce sujet dans les pages qui suivent.

### **A) Présentation de Jérôme, 46 ans**

Jérôme est un père de famille âgé de 46 ans. Il déclare être devenu bistrotier un peu au hasard, grâce à plusieurs coïncidences, puis être resté par « accointance et habitude ». En effet, c'est pendant ses études de droit et de psychologie à Grenoble qu'il apprend le métier sur le tas, d'abord en faisant des extras dans un bistrot situé juste à côté de chez l'un de ses amis, à qui il rendait souvent visite.

Jérôme débute ainsi comme serveur, puis travaille comme barman avant de devenir responsable du bistrot. S'ensuit alors une période de deux ans pendant laquelle il lâche ce bistrot pour rejoindre un autre établissement, qu'il finit par racheter en 2012. Quelque temps après, il devient propriétaire d'un second bistrot et se retrouve ainsi à la tête du *Subway* et du *Métropolitain*<sup>3</sup>.

À l'époque, Jérôme s'imaginait être « profiler », c'est-à-dire psychologue criminel. En revanche, il ne se voyait pas du tout travailler en permanence dans un bureau ni suivre les horaires classiques (9h-18h). Au contraire, il aimait l'idée de travailler le soir, voire la nuit, d'être au contact des gens, de discuter avec le monde qui va et qui vient. L'image du bistrot l'a donc finalement séduit puisqu'il affirme aujourd'hui : « Quand on a vingt ans, le milieu est cool. »

## B) Présentation des bistrots de Jérôme

Au Métropolitain, l'ambiance est au « rhum-rock ». Ici, l'on y sert beaucoup de bières dans un espace restreint d'une capacité de soixante-dix personnes environ et de seulement 40 m<sup>2</sup>, sans places assises. La musique est forte et centrée sur quelques genres musicaux : du rock, du metal et un peu de titres des années 1990-2000. La clientèle est essentiellement constituée de personnes âgées de plus de trente ans. Quant aux profils du public, il y a un peu de tout... Pour vous donner une idée, l'établissement a été l'un des sponsors de la pride de Grenoble (plutôt à gauche donc) ! Le « Métro » a plus l'allure d'un bar puisqu'il est ouvert le soir, entre 18h et 1h.



FIGURE 1 – Intérieur du bar *Le Métropolitain*, à Grenoble.

Au Subway, il y a ceux qui rentrent de « teuf » et ceux qui rentrent de la plage, les étudiants avec leur pastis à un euro, les grands-parents contents d'observer les passants avec leur blanc cassis, des « bouffeurs

<sup>3</sup> Il s'agit là des noms d'origine des deux bistrots grenoblois.

de graines et va-nu-pieds » comme Jérôme aime les appeler, mais aussi des gens qui y viennent pour travailler, étudier, filmer, se rencontrer... En fait, c'est exactement un bistrot et sûrement le débit le moins cher de Grenoble. L'établissement est grand, avec des places en salle et en terrasse. Puis, là-bas, on y passe toutes les musiques du monde. Avec une politique tarifaire, une pluralité musicale et une position sociale pareilles, « tout le monde sait donc que c'est un bar de gauche ». De plus, environ 70% des clients sont des habitués et le bistrot fonctionne tous les jours de l'année sauf le 25 décembre et le jour de l'an. En semaine, il est ouvert dès 10h jusqu'à 1h, voire 2h ; et le week-end, la journée démarre un peu plus tard, à 14h.



FIGURE 2 – Extérieur du bistrot Subway, à Grenoble.

## **II. Comprendre l'activité du bistrotier**

### **A) Qu'est-ce qu'un bistrot ?**

Taverne, cabaret, bouge, gargote, cambuse, rade, goguette, boui-boui, estaminet, troquet, ou encore caboulot, il est impossible de définir le bistrot par un terme précis. L'étymologie de ce mot est d'ailleurs entourée d'hypothèses farfelues. La légende dit qu'il proviendrait du mot russe « **быстро** », prononcé « bistrot » par les cosaques qui se seraient précipités dans tous les débits et auraient réclamé à boire lors de l'invasion de Paris par les alliés en 1814. Cependant, on ne trouve pas de trace de ce mot avant 1884. L'hypothèse la plus probable est donc qu'il soit né de « bistraud » qui désigne un domestique de marchand de vin ou encore de « bistrouille », une habitude provenant du Nord de la France qui consiste à mélanger du café avec une eau-de-vie de basse-qualité<sup>4</sup>.

Cette multitude de noms reflète la pluralité des fonctions et la diversité des profils de ces lieux. Si nous, novices de la restauration, n'arrivons pas à trouver une définition au bistrot, nous ne sommes pas les seuls : les bistrotiers eux-mêmes peinent à y mettre des mots. Ces derniers ont d'ailleurs tendance à définir leur établissement par la négative : on ne dit pas ce qu'est un bistrot mais plutôt ce qu'il n'est pas. Lorsque nous avons demandé à Jérôme de nous livrer sa perception du bistrot, il nous a premièrement répondu que ce n'était pas un bar ou une boîte de nuit où il manque l'ambiance propice aux échanges et le rapport au client spécifique du bistrot. Il nous a ensuite affirmé que ce n'était pas un PMU qui regroupe une certaine catégorie de la population alors que le propre du bistrot est justement l'hétérogénéité de sa clientèle. Enfin, Jérôme nous a précisé que ce n'était pas un café, connoté trop calme et « bourgeois-bohème » à son goût. Ce qu'on aime tant dans les bistrots, c'est qu'ils sont justement construits comme un mélange de toutes ces ambiances. On peut aussi bien y trouver une atmosphère paisible et propice au travail l'après-midi qu'un climat de fête et de débauche en soirée.

Bien qu'il soit difficile de définir ce lieu, tout le monde en a sa propre image : celle d'un lieu de vie, de rencontre, et même quelques fois de chamaillerie, emblématique de notre art de vivre. Tellement symbolique que les bistrots et cafés français sont désormais inscrits au patrimoine culturel immatériel de France.

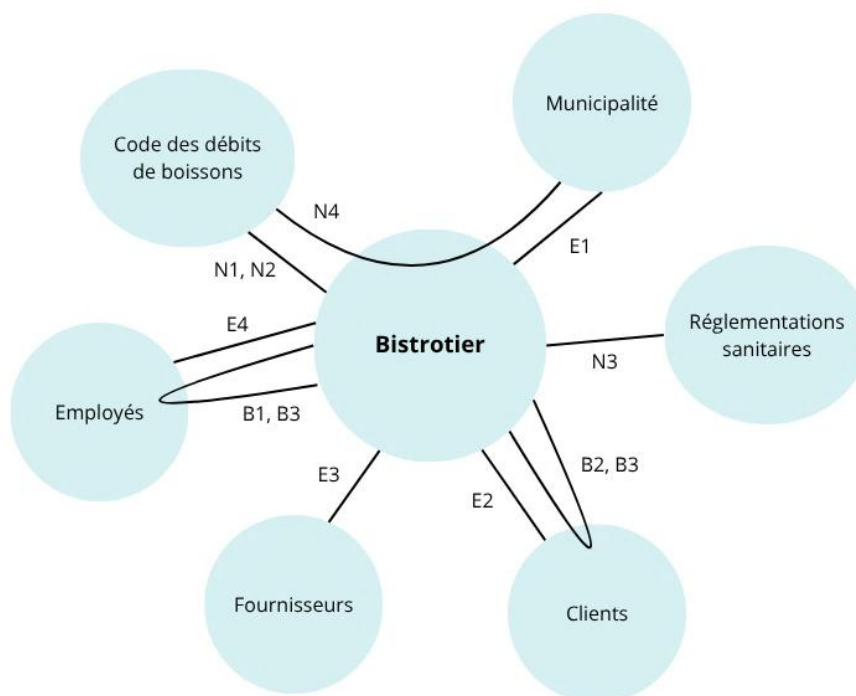
### **B) Les missions quotidiennes du patron de bistrot**

Afin de bien cerner le métier de bistrotier et son inscription dans son environnement, il est important de saisir quelles sont ses sources de prescriptions. Sur la Figure 3, nous avons donc déterminé les missions qui sont fixées au bistrotier selon trois niveaux différents : celui national, de l'établissement et de l'individu lui-même.

---

<sup>4</sup> Radio France, « Les bistrots sont-ils en voie d'extinction ? », *Podcast La Transition*, 10 novembre 2021





#### Au niveau national :

- **N1** : Le Code des débits de boisson prescrit au bistrotier de respecter un grand nombre de réglementations concernant le commerce de boissons alcoolisées (licence, interdiction de vente pour les mineurs, affichage des informations légales dans l'établissement, etc.).
- **N2** : Le Code des débits de boisson prescrit au bistrotier de respecter l'ordre public.
- **N3** : Les réglementations sanitaires prescrivent au bistrotier de stocker, conserver et manipuler les produits prêts à la consommation selon les normes d'hygiène.
- **N4** : Le Code des débits de boisson prescrit au bistrotier de déclarer son activité à la municipalité.

#### Au niveau de l'établissement :

- **E1** : La municipalité prescrit au bistrotier de se conformer aux réglementations locales en matière d'hygiène, de sécurité, d'horaires d'ouverture et d'occupation de l'espace public (terrasses).
- **E2** : Les clients prescrivent au bistrotier d'assurer un service de qualité.
- **E3** : Les fournisseurs prescrivent au bistrotier de respecter les normes contractuelles et réglementaires liées à la réception, au stockage et à la vente des produits suivant des contrats de distribution et des cahiers de charge qualité.
- **E4** : Les employés prescrivent au bistrotier de les rétribuer matériellement et symboliquement.

#### Au niveau de l'individu :

- **B1** : Le bistrotier s'auto-prescrit d'assurer une bonne ambiance dans son équipe en étant à l'écoute et disponible, ainsi qu'en prenant en charge l'organisation des journées de travail.
- **B2** : Le bistrotier s'auto-prescrit de respecter les règles de savoir-vivre avec ses clients et d'entretenir le lien avec les habitués.
- **B3** : Le bistrotier s'auto-prescrit de maintenir un environnement chaleureux et sécurisant dans son établissement.

FIGURE 3 – Formalisme des sources de prescriptions du métier de bistrotier.

Si tout le monde peut techniquement être patron de bistrot, tout le monde n'est pas fait pour cela. En effet, être bistrotier, c'est avoir un rythme de vie particulièrement difficile car les horaires de travail sont inhabituels. C'est aussi savoir faire preuve de tolérance et servir sans distinction tous les aspects de l'humanité qui passent dans son établissement. Cependant, être bistrotier c'est avant tout avoir plusieurs casquettes : du barman au psychologue, en passant par le manager ou encore le négociateur, il doit savoir tout faire. La quantité de travail est bien évidemment différente pour chaque bistrotier en fonction du régime de leur établissement ainsi que de leur nombre d'employés et d'associés. Dans le cas de notre étude, Jérôme passait encore beaucoup de temps en salle, mais moins qu'à ses débuts car il se limite aujourd'hui au bon fonctionnement de ses établissements. Autrement dit, il gère les approvisionnements et la négociation des prix, apaise les tensions internes, s'assure du respect du planning et des bonnes conditions de travail de ses employés, etc. Finalement, à travers nos échanges, nous avons pu réaliser un FAST (Figure 4) duquel ressort trois missions principales du patron de bistrot : gérer ses employés, prendre soin de sa clientèle et tenir son établissement.

Par ailleurs, le bistrotier développe un registre de perception et d'action propre à son métier. Jérôme expliquait que lorsqu'on commence dans ce milieu, il est difficile de gérer le comptoir et de discuter avec les clients en même temps. Or, maintenant que tous ces gestes mécaniques lui sont totalement automatisés, son cerveau est alors libre pour discuter et rigoler avec le client tout en servant, encaissant et prenant la commande suivante. Cette capacité à être multitâche est donc essentielle pour un bistrotier.

La partie administrative, bien que nécessaire, n'est théoriquement pas une partie très longue du métier de bistrotier (environ 20 heures par mois dans le cas de Jérôme). Néanmoins, à la moindre complication, elle peut facilement prendre deux, trois, voire quatre fois plus de temps que prévu. Par exemple, l'été dernier Jérôme a décidé de changer toute sa gamme de bière pression ce qui lui a coûté une centaine d'heures consacré à l'administratif par mois pendant juillet et août.

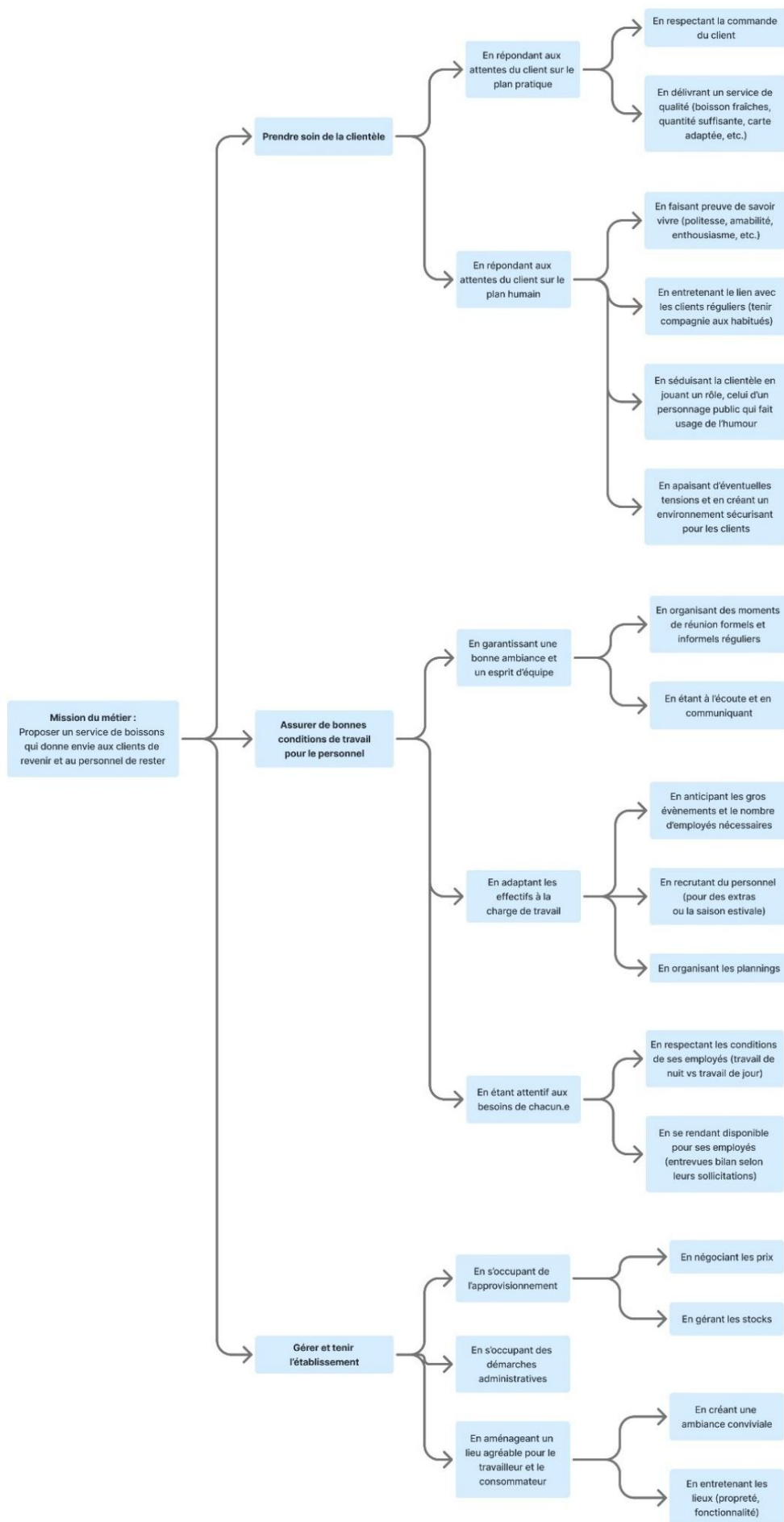


FIGURE 4 – FAST des missions du métier de bistrotier.

## 1) Monter son affaire et manager une équipe

Par ailleurs, le statut de « patron » du bistrotier lui impose de guider son équipe. Parce qu'il est responsable vis-à-vis de ses employés, il représente pour eux un point d'appui qui leur permet de se coordonner et de s'organiser chaque jour au travail, mais également d'établir une communication efficace et spontanée entre collègues, ainsi que d'entretenir de bonnes relations, tant et si bien qu'une certaine forme de hiérarchie s'installe entre les postes. En d'autres termes, le bistrotier manage et ménage : il dirige son affaire et son équipe tout en se devant d'être attentif aux besoins du collectif et à ceux des individus. Près du comptoir, il joue alors en quelque sorte le rôle de chef d'orchestre.

Le principe de son activité le place ainsi au cœur d'une tension entre souplesse et rigidité (Figure 6). S'il est trop souple, trop laxiste, le bistrotier devient absent : son équipe avance sans lui et le manque de cohésion se fait ressentir. Dans ce cas, les conséquences peuvent être multiples. En l'occurrence, les employés peuvent « s'auto-manager », ce qui instaure dans l'équipe une forme d'individualisme qui nuit grandement à l'ambiance de travail. Ou encore, la désorganisation collective crée en interne une dynamique incohérente et imprécise qui peut se répercuter sur la qualité du service et donc la réputation du bistrot. En revanche, si le bistrotier est trop rigide, trop sévère, cela peut être interprété, d'une part, comme une posture infantilissante pour les employés, et d'autre part, comme une mise sous-tutelle. Autrement dit, en faisant trop usage de son autorité, le bistrotier perd la confiance de son équipe qui, elle, se sent alors bridée, en perte totale d'autonomie, de reconnaissance et de satisfaction.

Jérôme, lui, n'a jamais été formé au management entrepreneurial ou aux relations commerciales, il a donc « improvisé ». Il y a fort à penser que cela a pu faire naître chez lui un sentiment d'illégitimité, ce qui se comprend, bien que cela n'est évidemment pas une fin en soi. En effet, tout comme le meilleur enseignant n'est pas nécessairement celui qui a obtenu l'agrégation dans sa matière, cela se saurait si les plus aptes d'entre nous à manager étaient également ceux qui sortaient tout droit d'une école de management. Jérôme se dit alors manager « en bon père de famille », il explique : « J'ai fait beaucoup d'erreurs et je ne gère pas du tout mon équipe de manière académique. Ma façon de faire est assez floue et abstraite en fait, je crois que je fais du mieux que je peux et je suis à peu près convaincu de faire les choses le moins mal possible. » Plus concrètement, Jérôme est particulièrement proche de ses employés avec qui il sort, boit un coup, déjeune, etc. Néanmoins, il affirme vouloir garder une distance en n'allant pas jusqu'à se rendre visite chez les uns et chez les autres. Il ajoute : « En réalité, tout ça, ce n'est pas très sain, mais en attendant, c'est comme ça que ça fonctionne. »

Plus que le seul gain d'argent, le travail dans l'amitié et le respect sont essentiels pour Jérôme. Dès que les relations humaines sont mises en jeu dans le travail, les questions relatives à l'affect reviennent au galop et l'implication émotionnelle de chacun devient très forte.

D'autre part, avec ses équipes, Jérôme planifie rarement des réunions formelles. Il l'a fait de façon régulière par le passé, pendant deux ans, mais depuis ces espaces de discussion anticipés arrivent surtout lorsque quelqu'un en ressent le besoin – souvent, cela se passe à la rentrée, au moment où il faut évoquer les grands temps de la saison. Autrement, les échanges informels sont largement plus récurrents et utiles<sup>5</sup> d'après Jérôme qui consacre toujours dix à trente minutes après chaque fermeture pour débriefer de la

---

<sup>5</sup> Jérôme considère par exemple que le bilan de fin d'année n'a pas de sens. À ses yeux, si quelque chose ne fonctionne pas bien, que ce soit sur le plan fonctionnel, organisationnel ou humain, il faut en parler presque tout de suite, quand cela arrive. Puis, concernant les bilans de compétences, il n'y voit pas grand intérêt étant donné qu'il fait quotidiennement des retours à son équipe. Il préfère donc ne pas forcer les réunions mais se mettre à disposition de ses employés. A la question de savoir si sa façon de faire est « la bonne », il précise qu'il n'en a pas la moindre idée.

journée ou des jours où il était absent. L'objectif de ces mini-entrevues collectives et spontanées est de faire une sorte de table ronde où les employés ont l'occasion de dire comment ils se sentent et de communiquer sur d'éventuels problèmes survenus au moment du service. Toutefois, il est important de noter que si les moments d'échange informels prévalent au Métropolitain ou au Subway, et que Jérôme prend le temps d'entretenir un rapport direct avec chaque membre du bistrot pour rompre avec la barrière de la hiérarchie, c'est aussi parce que son affaire est une TPE. Plus simplement, le fait de gérer une microentreprise rend forcément le travail plus facile. Les salariés ont également plus de chance d'être écoutés et libres de s'exprimer.

Enfin, Jérôme considère l'entraide comme une valeur forte. Au Subway, il a mis en place un système de *back-up*, un genre d'astreinte qui consiste à engager une personne supplémentaire pour les grands événements, tels que les veilles de week-end ou les soirs de coupe du monde. Cet employé de plus est présent « au cas où », en cas de coup de rush, d'accident ou autre. Jérôme remarque d'ailleurs qu'il y a toujours quelqu'un sur place pour filer un coup de main, que ce soit selon sa demande ou naturellement, car ses salariés restent parfois sur place même en dehors des horaires de travail.

## 2) Séduire et prendre soin de sa clientèle

Travailler dans un bistrot signifie participer au quotidien de sa clientèle, et plus particulièrement à ses moments de détente. Le bistrotier ne peut donc pas être désagréable ou de mauvaise humeur car les gens viennent y rechercher du bien-être et de la convivialité. C'est tout à l'avantage du bistrotier car son but est que les clients passent un bon moment qu'ils auront envie de reproduire et donc de revenir dans son bistrot. La réputation d'un bistrot dépendant davantage de la sympathie de son gérant que de la qualité de ses bières, le patron doit parfois jouer un rôle. À l'image d'un personnage public, il doit à la fois savoir séduire les nouveaux clients et prendre soin des habitués.

Cependant, comme l'a si bien observé Jérôme : « On a la clientèle que l'on a parce que l'on est ce que l'on est. » Autrement dit, que ce soit dans la séduction ou dans l'entretien des relations, il faut toujours un minimum donner de sa personne, le bistrotier ne peut pas jouer un rôle totalement étranger à lui-même. C'est ici qu'apparaît une tension intrinsèque à ce métier qui est celle de la distance avec le client (Figure 7). En effet, il est difficile de savoir quelle part d'intimité et de confiance accorder à sa clientèle pour être assez proche d'elle tout en gardant un périmètre de protection. Ce périmètre est d'autant plus important dans un lieu qui sert de l'alcool car, quand l'inhibition tombe, l'agressivité augmente. Malgré cela, un bistrot est un lieu essentiel à la circulation d'informations et à la paix sociale car on peut y vider son sac. Le patron peut ainsi être considéré comme un « confesseur social<sup>6</sup> » qui doit donc rester à l'écoute de ses clients et alimenter les discussions. Il faut ainsi qu'il soit à la fois détaché de ses clients pour ne pas tomber dans le copinage, ce qui serait malsain dans un rapport toujours médié par l'argent, mais qu'il construise tout de même un lien sincère avec eux car, en plus de prendre soin de ses clients, le bistrotier prend soin de lui-même en tissant ces relations humaines qui donnent un sens à son métier.

## 3) Faire en sorte que le bistrot appartienne au public

Enfin, être bistrotier implique aussi de tenir son établissement. Au sens pratique du terme, cela désigne s'occuper de l'approvisionnement, du stock, de la propreté et de la fonctionnalité des lieux. Mais tenir un établissement c'est aussi et surtout créer une ambiance qui plaît à son public. Ce n'est d'ailleurs

---

<sup>6</sup> BOISARD Pierre, *La vie de bistrot*, Paris : Puf, 2016.

pas un hasard si les bistrotts sont des lieux de genèse d'indignations et de naissances de révolutions, ce sont des endroits où la population est à l'aise de parler en toute liberté. Le bistrot va à l'encontre de la polarisation et de la séparation des groupes sociaux accentuée par les moyens d'hypercommunication d'aujourd'hui, c'est une véritable « salle du conseil du peuple » comme le dit Balzac<sup>7</sup>. Boisard le mentionne aussi dans la citation suivante : « J'ai compris qu'un bistrot n'est pas seulement un zinc, un percolateur, une tireuse à bière et des tables, mais d'abord un état d'esprit, celui de qui le façonne à sa main. C'est lui ou c'est elle qui crée cette atmosphère particulière qui, dès le seuil franchi, nous transforme en citoyen de bistrot accrochant au perroquet son statut social avec sa veste, et nous procure un moment de détente. » [1] Pour assurer ce rôle d'entremetteur, le bistrot doit donc être considéré comme un coin de confiance et de décontraction par sa clientèle, et pour cela, rien de mieux que de demander l'avis au public lui-même.

Quand nous avons interpellé Jérôme sur l'ambiance de ses bistrotts, il nous a d'ailleurs répondu que celle-ci appartenait au public, que ce sont ses clients qui l'avaient créé en participant par exemple directement aux choix des musiques. De l'ambiance frenchouillarde au rap ou au reggae, le Subway est un véritable mix des générations et des style musicaux, Jérôme ne fait presque<sup>8</sup> aucune censure. Mais, plus que cela, la clientèle d'un bistrot est sa vitrine. On peut accéder à un grand nombre d'informations sur l'atmosphère d'un lieu simplement en faisant attention à qui s'y trouve. La seule présence des clients représente donc déjà une certaine ambiance.

Pour que le public se sente à l'aise, il faut bien sûr qu'il se sente en sécurité. Certaines questions éthiques se posent alors. Jérôme évoque par exemple la situation où une personne totalement contre les valeurs de ses bistrotts, ouvertement affichés de gauche, rentre dans son établissement. Il n'est alors pas question de virer qui que ce soit, mais il est réel d'affirmer que sa clientèle habituelle sera moins à l'aise. Jérôme a aussi abordé avec nous le fait qu'il ne peut théoriquement pas servir d'alcool à quelqu'un de déjà trop alcoolisé. Cela paraît tout à fait logique pour assurer la sécurité de cette personne et des gens qui l'entourent, cependant, beaucoup de questionnements se posent alors : quelle est la limite ? Quand considèrent-on qu'une personne est trop alcoolisée ? Comment refuser de lui servir à boire sans que la personne ne devienne violente ? La responsabilité de savoir s'arrêter ne revient-elle pas au client ? C'est de plus une injonction paradoxale d'interdire de vendre de l'alcool alors que, comme l'a si bien dit Jérôme « C'est un bar bordel [...] les gens ne veulent pas boire du thé ». L'activité d'un bistrot est dédié à cela, elle repose entièrement sur ses achats alors il est logiquement compliqué de les refuser (Figure 5). C'est ici qu'on comprend toute la complexité d'un métier humain comme celui-ci, mais c'est aussi cela qui fait sa beauté.

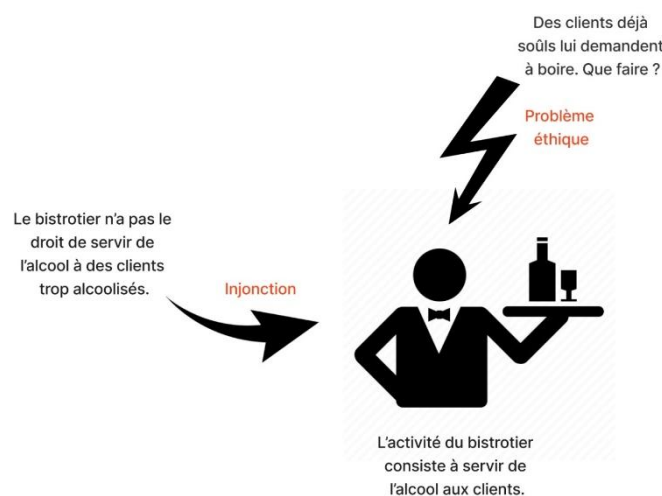
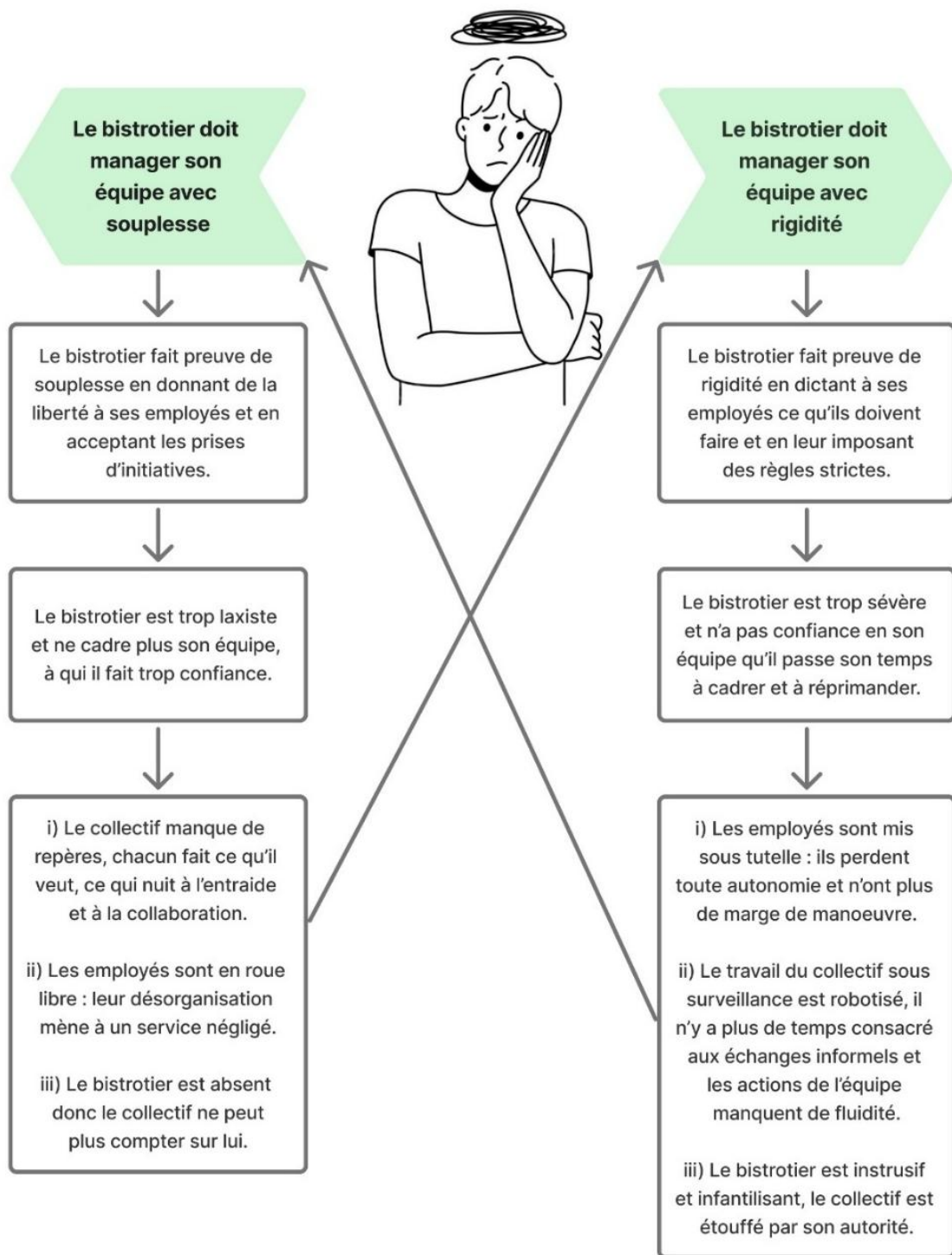


FIGURE 5 – Schéma du questionnement éthique dans la situation où un client déjà soûl demande à boire.

<sup>7</sup> Vidéo YouTube : *Le bistrot, une tradition française qui se perd*, France 24, juillet 2017.

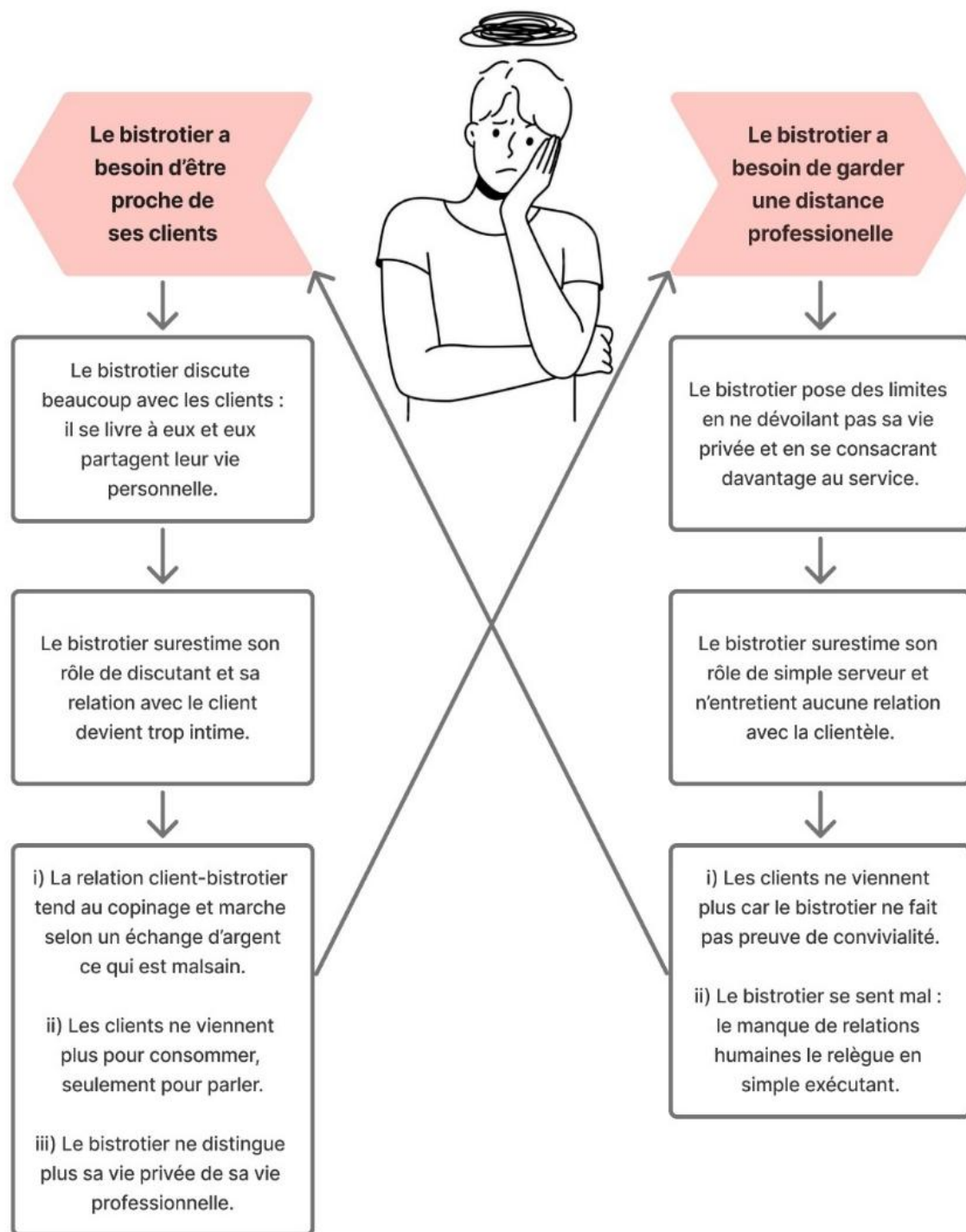
<sup>8</sup> Sauf pour les musiques trop violentes ou qui incitent à une forme de discrimination.



**Voie d'équilibre :** Tendue entre le besoin de souplesse et de rigidité, le bistrotier doit veiller à poser les limites et encadrer son équipe tout en leur laissant suffisamment de liberté pour s'émanciper et exister à part.

FIGURE 6 – Formalisme de la tension entre souplesse et rigidité sous forme d'antagonisme.





**Voie d'équilibre :** Tendue entre le besoin de rester proche de ses clients et celui de garder une distance professionnelle, le bistroti r doit veiller   être   l'écoute des clients tout en ne se livrant pas trop lui-même. De plus, il doit limiter le temps passé auprès de chaque client en évitant les traitements de faveur et ne pas d investir ses autres missions de service.

FIGURE 7 – Formalisme de la tension entre proximité et distance avec le client sous forme d'antagonisme.



### III. La culture des bistrots en déclin

#### A) Les revers du métier

##### 1) Déséquilibre entre vie privée et vie professionnelle

La distinction entre vie privée et vie professionnelle est assez floue dans ce métier. En effet, comme nous l'avons déjà mentionné, il est assez compliqué d'avoir des relations avec les clients sans tomber dans le copinage malsain. Un bistrotier peut avoir du mal à savoir s'il s'entend bien avec un client car ils sont réellement sur la même page ou bien si son but est simplement de quémander une réduction sur sa boisson. D'ailleurs, Jérôme, qui est bien placé pour parler de confusion entre vie professionnelle et personnelle car il a rencontré sa femme dans son bistrot, nous a avoué s'être plusieurs fois trompé sur des clients en ayant voulu investir certaines relations qui n'en valaient pas la peine. La frontière entre ami et client est donc incertaine.

Le lien entre le bistrotier et ses employés est aussi un point important de ce déséquilibre. En effet, les bistrotiers ont plutôt tendance à entretenir des relations informelles avec leurs employés, Jérôme assume d'ailleurs ce schéma lorsqu'il mentionne qu'il gère son équipe en « bon père de famille ». Là encore, jongler entre le personnel et le professionnel est dangereux car cela n'aide pas à affirmer sa position de patron, nécessaire dans certaines situations. Il faut donc que le bistrotier soit assez transparent avec ses employés pour leur faire comprendre que, par moment, ce n'est pas la personne qui parle mais bien le patron du bistrot. De plus, cela pénalise l'évaluation des employés qui est moins objective.

Enfin, la répartition du temps est aussi un sujet complexe car être bistrotier nécessite d'être disponible à des plages horaires inhabituelles (plutôt le soir) et cela peut être un obstacle à la construction d'une vie de famille. À ses débuts, Jérôme effectuait un roulement avec sa femme : il travaillait de nuit et sa femme travaillait de jour. De cette façon, il y avait donc toujours un des deux parents présents, cependant, ils n'étaient jamais tous ensemble. Le bistrotier est encore une fois au cœur d'une tension : celle de consacrer du temps à sa vie privée ou à son bistrot (Figure 8). Que ce soit par ses relations avec ses clients, avec ses employés ou encore dans la répartition de son temps, le bistrotier peut donc rapidement confondre ce qui relève du professionnel et du personnel.



FIGURE 8 – Formalisme de la tension entre consacrer du temps à sa vie privée et sa vie professionnelle.

## 2) Bistrotier, un « métier-passion » éreintant et chronophage

Comme nous l'avons évoqué dans la partie précédente, être bistrotier signifie travailler à des horaires décalés mais surtout à des horaires interminables. À ses débuts, lorsque Jérôme venait d'acheter son bistrot il travaillait environ 60 heures par semaine. De plus, le bistrotier étant l'homme aux multiples casquettes, il doit être partout, tout le temps, et s'accorde donc très peu de pauses ou de vacances<sup>9</sup>. Il est donc très important de se garder du temps à soi, de se réserver des moments de repos pour ne pas tomber dans le surmenage.

Son statut de patron lui impose aussi un grand nombre de responsabilités puisque qu'il est en charge à la fois de clients et d'employés. En outre, être patron, même d'un bistrot, signifie que sa qualité de vie dépend directement de l'activité de son entreprise. À l'image d'un gérant de n'importe quelle autre structure, un bistrotier subit la pression du chiffre : il est nécessaire que ses affaires marchent. Son statut lui impose donc une charge mentale permanente.

De plus, ce métier est marqué par un manque de reconnaissance. Premièrement, il n'est pas considéré comme essentiel au bon fonctionnement de la société comme le pourrait être les médecins ou les pompiers<sup>10</sup>. C'est aussi une activité toujours associée au divertissement et aux excès, ce qui n'arrange rien à sa considération dans une société qui condamne de plus en plus la consommation d'alcool.

Ces éléments participent donc à la difficulté de ce métier, ce qui explique que les bistrotiers puissent avoir du mal à se projeter dans ce celui-ci. Entre les enfants et la fatigue, Jérôme a de moins en moins envie de consacrer du temps à son travail, et ne se voit pas forcément faire cela jusqu'à la fin de sa vie, malgré le fait qu'il trouve ce métier extrêmement intéressant. Ce manque de projection est aussi une conséquence logique du fait qu'un bistrotier est déjà le patron et n'a donc plus d'échelons à gravir.

Pour ces nombreuses raisons, les bistrotiers sont de moins en moins nombreux. Lorsque nous avons demandé à Jérôme les erreurs que pourrait faire un débutant dans ce milieu, il nous a d'ailleurs répondu « un débutant, il ouvrirait un bar ». Car, en plus du niveau d'investissement que requiert ce métier, l'état actuel des marchés n'encourage pas l'ouverture de nouveaux débits de boissons.

---

<sup>9</sup> Jérôme a pris autant de vacances en 2022 que pendant la période allant de 2012 à 2022.

<sup>10</sup> La crise sanitaire de 2020 nous a pourtant prouvé le contraire.

## B) Le constat d'une perte globale d'activité des bistrots

D'après les chiffres de l'Insee, la France recensait 500 000 bistrots au début du XX<sup>e</sup> siècle. En 1950, à l'époque où les bistrots des zones rurales rencontraient leur plus grand succès, on en comptait quasiment 200 000 dans l'ensemble des campagnes françaises. Aujourd'hui cependant, ces débits de boissons disparaissent à vue d'œil : leur nombre a diminué chaque année de 2,8% en moyenne entre 2011 et 2016, ils n'étaient alors plus que 38 800 seulement il y a neuf ans.

Ce phénomène général de disparition des bistrots affecte principalement les petits villages. En effet, en zone rurale, il restait exactement 34 669 établissements en 2014, soit moins d'un bistrot par commune. Peu à peu, l'essor des centres commerciaux, des grandes surfaces et de nouveaux moyens de divertissement – virtuels comme matériels – transforment nos manières de consommer. À cela, s'ajoutent les changements de réglementations qui font qu'il est bien plus dur mais surtout illégal de conduire alcoolisé. Si les campagnes se voient donc privées de leurs derniers lieux de socialité et de convivialité, les grandes villes, elles, subissent également la fermeture des petits bistrots au profit des grands bars. Par conséquent, Pierre Boisard conclut : « Les bistrots ne sont plus l'oasis insouciance qu'ils étaient.<sup>11</sup> »

### 1) Le temps et les confinements successifs ont changé notre façon de faire la fête

La diminution de la fréquentation des bistrots de ces dernières décennies a été accélérée par la crise du coronavirus. À partir de 2020, les confinements ont mis fin à la fête et le secteur de la restauration a été l'un des plus touchés. Avec la peur du virus et comme il n'était pas possible de savoir si son copain de bistrot était malade, les Français ont arrêté de se faire la bise ou de se serrer la main. Pour Jérôme, la crise sanitaire a réglé le problème des habitudes, il raconte : « On a eu deux ans de rien, puis une reprise folle. Le retour a été incroyable bien sûr ! Toutes les terrasses étaient ouvertes l'été, sauf celle des restaurants. Tout le monde était content de se retrouver mais au bout d'un an, les gens sont revenus à leurs habitudes prises pendant le confinement, ils se sont lassés. Maintenant, ils commencent la soirée chez eux, puis ils arrivent en fin de soirée au bar, donc autant vous dire qu'à 22 ou 23h ils sont déjà bien attaqués. »

Après la réouverture des bistrots, en plus de cette nouvelle manie qui consiste à festoyer chez soi, le comptoir n'est pas réinvesti comme auparavant. Parce que le mal rôde encore, les gens préfèrent s'installer en terrasse, à l'extérieur donc, là où ils auront moins de risque d'être contaminés. Autrement dit, le public fuit le cœur du bistrot, qui devient moins le lieu où l'on fait des rencontres inattendues que celui où on se rejoint pour rester attablés uniquement entre amis.

Certaines villes résistent évidemment mieux que d'autres, cela dépend de leur dynamisme, de leur densité, de la taille de leur population étudiante et du niveau de vie de leurs habitants. À Paris, par exemple, la forte activité touristique, les revenus très élevés de la population et le nombre incroyable d'étudiants ne mettent pas tellement en danger les affaires des bistrotiers. À l'inverse, la petite taille des appartements est plutôt une bonne raison pour mettre le nez dehors et sortir boire une verre.

Néanmoins, malgré la réouverture définitive des bistrots en mai 2021, la disparition générale des débits de boisson a continué à progresser. Plusieurs phénomènes en sont à l'origine : d'abord des mutations sociales importantes. En effet, depuis quelque temps, le nombre d'ouvriers a chuté en France ; or, ces hommes et ces femmes étaient les premiers à partager la culture du bistrot. Ensuite, les comportements de socialisation ont changé. Étant donné que la pratique du bistrot est devenue coûteuse<sup>12</sup>, les jeunes et les

---

<sup>11</sup> Radio France, « Les bistrots sont-ils en voie d'extinction ? », *Podcast La Transition*, 10 novembre 2021.

<sup>12</sup> Nous développons ce sujet dans la partie « Une situation économique qui restreint la consommation dans les débits de boissons », à la page 20.

classes populaires fréquentent beaucoup moins ces établissements que par le passé. Désormais, les clients sont donc ceux qui ont l'argent et le temps. D'autre part, la concurrence des *fast-food* et des géants comme Starbucks met à mal l'économie des anciens bistrot. Cela pousse les gérants des débits de boissons locaux à en faire toujours plus, à innover en imaginant de nouveaux concepts. *Workcafés*, bars sans lumière, bars à chats... Comme l'explique Jérôme : « L'état du marché fait que c'est très compliqué d'ouvrir son bistrot, il faut avoir un concept extrêmement fort pour passer les premiers mois. »

Enfin, de nouveaux usages en matière de technologie ont aussi bouleversé les choses. Les paiements par carte bleue ou téléphone se sont démocratisés, à présent les gens n'ont donc plus du tout le même rapport au cash. « Ça nous change énormément, parce que les règlements par carte nous coûtent toujours de l'argent, quel que soit le montant », confie Jérôme. « Pour nous commerçants, les paiements électroniques ne sont rentables qu'à partir de huit euros, il est donc vrai que le cash à l'avantage de nous permettre d'économiser de l'argent. » Toutefois, Jérôme reconnaît que la carte bleue facilite les transactions et qu'en dématérialisant la monnaie, elle semble rompre avec toutes les limites de consommation posées par le cash. L'idée est que les clients ne voient pas leur portefeuille se vider, ils peuvent donc prendre un verre, puis un autre, et encore un autre.

De la même manière, la musique était auparavant assurée par une personne qui restait derrière les platines et choisissait les titres en faisant tourner des CD. Aujourd'hui, c'est plus simple, il n'y a plus besoin de DJ, il suffit de lancer une playlist sur Deezer ou Spotify. En parallèle, le public a aussi pris l'habitude de commander ses repas en scannant des QR codes, ce que déplore Jérôme qui trouve que cela crée une distance et appauvrit les interactions entre le client et le serveur. Il ajoute : « C'est bien d'avoir tous ces nouveaux outils à condition de les utiliser raisonnablement, certains en abusent. »

## 2) Les changements de législation et l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché du divertissement

D'autre part, le succès d'un bistrot est fortement lié à sa localisation, notamment à son quartier qui perd ou gagne de la valeur. En effet, Jérôme constate lui-même que ses deux bistrot n'évoluent pas de la même manière au fil des années. Ses deux établissements ont beau se situer à seulement dix minutes à pied l'un de l'autre, l'influence du quartier se fait ressentir sur la réussite de l'enseigne. « D'un côté, il y a le Métropolitain, créé il y a vingt ans, qui a commencé très fort mais qui depuis un moment est en baisse parce que tout le quartier perd lui aussi en popularité. De l'autre, il y a le Subway, une institution de cinquante ans. Il est installé en périphérie dans un quartier "qui prend la hype", donc forcément, le Subway progresse toujours, mais parce que c'est l'ensemble du quartier qui est en hausse. »

Ensuite, la politique de la ville de Grenoble n'arrange pas les choses. D'après Jérôme, Éric Piolle, maire EELV de la ville depuis 2014, « n'aime pas le centre-ville ». « Il n'y a plus que des piétons, beaucoup moins de voitures et donc moins de gens ». D'autre part, nous observons depuis quelques années une grande tendance des commerces à se délocaliser dans les périphéries proches, tandis qu'à l'image de « la capitale des Alpes », les grandes villes se vident peu à peu de leurs passants. Dans le même temps, les bistrot perdent alors leur clientèle. À ce phénomène s'ajoute aussi l'arrivée dans ces périphéries de grands groupes. Par exemple, les Grenoblois ont récemment inauguré le nouveau centre commercial Neyrpic. Le bâtiment est gigantesque : d'une superficie de 50 000 m<sup>2</sup>, il compte 115 commerces et est capable de drainer chaque jour plusieurs centaines de personnes qui, *a priori*, n'iront donc pas consommer au centre-ville.

Cette centralisation des grandes enseignes dans les périphéries des villes est conjuguée au phénomène de désertification rurale. En effet, les villages sont encore bien plus nombreux à perdre leurs commerces. À présent, les habitants font toutes leurs courses dans un supermarché et ne passent plus pas la « case bistrot »

à l'aller ou au retour. À ce sujet, Pierre Boisard détaille : « Les communes rurales subissent la disparition de nombreux petits commerces, impactés par le développement de grands centres commerciaux et la facilitation des déplacements. » Elles risquent donc de devenir des « villages dortoirs », à moins que les municipalités ou des collectifs ne prennent les choses en main pour conserver ces établissements locaux et y renforcer la cohésion sociale.

La question de la concentration des pouvoirs est un autre problème épineux. Jérôme poursuit en prenant le cas qu'il connaît, celui de Grenoble : « Ici, il y a une concentration des pouvoirs assez dramatique. Il n'y a encore pas si longtemps, dix-huit personnes se partageaient vingt licences IV, aujourd'hui, ces licences n'appartiennent plus qu'à douze personnes. Les bars qui fonctionnaient bien fonctionnent donc mieux, et à l'inverse, c'est la crise pour ceux qui ne fonctionnaient déjà pas bien avant. »

Les licences de quatrième catégorie, dites « licence IV », auxquelles Jérôme fait référence sont des autorisations administratives obligatoires pour la vente d'alcools forts – c'est-à-dire des boissons à plus de 18° d'alcool pur comme les spiritueux. Or aujourd'hui, les bistrotiers sont mis en difficulté car l'obtention de ces licences implique de suivre un processus complexe et très encadré qui compte de nombreuses étapes administratives et juridiques. Finalement, les gérants de bistrots n'ont donc que deux options pour se procurer une licence : s'ils ont l'intention d'exercer dans la même région, ils peuvent en acheter une déjà existante ; sinon, ils doivent formuler une demande de transfert de licence depuis une autre commune de la région et cela se fait sous réserve d'une autorisation préfectorale.

Ainsi, le déclin des bistrots dans les zones rurales, en particulier dans les petits villages, s'explique aussi par la difficulté d'obtention de ces licences IV. Pour cette raison, il y a quelques mois, le 5 mars 2025, l'Assemblée nationale a examiné et adopté en commission un nouveau texte de loi porté par le député macroniste Guillaume Kasbarian. Ce texte propose d'aider les patrons de débits de boissons à se procurer des licences IV en contournant les difficultés réglementaires. Il n'est alors plus indispensable d'acheter une licence, désormais une simple déclaration auprès de la mairie suffit pour ouvrir son établissement.

L'objectif derrière cette nouvelle législation est évidemment de faciliter la reprise et la réouverture des bistrots, surtout dans les campagnes, qui sont des territoires ayant plus que jamais besoin d'être redynamisés. Cependant, cette volonté de revitalisation des espaces ruraux ne fait pas l'unanimité au sein de la classe politique. Plusieurs élus redoutent la délivrance d'un trop plein de licences dans les grandes villes et mettent sur la table les conséquences de cette loi en matière de santé publique. En effet, le député LFI Hadrien Clouet proteste : « Les médecins manquent dans les campagnes françaises, 62% des communes n'ont plus de commerces, un bureau de poste ferme par semaine. Mais vous, vous voulez qu'on boive pour oublier votre bilan ? »

Enfin, Jérôme remarque un autre obstacle en matière de législation : « Les lois d'hygiène sanitaire changent toutes les mois, voire toutes les semaines. Je trouve que certaines sont justes, mais d'autres sont complètement délirantes. Dans tous les cas, ça rend la marche difficile à suivre. »

### 3) Une situation économique qui restreint la consommation dans les débits de boissons

Si l'ouverture des bistrots se fait toujours attendre à la campagne, nous ne pouvons tout de même pas nous contenter d'appréhender la disparition de ces établissements simplement par l'enjeu de l'exode rural. Un autre constat, presque plus évident, nous apporte une nouvelle clé de lecture : partout, les gens consomment moins. Dans les villes notamment, la population est confrontée à l'augmentation des coûts des terrains et des loyers. Les petits débits de boissons se font donc rares : ils déposent leur bilan et, en fin de compte, la situation profite aux grands bistrots.

De plus, cette baisse de la consommation est aussi liée à la diminution du pouvoir d'achat des Français. Jérôme le dit d'ailleurs très concrètement : « Les gens ne viennent plus au bar parce qu'ils n'ont plus de sous. » Au moment de notre entretien, lorsque nous avons abordé les changements de comportements des consommateurs, il a aussitôt été question de la situation géopolitique mondiale. Une situation qui aujourd'hui impacte durement nos systèmes économique et financier. « D'abord la crise de coronavirus, puis la guerre en Ukraine, la peur de l'éclatement d'une guerre, la politique de Trump, de Poutine... Je trouve ça difficile d'analyser ça tout seul », confie Jérôme à juste titre.

Il est vrai que la situation économique actuelle a indéniablement fragilisé la rentabilité du secteur de la restauration. Le gouvernement a eu beau mettre en place des politiques de soutien économique durant la crise sanitaire, les économistes parlent à présent d'un « effet rattrapage » qui surgit sous forme d'une augmentation des défaillances d'entreprises, majoritairement causée par une forte inflation et un retrait progressif des aides accordées par l'État. En effet, pendant le confinement, le gouvernement a octroyé des Prêts garantis par l'État (PGE) qui, certes, ont largement réduit les défaillances d'entreprises<sup>13</sup>... mais à court terme seulement. Jérôme raconte : « Pour moi, les confinements ont été une bonne période personnellement et professionnellement. Je n'avais pas la trésorerie pour assumer un, voire deux ans de fermeture. Heureusement, j'ai pu faire un prêt auprès de l'État à un taux extrêmement bas, et en plus, en cas de problème pour le remboursement, l'État se portait garant du prêt. » Il ajoute : « Aucun de mes salariés n'a perdu de l'argent, tout le monde était payé à 100%. Cette situation nous a même permis de faire des travaux, d'apprendre à nous connaître dans l'équipe, à travailler ensemble, à nous réorganiser. »

En revanche, l'inflation en France ne fait que monter depuis. Entre janvier et août 2024, le nombre d'entreprises du secteur de la restauration ayant fait faillite avait dépassé les 66 000, soit 21,8% de plus qu'en 2023. Plusieurs causes financières sont à l'origine de cette augmentation des défaillances. L'expert-comptable Guillaume Vigneron et le *data scientist* Fabio Giralt y voient d'une part, une flambée des coûts concernant les matières premières pour l'alimentation. Selon *Food Service Vision*<sup>14</sup>, en même temps que les prix de l'énergie ont augmenté, ceux des produits de consommation hors domicile ont subi une hausse de 30% entre 2022 et 2023. Entre la cuisson des plats, l'éclairage et le chauffage de leur établissement, les bistrotiéristes doivent donc assumer de plus grandes dépenses pour maintenir leur activité.

D'autre part, l'augmentation du Smic implique une hausse des salaires, soit des coûts additionnels pour les employeurs qui sont forcés de puiser dans leur trésorerie et de réduire leurs marges. Or, dans la restauration, les marges sont déjà historiquement faibles puisqu'elles ne représentent quasiment jamais plus de 5% du chiffre d'affaires. À ce faible niveau de rentabilité, l'ensemble des débits de boissons, et en particulier les bistrots, sont donc très sensibles aux fluctuations économiques. Certains établissements fonctionnent ainsi à perte en attendant d'avoir accès à un crédit bancaire qui n'arrive jamais. En effet, les banques ne sont absolument pas prêtes à financer les petits bistrots, qui représentent des affaires « à risque ». Par conséquent, la crise économique a mis et met encore fin à de nombreuses enseignes familiales, toutes celles qui n'ont pas les ressources financières pour tenir.

---

<sup>13</sup> Selon les groupes In Extensio et Atometrics, spécialisés en expertise comptable, 72 000 enseignes avaient fait faillite en 2019, soit avant la pandémie de Covid-19. En 2021, ce chiffre a alors dégringolé à 42 000.

<sup>14</sup> Une société d'études spécialisée sur le secteur de la restauration.

## Conclusion

Pour conclure, si le bistrot n'est pas considéré comme essentiel à la bonne marche de la France, il est pourtant nécessaire au dynamisme des centres-villes et des villages. C'est un lieu symbolique car il fait advenir matériellement et techniquement un espace propice au bouillonnement social. Dans un monde qui tend à effacer ces formes de relations aux profits des échanges virtuels, ces espaces de discussions et de partage sont d'autant plus indispensables.

De plus, le bistrot n'est ni vraiment un lieu de travail, ni un endroit familial, ni même un espace pour la vie domestique. Ainsi, nous nous rendons au bistrot précisément parce que rien ne nous oblige à y aller et parce que l'on en a envie. De la même manière, être bistrotier est souvent un choix du cœur : les conditions éreintantes et chronophages de ce métier en font d'office un métier-passion, une profession où l'on ne peut pas tenir si l'on n'a pas la « flamme ».

Toute la beauté du métier se retrouve à travers la relation avec les clients, pendant laquelle s'effectue une danse délicate qui bénéficie aussi bien aux habitués qu'au bistrotier. Jérôme affirmait d'ailleurs : « Parler aux gens c'est la chose la plus intéressante du monde. » Cette remarque montre l'importance du lien social dans ce métier, et donc du caractère réciproque de la relation. En effet, si les clients viennent au bistrot pour voir du monde, cette effervescence apporte aussi énormément au bistrotier qui, grâce à son rôle de médiateur social, donne non seulement de la valeur à sa profession, mais aussi du sens.

Dans une certaine mesure, le travail permet donc au bistrotier de se construire. La *Figure 9* met ainsi en évidence tout ce que permet ce métier, tant sur le plan personnel, que socio-professionnel et sociétal. Il en ressort une individuation personnelle et professionnelle satisfaisante, justement permises par les échanges avec les clients, ce rôle d'entremetteur lui permettant de s'inscrire dans une réalisation collective. Cependant, nous retrouvons ici le manque de reconnaissance de ce métier, encore considéré comme peu utile au bon fonctionnement de la société.

En plus de leur manque de reconnaissance, les bistrotiers peinent à se projeter dans leur métier. Cette absence de perspectives s'explique par les difficultés que rencontrent les municipalités pour trouver de nouveaux gérants afin que les débits de boissons locaux retrouvent leur activité d'autrefois. Le statut de patron implique en effet d'accomplir énormément de tâches, de travailler chaque jour jusque très tard et de s'accommoder d'une grande amplitude horaire. De plus, tout bistrotier doit faire face à plusieurs obstacles, tels que le souci de la conciliation entre vie privée et vie professionnelle, la fatigue, les pics de stress, ainsi qu'une proximité parfois malsaine avec le client. Enfin, ce manque de projection est également dû à de nombreux changements qui touchent autant à l'aménagement des villes qu'aux comportements de consommation et de socialisation. Tout cela mis bout à bout, nous comprenons que le déclin des bistrots n'est pas seulement lié à la profession en elle-même, peut-être que les bistrots ont fait leur temps et la société française est à présent passée à autre chose ? La question reste en suspens. Néanmoins, la perte globale d'activité des bistrots est aujourd'hui tellement critique du point de vue socio-économique qu'elle devient désormais un sujet de préoccupation politique.

Finalement, la disparition progressive des lieux emblématiques que sont les bistrots, conjuguée à leur inscription au patrimoine culturel immatériel français, tend à les figer dans le temps, les reléguant presque au statut de « relique ». Ces lieux emplis de souvenirs et d'émotions collectives témoignent de fragments d'un passé précieux et murmurent encore les échos d'histoires oubliées.

## Légende

- = Le travail le permet
- = Le travail ne le permet pas toujours
- = Le travail ne le permet pas

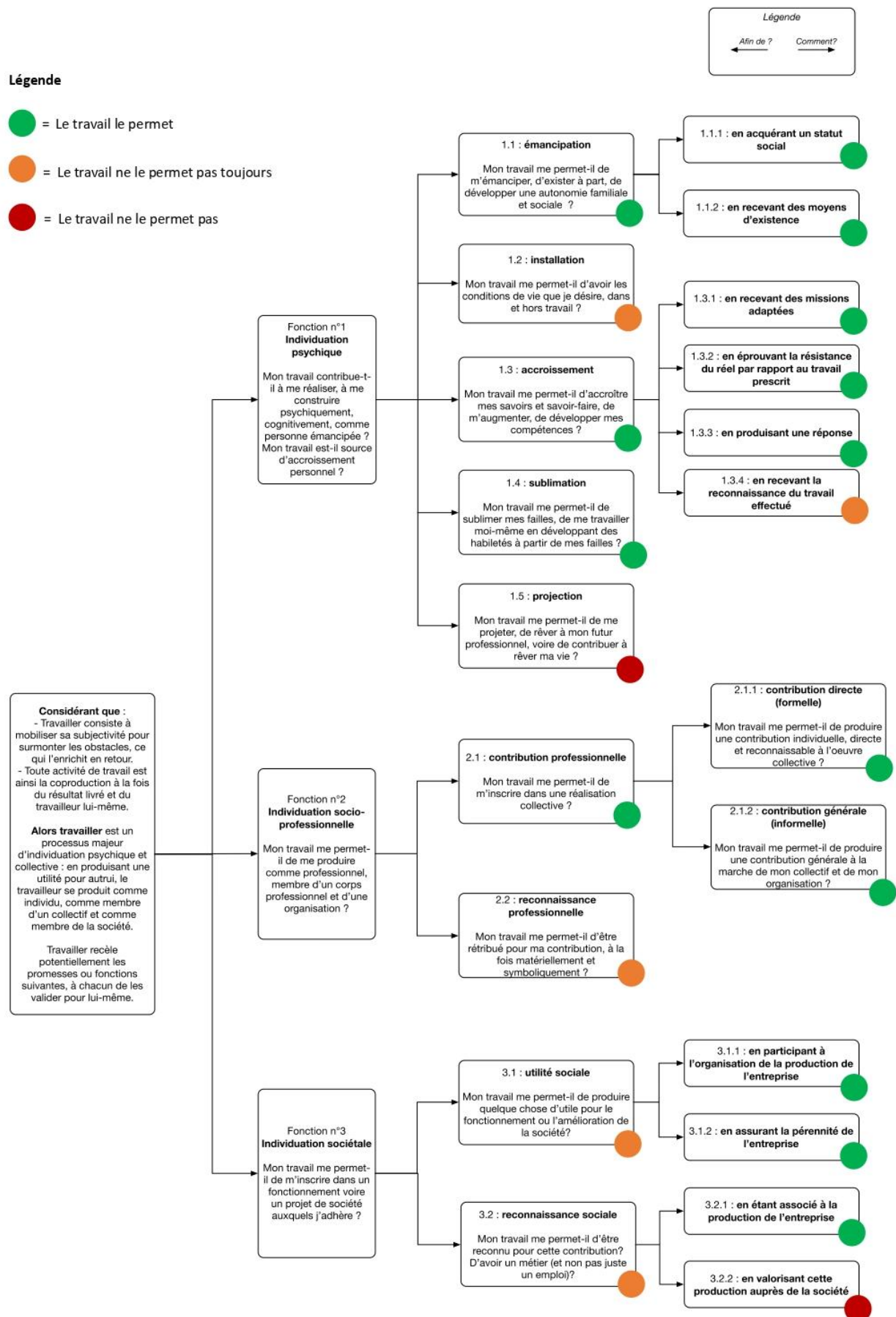


FIGURE 9 – Formalisme des fonctions du travailler du bistrotier.



## Bibliographie

- [1] BOISARD Pierre, *La vie de bistrot*, Paris : Puf, 2016.
- [2] BECK Robert, *Buvons !*, [lavedesidees.fr](http://lavedesidees.fr), le 1<sup>er</sup> avril 2024.
- [3] BAUDET Sylvain & HOUZE Mathilde, *Redonner vie au bistrot et dernier commerce dans les petites communes. Histoire et enseignements de six expériences collectives*, Banque des territoires, Novembre 2022.
- [4] Radio France, « Les bistrots sont-ils en voie d’extinction ? », *Podcast La Transition*, 10 novembre 2021.
- [5] VIGNERON Guillaume & GIRALT Fabio, « Difficultés financières des restaurants traditionnels et solutions de redressement », In *Extenso*, 26 août 2024.
- [6] SRIKUMAR Suruthi, « Pourquoi les bistrots des petits villages sont-ils en voie d’extinction ? », *Planet.fr*, 6 mars 2025.