

# Sommaire

Contexte	5-6
----------	-----

---

## I. Sémiologie des points de vente fruits et légumes

---

L'univers des fruits et légumes « frais »	9-16
---	------

---

L'authenticité préservée . . . . .	10
Une biodiversité concrète . . . . .	11
Le familial. . . . .	11
Bipolarité alimentaire . . . . .	12
Les effets bénéfiques. . . . .	15
La tentation sensorielle . . . . .	15

Spécificité et rôles des espaces	16-25
----------------------------------	-------

---

Spécificité et étendue	
du spectre de la proposition . . . . .	16
Savoir et expertise suggérés par les espaces . .	19
Les trois vecteurs de l'expertise. . . . .	21
La mise à disposition . . . . .	22

Typologie des espaces fruits et légumes	25-32
---	-------

---

Étal expert maraîcher . . . . .	25
L'atelier potion bien-être. . . . .	27
Le self idyllique. . . . .	30

Synthèse et conclusion	32
------------------------	----

---

## **II. Co-création sur Second Life® des aménagements et de l'assortiment**

---

**35-53**

Quatre kiosques mobiles . . . . . 39

Quatre îlots dédiés à la transformation fraîche  
installés chez les détaillants traditionnels . . . . 47

---