AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

HERVÉ SCIARDET, **Les marchands de l'aube, ethnographie et théorie du commerce aux Puces de Saint-Ouen**.

Paris, Economica, coll. Études sociologiques, 2003, 213p.

Dans *Les marchands de l'aube*, Hervé Sciardet soumet à l'analyse sociologique un terrain davantage appréhendé par les sciences économiques : le monde du commerce. À partir d'une enquête ethnographique conduite sur le terrain particulier des Puces de Saint-Ouen, institution vieille d'un siècle née aux alentours de la Porte de Clignancourt, il propose une réflexion sur la nature du gain entrepreneurial. Le choix du marché aux Puces se justifie par sa particularité comme cadre d'un commerce spécifique, celui des objets d'occasion sortis du cycle de la récupération. Pendant six mois, l'auteur a suivi l'activité d'un brocanteur et de son associée autour de leur « stand », à savoir un déballage forain sans installation matérielle fixe, qui occupe une partie du trottoir et de la chaussée d'une des rues dédiées aux Puces, les samedis, dimanches et lundis. Pris dans le cours de cette vie quotidienne, il a eu accès à l'objectivité des pratiques, des actes et des intentions. Sa présence répétée dans ce lieu, où les brocanteurs sont en relation avec une grande diversité de partenaires, lui a ainsi fourni un point d'observation privilégié et permis également de mettre en lumière les principes d'analyse qui contribuent à forger une théorie du commerce.

Le milieu professionnel du commerce de la brocante se décompose en trois grandes fonctions. La première concerne la « chine ». Assurée par un ensemble de personnes en marge de la place marchande et du milieu, appelés les « biffins » (zonards, récupérateurs et autres chineurs), elle a pour fonction de sortir les objets de leur contexte domestique. Héritiers des chiffonniers qui parcouraient la ville avec hotte et crochet, les « biffins » récupèrent les objets les plus périphériques aux patrimoines, ceux trouvés sur la voie publique, les fonds de poubelles et autres objets abandonnés. Ils ne sont pas patentés et déballent aux interstices des places marchandes légales. La deuxième fonction est assurée par les brocanteurs et les courtiers qui, ancrés dans le milieu professionnel, vivent sur la place marchande périphérique et spécialisée. Cette fonction (le négoce) vise à traiter les objets de commerce entre professionnels. C'est avec les brocanteurs que commence à proprement parler l'activité commerciale, c'est-à-dire l'achat pour la revente. Le brocanteur travaille sur une mise de fonds relativement faible, une trésorerie plutôt qu'un capital. Il revend très rapidement à d'autres commerçants, génériquement appelés marchands (« il vend marchand »), la marchandise qu'il a acquise soit chez des particuliers, soit auprès d'autres confrères ou encore en salles de vente, avec des marges généralement très importantes, doublant ou triplant sa mise. Parallèlement, une autre partie de sa marchandise, acquise à très bon compte, est revendue directement et au coup par coup auprès de particuliers avec des marges tout aussi importantes. Les brocanteurs sont nombreux par ailleurs à développer une spécialité à mesure de leur professionnalisation. La troisième fonction, qui consiste à replacer les objets dans de nouveaux contextes domestiques, est celle des antiquaires tenant un magasin en ville. Les antiquaires constituent la strate supérieure du commerce de brocante. Ils présentent les objets sélectionnés mis en composition. Ceci implique à la fois le financement d'un stock important et coûteux de rotation plus lente et le financement d'un magasin, dans un lieu d'exposition qui convienne aux objets. Il y a, du brocanteur à l'antiquaire, une rupture de même

nature qu'entre trésorerie et capital. Selon Hervé Sciardet, ce qui fait l'unité de ce milieu professionnel lié par des transactions commerciales, c'est l'utilisation et le partage de lieux communs (marchés aux Puces, salles de ventes, foires professionnelles) où se retrouvent ses acteurs et le partage d'un certain nombre de codes réglant les transactions.

Si le commerce de brocante est orienté vers l'amont (trouver de la « came-marchand »), il ne peut toutefois se passer de l'aval : saisir un objet marchand en amont suppose de s'appuyer sur des liens personnels établis en aval, à savoir les débouchés. Autrement dit, l'occasion de gain n'est pas contenue dans l'objet mais dans la connaissance singulière qu'a le marchand d'un tiers potentiel, présent dans son calcul. Ainsi, l'enquête a permis de mettre en évidence trois grands cadres pour les échanges : le marché professionnel avec des séances de déballage ; le marché de détail de l'étalage ; les formes du lien entre contacteur et contactable. Ces trois cadres sont informés par des références conventionnelles de prix et de qualité des objets, qu'il faut connaître. Que les transactions soient cadrées leur impose une forme et en définit les objets et les prix, mais ne suffit pas à les déterminer car une transaction actuelle est presque toujours liée à une transaction envisagée et c'est le lien opéré entre les deux qui permet d'anticiper un gain monétaire. Toutefois, il ne semble pas qu'un même acteur ponctuel puisse opérer la mise en relation de l'amont ultime avec l'aval ultime. Le tissu des contacts est essentiel à l'interprétation de l'enchaînement des échanges et notamment du destin de la came marchand. C'est parce que le marchand dispose d'un contact en aval que l'objet recèle un gain. Plus généralement, l'insertion dans le milieu professionnel permet de faire fonctionner l'activité : chiner consiste avant tout à nouer et entretenir des relations personnelles. L'exercice de cette activité sans capital financier tient en majeure partie à la socialisation dans le milieu professionnel et à la constitution de liens personnels. L'auteur observe notamment comment les liens personnels donnent accès à une place, et avec la place, au statut afférent, c'est-à-dire l'accès à des cadres de transaction et à des clientèles spécifiques, à l'achat et à la vente, et, par conséquent, l'accès à la possibilité de traiter d'objets du commerce. Ainsi, la stratification des Puces n'est pas fondée sur la reconnaissance des objets mais sur celle des personnes.

Les objets que l'on retrouve aux Puces n'y sont pas regroupés en raison d'une même nature technique ou en raison d'une appartenance à un même domaine d'utilisation. Plus qu'une commune appartenance esthétique, c'est l'homologie des contraintes d'approvisionnement, au cas par cas et en fonction des occasions (décès et héritage, déménagement, événements familiaux divers, faillites d'entreprises, mévente, vol, démobilisation après les deux guerres mondiales), qui les rassemble en ces lieux. Ils s'inscrivent ainsi dans trois classes commerciales en fonction de la séquence de transaction dans laquelle ils se trouvent : la came-marchand, la petite brocante et la marchandise de spécialité. La valeur des objets dépend des types de classification et peut changer selon le contexte. Par exemple, au niveau du déballage, la règle de base est la suivante : tout effort de classification et de composition des objets physiques les disqualifie comme came-marchand. L'objet de commerce correspond dans ce cas à la situation de déballage dite « dans son jus », c'est-à-dire la marchandise qui n'est pas encore apprêtée, préparée, nettoyée, regroupée avec ses semblables. L'objet dans son jus n'est pas isolé du lot dont il sort, ni redéfini par rapport à sa classe de goût, mais il appartient encore au contexte domestique dont il a été sorti. Plus généralement, la classification commerciale des objets

est particulière en cela qu'elle se distingue de leur classification comme objets de goût.

Nous retiendrons enfin de l'ouvrage la démonstration portant sur la formation des prix, qui, dans le cadre du marché aux Puces, obéit à des mécanismes bien précis. Hervé Sciardet montre que c'est dans l'expérience des professionnels du commerce que se forment les prix, au travers de la répétition des échanges. Ainsi, les prix ne se révèlent pas dans l'interaction, ils la précèdent, contrairement au marché théorique de l'analyse économique où les prix sont des faits sociaux puisqu'ils sont donnés. La situation de marchandage fournit une autre occasion de discuter l'économie classique. L'interprétation commune analyse la situation de marchandage comme des monopoles bilatéraux dans lesquels l'un gagne ce que l'autre perd. La capacité d'imposer son prix à l'autre en serait la dimension essentielle. Dans le déballage, le prix-marchand n'est pas le prix marchandé : on n'est pas dans une situation de duel entre le détenteur unique d'un objet que désirerait un acheteur unique. En tant qu'objets de commerce, ce sont des objets qui ne sont intéressants que pour le gain que leur achat et leur revente peuvent produire. Ainsi le marché tel qu'il fonctionne dans le cadre des Puces s'appuie sur deux aspects collectifs : l'aspect formel de l'encadrement des échanges et l'aspect historique des itinéraires personnels qui relient les cadres d'échange, en dehors desquels il ne pourrait fonctionner.

À l'issue de cette exploration des mécanismes d'une place marchande particulière, l'auteur rappelle en quoi sa démarche, centrée sur le suivi des itinéraires des marchands et permettant d'accéder aux séquences de transaction, se démarque, voire complète, celle de l'analyse économique. En observant dans des conditions ethnographiques des transactions effectuées à titre professionnel, il met en évidence une forme particulière de passage d'un cadre d'échange à l'autre, distincte de celle traditionnellement appréhendée par l'analyse économique. Ce n'est plus un changement gouverné par le choix du meilleur cadre, par la sélection la plus avantageuse possible du cadre d'échange pour un même objet, mais une succession d'achats dans un cadre et de ventes dans un autre cadre. La notion de séquences de transaction, charpente de l'analyse, permet à son tour de distinguer le commerce de l'échange. Alors que la notion de transaction, dans une économie monétaire, aboutit à la théorie de l'échange marchand que décrit l'analyse économique, la notion de séquence de transactions, l'achat pour la revente, permet de fonder celle de commerce, distincte de celle d'échange. Ce faisant, l'auteur suggère de remettre en cause la division traditionnelle du travail entre économistes et sociologues, et de réexaminer la distinction entre une approche sociologique des populations engagées dans le commerce et une approche formelle de l'échange.

Enfin, Hervé Sciardet souligne en conclusion l'efficacité de sa démarche comparée aux travaux d'anthropologie économique, qui souffrent, selon lui, d'un biais d'observation lorsqu'ils se limitent à la sélection des populations cernées par des contours identitaires pour comprendre le fonctionnement de places marchandes. Ce biais entraîne un risque, celui de briser la cohérence des séquences de transaction en les arrêtant aux frontières du groupe et par conséquent, de manquer la consistance sociologique des milieux qui se construisent dans « l'exploitation des écarts ».

Anne LHUISSIER

INRA, CORELA, Ivry sur Seine