MARCHÉ PUBLIC N° 1100292
LOT N° 2

Etude qualitative portant sur les conditions de vie des biffins en Ile-de-France

Aurore
Association
reconnue d'utilité publique

BUC ressources
CERA
Centre d'Etudes et de Recherches Appliquées

Table des matières

INTERVENANTS 6

INTRODUCTION 7

1. LE BON USAGE DES CATEGORIES 10

1.1 LES CATEGORIES DE LA RECUPERATION-VENTE 10

A. Catégoriser le cycle des objets plutôt que des individus 10

B. Sauvette 14

C. Biffe 15

D. Fripe 16

E. Brocante et antiquités 18

1.2 LA PAUVRETE COMME CATEGORIE « ESSENTIALISTE » OU « CHOSIFIANTE » 19

A. Pauvreté comme catégorie ? 19

B. Entre populisme et misérabilisme 20

2. SOCIOLOGIE DES BIFFINS INTERROGES 22

2.1 METHODOLOGIE 22

A. Cercles concentriques et investigation en réseau 22

B. Paris et banlieue 23

C. Entretiens non directifs et de type « récit de vie » 24

D. Analyse du contenu 25

2.2 PROFIL DES PERSONNES RENCONTREES 26

A. Profil type 26

B. Statut 27

C. Situation sociale 28

D. Biffe 29

E. Marchés et territoires 31

F. Espace marchand 32

G. Cycle de l'objet 34

3. SOCIOCULTURE DES BIFFINS ET DE LA BIFFE 36

3.1 LA « COMMUNAUTE » DES BIFFINS 36

A. Existence d'une socioculture 36

B. Le « nous » et le « eux » 37

C. Profils typiques 39

3.2 CAPITAL SOCIAL DE LA BIFFE 41

A. Définition 41

B. Entrée dans la biffe, la « force du lien faible » 42

C. Rupture et continuité 43

D. Économie de la survie, savoir expérientiel et art de vivre 44

E. Les biffins comme « minorité active » 46

4. ESPACE MARCHAND, UNE QUESTION SOCIETALE PLUS QUE SOCIALE 49

4.1 UN ESPACE SINGULIER 49

A. Entre gestion individualisée et collective 49

B. Espace populaire et espace marchand 51

C. Espace de l'étal 52

4.2 TRANSACTION OU MEDIATION DE L'OBJET 55

A. Un intérêt commun 55

B. Estimation de la valeur 56

C. Valeur de l'objet en relation au cycle 57

4.3 ECOSYSTEME DU MARCHE 58

A. Diversité 58

B. Interdépendance et régulation 61

5. RAPPORT AU TERRITOIRE ET A L'URBANITE 62

5.1 ESPACES POPULAIRES 62

A. Mémoire de la ville 62

B. Forces centrifuges et centripètes 65

C. Centralité des espaces marchands 66

5.2 MAITRISE D'USAGE ET CADRE DE VIE 69

A. Prendre place, est-ce illégal ? 69

B. Conflits d'usage 70

C. Propreté 71

D. Sécurité 72

6. L'ECONOMIE DU RECYCLAGE 77

6.1 BREF RAPPEL HISTORIQUE DU RECYCLAGE DES DECHETS 77

A. Définition d'un déchet et de son traitement 77

B. Période d'intégration de la biffe 78

C. Période de séparation de la biffe 79

D. Et maintenant ? 80

6.2 RECUPERATION ET TRI DANS LE CIRCUIT DE LA BIFFE 80

A. Biographie d'un objet 80

B. Dépôt ou démarchandisation 81

6.3 INTEGRATION DE L'ESPACE MARCHAND BIFFIN 84

A. « Carrés » et gestion de l'espace 84

B. Critères d'attribution des places : conditions sociales ou conditions marchandes ? 86

C. Prise en compte écosystémique 87

D. Rue marchande et tourisme culturel 89

6.4 AUTRES VOIES ECONOMIQUES 91

A. Vide-greniers, braderies 91

B. Ressourceries 92

C. Déchetteries 93

D. Transformation artistique ou « l'art d'accommoder les restes » 94

ÉLEMENTS DE PROPOSITION EN GUISE DE CONCLUSION 96

RESSOURCES DOCUMENTAIRES 98

Intervenants

Chercheurs

Stéphane Rullac, Chef de projet

Educateur spécialisé, docteur en anthropologie (EHESS de Paris), coordinateur du CERA (Centre d'Etudes et de Recherches Appliquées) pour BUC Ressources. Membre du conseil consultatif des solidarités de la mairie de Paris.

Hugues Bazin, Chercheur

Chercheur indépendant en Sciences Sociales depuis 1993. Diplômé de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales en anthropologie et en sociologie. Coordinateur du laboratoire d'Innovation Sociale par la Recherche-Action. Chercheur associé à la Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord et à l'Institut National de la Jeunesse et de l'Education Populaire.

Membres du pôle insertion de l'association Aurore

Yvan Grimaldi

Animateur social, titulaire du DEFA, du DSTS et d'un DEA de recherche en travail social (CNAM), Directeur du Pôle Insertion d'Aurore. Membre de la FNARS Ile-de-France et Secrétaire d'Inser'éco, dans le secteur de l'IAE.

Sylvie Gomes

Conseillère en insertion professionnelle de formation. Directrice adjointe du Pôle Insertion d'Aurore.

Pascale Chouatra

Educatrice spécialisée de formation. Chef de service du « Carré des Biffins ».
En cours de formation au Diplôme d'Etat d'Ingénierie Sociale (DEIS).

Nadine Chambert

Animatrice sociale, conseillère en insertion sociale et professionnelle, titulaire du DEFA.
Travailleuse sociale dans le service du « Carré des Biffins ».

Guillaume Muñoz

Titulaire du Master 2 professionnel en Sciences Sociales Spécialité Action Publique Action Sociale.
Travailleur social dans le service du « Carré des Biffins »

Introduction

Cette étude a été commanditée par l'Unité Société de la Direction du développement social, de la santé et de la démocratie régionale, de la Région Ile-de-France. Selon le Cahier des Clauses Particulières (Marché n°1100292), son objet est l'étude qualitative portant sur les conditions de vie des biffins en Ile-de-France. Cette étude vise « à obtenir une représentation qualitative du public ciblé à partir du critère de difficulté sociale, économique et des conditions de vie sanitaires en tenant compte de sa répartition sur le territoire francilien présentée par la cartographie dont la réalisation est demandée par le 1er lot du présent marché. » Cette approche qualitative doit intégrer un volet social (caractériser ces populations, définir leurs conditions de vie et identifier les freins et les potentiels dans le cadre de leur accès aux droits), un volet économique (déterminer les caractéristiques des ventes, déterminer les besoins des biffins relatifs à l'exercice de leur activité et identifier les enjeux de concurrence aux commerçants environnants et comment y remédier), un volet environnemental (caractériser leur condition de vie sanitaire, évaluer leur rôle dans le recyclage des produits et le nombre de produits recyclés en moyenne sur une période d'un mois et évaluer l'état de propreté des lieux de ventes avant et après la vente).

Le « chiffonnage », l'activité de ceux qui récupèrent, recyclent les rebuts des grands centres urbains et les revendent pour accorder une « seconde vie aux objets », existe depuis des siècles. Nous retrouvons la trace de ces récupérateurs-vendeurs sur les marchés du moyen-âge. Difficile à évaluer, la population des chiffonniers était estimée entre quelques milliers à plusieurs dizaines de milliers à Paris, à la fin du 19ème siècle, si l'on considère uniquement le noyau professionnalisé ou si l'on ajoute les saisonniers. Ce chiffre pouvait être multiplié par cinq, en incluant les personnes vivant indirectement de cette économie. Cette activité perdure aujourd'hui malgré l'industrialisation de la collecte des déchets et la mise en place du tri sélectif. Ainsi, les biffins d'aujourd'hui suivent les traces des chiffonniers d'hier et logiquement leur activité existera tant que la société de consommation produira ses déchets et que des populations en âge de travailler ou à la retraite auront besoin de générer une économie subsidiaire. La récupération vente constitue en cela un indicateur des conditions de vie. Le développement actuel des marchés de l'occasion suit assez fidèlement la courbe de la pauvreté. La France comptait 4,5 millions de pauvres en 2009. Un individu est considéré comme « pauvre » quand son niveau de vie est inférieur au seuil de pauvreté, qui se situe à 50 % de revenue médian, soit 795 euros mensuels. Ceux qui vendent et achètent de la biffe sont majoritairement en dessous du seuil de pauvreté.

Notre étude s'attache principalement à la biffe, dont les transactions d'objets récupérés se déroulent dans l'espace public, à travers des espaces marchands non autorisés, mais repérés qui rassemblent une forte densité de vendeurs. Notre démarche ne prétend donc pas couvrir l'ensemble de la diversité de la récupération-vente. Nous y reviendrons dans la première partie. Cependant, nous considérons la biffe comme représentative du type de récupération- vente qui se situe entre l'économie officielle et

informelle. Nous privilégierons comme angle d'étude, la forme socio-économique du marché, car elle concentre toutes les dimensions sociologiques de la biffe : culturelle (« la socio-culture des biffins et la biffe »), sociétale, (« l'espace marchand »), urbaine (« le rapport au territoire ») et économique (« l'économie du recyclage »). Comme l'iceberg, le marché biffin possède une partie visible et une partie invisible, proportionnellement beaucoup plus importante. C'est trop souvent la partie visible sur laquelle se portent l'attention et les récriminations, risquant d'occulter du débat les enjeux principaux et leurs modes de résolutions par les acteurs eux-mêmes.

Cette visibilité se traduit par des situations d'interactions généralement non réglementées, qui génèrent des conflits avec l'environnement, dans l'espace public où se croisent des vendeurs et des acheteurs, qui partagent le temps de cette transaction un intérêt commun : celui de maximiser le gain entre achat et vente. Concentrés sur les quartiers populaires de Paris intra-muros (Barbès, Boulevards de Belleville/Ménilmontant) et leurs limites débordant sur la Couronne (Porte Montmartre, Porte de Bagnolet, Porte de Montreuil, Porte Didot), ces marchés acquièrent une dimension régionale et absorbent l'essentiel de ce type de vente. Dans ce contexte, on ne peut ignorer la spécificité de l'histoire de Paris, qui est également la capitale de la biffe, en concentrant l'exclusivité de cette activité à l'échelle régionale.

Les entretiens réalisés auprès des biffins confirment ce constat. Si un tiers des personnes rencontrées n'habite pas Paris, elles sont toutes directement liées à la forme écosystémique du marché parisien. Comme l'a indiqué aussi le Lot 1, il n'existe pas de marchés biffins en banlieue, même si le Lot 1 a observé des formes individuelles de ventes dans les marchés populaires en banlieue. Cependant, lors de nos déplacements dans plusieurs marchés en banlieue, nous n'avons pas été en mesure de confirmer l'existence de biffins, même de manière isolée. Le fait que ces marchés se déroulent à Paris ne signifie pas qu'ils soient uniquement « parisiens ». Les vendeurs et les acheteurs viennent aussi de la région, voire pour ces derniers du reste de la France ou du monde.

Cette étude, à travers une vingtaine d'entretiens de biffins, vise à caractériser l'articulation des éléments systémiques qui constituent un marché biffin :

- Des **agents** (acheteurs-vendeurs, récupérateurs vendeurs) : une multitude de profils peut coexister parfois chez le même individu qui devient par exemple alternativement acheteur et puis vendeur. Tous sont à la fois « acteur » et « vecteur ». Acteur dans le sens où ils ont leur libre arbitre et des stratégies indépendantes. Mais aussi vecteur dans le sens qu'ils participent d'un processus socio-économique et l'enrichissent.
- Un **circuit économique** et esthétique (cycle de l'objet, filière d'approvisionnement et de vente) : le principe de circuit est d'accorder une « seconde vie à l'objet » qui est pris dans un contexte (statut d'oubli, de rebut, de déchet) pour être resocialisé dans un autre. Il peut s'agir d'une économie de la survie jusqu'à la collection, en passant par la brocante et le vintage (revalorisation du vieux). Plusieurs facteurs qualifient ce cycle : la durée du cycle, le type d'objet, son contexte marchand, etc.

- Une relation de **transaction** en vis-à-vis dans un espace public (relation vendeur-client) : c'est la base structurante de tous marchés en créant une socialité urbaine, qui, dans un espace-temps donné, provoque des relations humaines différentes du reste de la vie courante.
- Un rapport aux **territoires** (rapport au quartier, à la collectivité territoriale) : prendre place dans l'espace public génère une tension qui peut être interprétée positivement (vie populaire, attractivité) ou négativement (nuisances, dévalorisation), entre espace privé et public, mobilité « hors sol » et ancrage territorial de quartier.
- Un « **écosystème** » (diversité, régulation, interdépendance) : aussi éphémère, fragile, désordonné que puisse apparaître le marché biffin, l'espace marchand n'en constitue pas moins un véritable jeu d'équilibre sophistiqué permettant non seulement à la relation de transaction d'exister de manière relativement stable, mais de se reproduire dans le temps et l'espace ; malgré les opérations fréquentent de la police.
- Un **capital social** à travers des parcours d'expérience, qui constitue un art de faire, en développant un réseau de relations et de compétences : si l'entrée dans la biffe est toujours liée à une rupture, le choix d'y rester est un élément de culture qui se traduit par la mise à disposition d'un ensemble de ressources.

1. Le bon usage des catégories

1.1 Les catégories de la récupération-vente

A. Catégoriser le cycle des objets plutôt que des individus

Une catégorie sert à désigner, distinguer, classer tous types d'éléments. C'est un mode opératoire classique que nous utilisons au quotidien et qui participe aux modalités d'orientation et d'action. Dès le début, cette étude s'est confrontée aux enjeux de la définition de catégories de population instaurant une transaction marchande dans l'espace public, telles que les « biffins », les « vendeurs à la sauvette », les « fripiers », etc. Notamment, l'articulation entre les définitions du Lot 1 et du Lot 2 a été un enjeu important. En ce qui concerne la partie cartographique, le besoin était de classer graphiquement des individus, selon des frontières territoriales, selon des critères directement observables sur les marchés à un instant « T ». Le Lot 2, en revanche, cherche à mener des entretiens dans le cadre d'une objectivation des processus dans lesquels s'inscrivent des individus, dont le marché n'est que l'inscription la plus visible.

Les catégories sont au service d'une compréhension scientifique de la réalité, mais ne doivent pas se confondre avec la réalité au risque de légitimer une « naturalisation des faits sociaux ». Le risque est alors de simplifier et de « chosifier » les individus, qui se trouvent réduits dans leur complexité sociale, dans le cadre de cases rigides. Le phénomène que nous étudions peut revêtir, au même moment, des formes ou des valeurs diverses, voire contradictoires qu'aucune catégorie ne peut résumer. Nous pouvons catégoriser des activités, à la rigueur des comportements ou des postures, mais pas l'humain en tant que tel, dans son essence sociologique. L''existence d'une personne est une, elle ne peut se découper en tranche selon un discours savant. Comme nous le verrons d'ailleurs, une même personne peut développer plusieurs modalités de récupération-vente.

Lorsque nous utilisons le terme « biffins », nous catégorisons en fait les « personnes qui font la biffe », c'est-à-dire à travers une activité et ce qu'elle implique en termes de position socio-économique, mais pas dans leur appartenance à une communauté homogène qui s'appellerait « les biffins », selon des traits culturels uniques. Il s'agirait alors d'une forme d'ethnicisation, voire de racialisation d'individus au nom de leurs seules pratiques. Il est donc important lorsque nous utilisons une catégorie de toujours garder à l'esprit les enjeux qui amènent à choisir cette catégorisation. Il est important également de relever comment les individus concernés se nomment par eux-mêmes et comment ils le sont par d'autres ; nous compris en tant qu'observateurs. Le choix d'une famille de catégorie est donc tout sauf anodin. Lorsque nous choisissons le « cycle de l'objet » ou « l'espace marchand » comme catégorie, et non pas la « pauvreté » ou les « conditions sociales », nous faisons un choix délibéré qui influence notre manière d'expliquer tels ou tels phénomènes sociaux.

La confusion peut être rapidement faite entre l'objet sociologique et la personne qui devient un objet. A ce titre, il serait plus juste d'utiliser la biffe (comme modalité de vente) plutôt que les « biffins » (comme individus). Une autre confusion peut porter sur la catégorie « récupérateurs vendeurs » prise comme synonyme de « biffins ». Les deux ne sont pas synonymes. La catégorie comme aide à la définition d'un objet sociologique à son intérêt mais aussi ses limites. L'objet sociologique ne correspond généralement pas à une catégorie, soit parce qu'il est plus large ou plus restreint ou les deux à la fois. Ainsi des biffins ne sont pas tous récupérateurs-vendeurs (ils pratiquent également l'achat-vente) et des récupérateurs-vendeurs ne sont pas tous biffins (comme par exemple les brocanteurs).
Pour étudier un objet, il doit être contextualisé dans une unité espace-temps. Nous comprenons la « récupération-vente » comme une inter-catégorie, c'est à dire qu'elle décrit un processus transversal à différents « cycles de l'objet ». Celui que nous prenons pour étude est précisément « la biffe dans l'espace marchand collectif de la récupération-vente ». Mais nous pouvons prétendre cerner toutes les formes de récupération-vente et par conséquent décrire tous les récupérateurs-vendeurs.

En nous référant aux études existantes, couvrant des champs similaires, nous nous apercevons qu'elles obéissent aux mêmes soucis de cohérence liée à une forme sociale et/ou territoriale, comme par exemple : les vendeurs à la sauvette dans le métro parisien[1], l'espace marchand de Barbès[2], les glaneurs récupérateurs de produits alimentaires à la fin des marchés[3], les puces de Saint-Ouen[4], etc.
Résumons plusieurs critères qui relèvent de la pertinence d'une catégorie :

- Son ancrage historique, son obsolescence ou son actualisation ;
- La possibilité pour les acteurs concernés de l'utiliser pour décrire ce qu'ils vivent et agir sur la réalité ;
- La possibilité de ranger la catégorie dans une famille décrivant le même type de processus ;
- Sa capacité à décrire un phénomène social significatif pas simplement sur un plan quantitatif (nombre de personnes concernées), mais aussi comme indicateur ou révélateur de problématiques sociopolitiques ou socio-économiques actuelles au cœur des enjeux contemporains.

Nous ne catégorisons donc pas des individus, mais des processus dont les individus sont les porteurs ou les vecteurs. Dans le cadre du marché, il se déroule un processus de récupération-vente qui couvre les activités de la biffe, jusqu'aux antiquités, en passant par la fripe et la brocante. Chaque objet dans sa « carrière » peut être relégué puis reclassé et passer d'un type de vente à un autre.

1 COSTES Laurence, L'étranger sous terre : Commerçants et vendeurs à la sauvette du métro parisien, L'Harmattan, 2000.

2 LALLEMENT Emanuelle, La ville marchande. Enquête à Barbès, 2010, Téradère.

3 CERPHI, « Les glaneurs alimentaires », Rapport d'étude qualitative Remis à la DIIESES pour le Haut-Commissariat aux Solidarités Actives contre la Pauvreté, 2009.

4 SCIARDET Hervé, Les marchands de l'aube : Ethnographie et théorie du commerce aux Puces de Saint-Ouen, Economica, 2003.

Tiphaine Chatton[5] distingue aux puces *« l'antiquaire, le brocanteur, le marchand d'occasion (vêtements ou autres), le marchand de vêtements neufs et le marchand de bric-à-brac »*. Hervé Sciardet[6] propose une catégorisation proche : *« les antiquaires, les brocanteurs, les commissaires-priseurs-courtiers, les récupérateurs, les biffins »*. Ici, les « récupérateurs » se distingueraient des biffins par le caractère professionnalisé de la récupération d'objets encombrants. Nous pouvons considérer dans ce cas cette catégorie d'intermédiaire, puisqu'elle sert de liaison dans le cycle de l'objet. Ces deux exemples de catégorisation ont en commun de respecter une certaine hiérarchisation du cycle de l'objet, selon les « classes » d'objets manipulés. Constatons cependant que suivant les observateurs et leurs approches, le nom et le nombre des catégories peuvent varier suivant l'angle adopté par l'observateur. Pour notre part, nous retiendrons dans notre tableau comparatif exposé plus loin du cycle de l'objet : vendeur à la sauvette, biffin, fripier, brocanteur, antiquaire.

Nous devons enfin prendre en considération que la nomenclature dressée par le regard extérieur ne coïncide pas totalement avec la catégorisation établie par les acteurs, selon une reconnaissance interne de leur milieu. Ainsi « brocanteur » ou « biffin » caractérise des parcours d'expériences autodidactes. La connaissance et les savoir- faire s'acquièrent dans une « école de la rue ». Les conditions de vie et le niveau de ressources peuvent être très éloignés entre un biffin et un brocanteur et encore plus un antiquaire. Cependant, si les parcours n'échappent pas aux hasards et aléas de l'existence, leurs activités ont en commun un choix plus motivé par la passion que la contrainte, au moins un plaisir à s'organiser ainsi dans un entrepreneuriat individuel. La tentative d'une catégorisation objective correspond finalement à la description d'une « famille » de cycle de l'objet, sous laquelle peuvent être réunies ces catégories. Néanmoins, le terme « famille » (de catégories) n'indique nullement une filiation marquée par l'évidence d'une entente ou d'une solidarité, alors que la concurrence commerciale pousse au contraire à générer de la rivalité. De la sorte, les catégories sont relativement cloisonnées mais pas totalement étanches.

Le cycle de l'objet est donc le principal, parfois l'unique lien, réunissant les acteurs de l'économie du recyclage et de la récupération-vente (ancienne vie, récupération, nouvelle vie). Remarquons que la catégorie « vendeur à la sauvette » n'appartient pas à cette famille du cycle de l'objet ainsi défini. Elle est pourtant incluse dans notre comparatif comme contribuant de par sa proximité spatiale et sociale à l'espace marchand. Détaillons maintenant plusieurs critères qui représentent les déterminants du cycle de l'objet : étal (mobile : forain, barnum, étalage sur pied ou au sol ; fixe : attaché à une boutique), durée du circuit (en heures, en jours, en semaines ou en mois), statut de vente (vendeur déclaré juridiquement ou non ; place officielle patentée ou non), origine de l'objet (neuf, occasion,

5 CHATTON Tiphaine, « Le marché aux puces de Saint-Ouen : une esquisse de projet urbain », DESS d'aménagement et d'urbanisme, Universités de Paris I et Paris VIII, 2000.

6 SCIARDET Hervé, Les marchands de l'aube : Ethnographie et théorie du commerce aux Puces de Saint-Ouen, Economica, 2003.

contrefaçon), classe de circuit de l'objet (en gros, consommation, touristique, drouille[7], utilitaire ou usuel, de goût, de collection), type d'approvisionnement (déchets, entrepôts, chine[8], courtage), destination (finale, chine ou collection, gros).

Nous avons regroupé dans le tableau ci-dessous de manière synthétique la famille de catégories d'activités en abscisse et d'objets en ordonnée correspondant aux critères que nous venons d'exposer :

Activités / Objets	Sauvette	Biffe	Fripe	Brocante	Antiquité
Étal	Mobile	Mobile	Mobile/fixe	Mobile/Fixe	Fixe
Durée	Très court/court	Court	Court/Semi-long	Semi-long	Long
Statut	non-officiel	non-officiel / semi-officiel	Semi-Officiel/ Officiel	Officiel	Officiel
Classe	Touristique/ Consommation	Usuel / Drouille/ Goût	Gros / Goût	Drouille/ Goût	Collection
Nature	Neuf/contrefaçon	Occasion	Occasion/neuf	Occasion	Occasion
Approvisionnement	Entrepôts	Déchets / Chine	Entrepôts/ Déchets/Chine	Chine/courtage	Chine/ courtage
Destination	Finale	Finale /Chine	Finale /Chine / Gros	Chine / Collection	Collection
Prix	Bas < ---------- > Haut				

Il est intéressant de remarquer qu'en fonction de tel ou tel facteur, mis en avant, il est possible de rapprocher ou d'éloigner deux catégories différentes et ainsi dresser différemment les contours de cette « famille » de catégories. Si nous prenons par exemple le statut (officiel/ non-officiel) comme indicateur et leur mode d'occupation mobile dans l'espace public, biffe et sauvette sont proches socialement. En revanche, si nous soulignons le circuit de l'objet (mode de récupération-vente), alors la biffe se rapproche plus de la brocante comme forme économique et culturelle. Le cas de la fripe est difficilement classable. Elle aurait pu être également rangée entre la sauvette et la biffe, suivant que l'on mette en avant la classe objet « gros » (entrepôt) ou goût (vintage). C'est effectivement une

[7] Ce terme est employé dans le milieu des brocanteurs, des collectionneurs et chineurs pour désigner une marchandise de peu de valeur, démodée ayant peu de chance de trouver un acquéreur, le type de bric-à-brac que l'on peut aussi retrouver dans les vide-greniers. La drouille joue en quelque sorte un arrière fond d'objets résiduels qui peut ainsi connaitre plusieurs cycles sans trouver acquéreur.

[8] Chine : toute action à la recherche de l'objet, quel que soit le statut de l'acteur, la signification en est au départ technique, désignant précisément une manière de faire quelque chose.

catégorie très hétérogène. Présentons tous les membres, proches ou éloignés, de la « famille » des récupérateurs-vendeurs.

B. Sauvette

La sauvette comme nous le disions n'appartient réellement pas au cycle de la récupération vente. Souvent, le type de vente se réduit au circuit de la contrefaçon (parfums, montres pour hommes ou pour femmes, assortiments de bijoux, colliers, etc.). Le profil du vendeur à la sauvette correspond plus à une personne en extrême précarité sociale, qui n'a pas d'autres choix que d'évoluer dans une économie de la survie. Il a récupéré ses produits selon différentes filières des biens de consommation pour les revendre dans les plus brefs délais, s'installant près des zones marchandes attirant le public et s'appuyant sur les formes de solidarités communautaires. C'est sur ce dernier point qu'une partie de la dimension économique de la sauvette peut s'intégrer à l'espace marchand de la biffe. Effectivement, pour les produits alimentaires et de consommation courante, cela répond aux besoins de personnes nécessiteuses également clientes des œuvres humanitaires comme le Secours Populaire ou les Restaurants du Cœur.
La vente à la sauvette comme la vente de la biffe est faite sans autorisation sur le domaine public (c'est-à-dire sur le trottoir, les chaussées, dans les halles et les marchés, etc.). Certains biffins maintiendront cette confusion en parlant pour eux-mêmes de « vendre à la sauvette », dans tel ou tel endroit, pour signifier le statut précaire et aléatoire de cet espace. Dans de tels cas, « sauvette » ne qualifie pas un type d'objet ou de circuit, mais tout simplement le fait de devoir à tout moment se « sauver ». À cette proximité spatiale s'ajoute une proximité sociale de par les conditions de vie poussant parfois des biffins à vendre aussi des produits habituellement attribués au circuit de la sauvette. Mais il existe une distinction dans le sens où les biffins entretiennent avec les « sauvettes » le même type de rapports que les brocanteurs avec les biffins. D'un côté, il est reproché à la « sauvette » l'aspect douteux de leur filière d'approvisionnement qui attire ou attise une présence policière. De l'autre, il est reconnu aux « sauvettes » d'offrir des « produits d'appel » dans l'espace marchand amenant un public élargi. Cependant la comparaison n'est pas tout à fait adaptée si l'on considère le cycle de l'objet. Dans ce sens la concurrence est plus vive entre biffins et brocanteurs, le cycle étant de même nature. Nous voyons que les lignes frontalières dans l'économie informelle sont poreuses et résistent à une catégorisation trop rigide qui voudrait séparer les bons biffins et les mauvais « sauvettes ».

A la différence de la biffe, la « sauvette » peut exister en dehors de la forme collective « marché », pour écouler sa marchandise et de cette manière constitue des espaces marchands de petite taille beaucoup plus mobiles. Dans tous les cas, la « sauvette » a besoin de lieux à fort passage et brassage, outre les marchés, cela peut être les nœuds de communication des transports (métro, gare) ou les lieux à forte fréquentation touristique. Même si le monde de la sauvette n'appartient pas à la forme éco systémique de la biffe, elle constitue un autre écosystème marchand autant développé à Paris qu'en banlieue, qu'il serait intéressant d'explorer et de comprendre dans un autre cadre d'étude.

C. Biffe

La biffe décrit le circuit de recyclage des objets, de la récupération à la vente en passant par la mise en état et l'espace de transaction. C'est à la fois une expérience individuelle souvent proche de l'esprit du travailleur indépendant, qui rejoint une expérience collective du marché. La biffe croise donc une dimension humaine, spatiale et économique. Elle décrit une personne en situation de faibles ressources assumant une gestion de l'incertitude en ayant comme activité complémentaire ou principale le recyclage d'objets et matériaux usuels usagés et abandonnés. Elle développe une culture historique du geste par la recherche déambulatoire et le savoir-faire du tri sélectif ainsi qu'une sociabilité sur les lieux de vente plus ou moins formalisés côtoyant les marchés traditionnels. Elle s'insère ainsi par un système d'échanges, négociations, transactions dans une écologie urbaine comme économie du lien et de la réciprocité.

Notons que cette définition est multifactorielle et un critère unique ne peut être retenu. « Faibles ressources » par exemple ne veut pas dire toujours « uniquement pauvre » ou « tout le temps pauvre ». Certains remarqueront d'ailleurs que le « plaisir » de la biffe comme nous le savions de la « chine » n'est pas réservé aux plus démunis. De même, le parcours de récupération des objets ne peut constituer un facteur exclusif. Les biffins adoptent la forme « marché », c'est-à-dire une forme éco systémique assez complexe, souvent en continuité de marchés déjà existants (puces, marchés populaires) et nécessitant la mise en présence d'un groupe relativement important d'individus. Ainsi, la biffe appartient à la même famille que la brocante. Un individu peut appartenir alternativement ou à la fois à plusieurs cycles et d'un point de vue historique, les brocanteurs sont les descendants directs des chiffonniers. Comme les brocanteurs, les biffins sont autant des récupérateurs-vendeurs que des revendeurs. Ils passent une partie de leur activité à dénicher des objets qu'ils remettront en vente sur les mêmes marchés. Le principe économique reste le même : acheter au plus bas prix pour revendre au meilleur prix.

C'est moins le vendeur que l'acheteur qui distingue les classes d'objets. Les premiers acheteurs des biffins sont les biffins eux-mêmes : « Acheté biffin, acheté malin » comme le souligne l'un d'entre eux. Le brocanteur se distingue de la biffe dans le fait que le profit n'est pas l'unique motivation de l'achat mais aussi l'ancienneté ou la rareté de l'objet. Ici la brocante se rapproche de l'antiquité, le marché se destine autant à des professionnels qu'à de simples collectionneurs ou touristes. Si l'entrée dans la biffe est provoquée par un accident de la vie (perte de l'emploi, maladie, invalidité, rupture familiale), rester dans la biffe peut devenir un choix, voire un plaisir. Biffer devient un mode de vie et un art de vivre quand certains d'entre eux ne manquent pas de préciser que depuis des décennies, ils n'ont jamais acheté du neuf ; sauf évidemment pour les produits touchant à l'alimentation et la santé. Réfuter ainsi une vision misérabiliste - populiste d'un marché « des gueux », « des pauvres », « de la misère », ne cautionne pas pour autant une vision qui glorifierait la marginalité. Si certains revendiquent cette nécessité aussi comme mode de vie, d'autres ne cachent pas que c'est une nécessité dont ils se passeraient bien ne serait-ce que par les conditions éprouvantes et insécurisées

de l'exercice de la biffe pour sa partie nocturne de récupération et réprimée dans sa partie visible des marchés.

Certaines personnes revendiquent clairement que la biffe appartient à la tradition des chiffonniers et des brocanteurs et rappellent à juste titre que les premiers puciers étaient d'anciens biffins. Ils aimeraient valoriser ces emplacements non seulement comme éléments indissociables de l'histoire de Paris, mais aussi comme pouvant générer une économie touristique. Il existe à la fois des similitudes et de grandes différences entre biffins d'aujourd'hui et chiffonniers d'hier. Ils ne partagent pas le même profil sociologique. Les biffins d'aujourd'hui ne vivent pas en communauté. Ils sont d'une certaine manière plus isolés, moins organisés et donc beaucoup plus sensibles à la précarité. L'univers biffin contemporain est beaucoup plus cosmopolite. Il n'en reste pas moins que ce sont des entrepreneurs individuels, qui partagent l'esprit d'indépendance réfractaire aux formes instituées et organisations salariales classiques.

D. Fripe

Le fripier a pour objectif de réutiliser des vêtements usagés. Il les achète ou les récupère, les nettoie, les répare afin de les revendre. Le fripier doit non seulement assurer la vente, mais il doit également dépouiller les vêtements reçus, faire un tri, les laver et ensuite les mettre en rayon ou en étal. Historiquement, fripe, biffe et chiffonnage sont parfois employés comme synonyme. Ils ont une racine commune qui est la manipulation des « chiffons » et le cycle des vêtements. La notion de fripe est sans doute le plus ancien des termes. Souffrant de la concurrence des vêtements neufs, vendus à des prix très bas, la fripe, qui encore il y a un siècle avait pignon sur rue, ne peut exister aujourd'hui que sur certaines niches très spécifiques. Aujourd'hui, l'activité est reprise dans des filières de vente en gros concentrées dans une série de petites et moyennes entreprises qui sont regroupées au sein du Syndicat professionnel de la récupération et du recyclage des textiles, affilié à la Fédération nationale des industries et commerces de la récupération (FEDEREC).
Le principal champ économique est l'exportation vers les pays du Sud (en balles, mises dans des conteneurs) triée en plusieurs classes : articles « griffés », deuxième choix, troisième choix, etc., la valeur de revente étant très différente. Les grossistes livrent aux détaillants, jusqu'aux petits revendeurs. De même, la collecte des vêtements, constituée par l'apport volontaire dans des conteneurs placés sur la voie publique ou sur des parkings de supermarchés, est concentrée dans les mains de quelques grandes œuvres caritatives (Emmaüs, le Secours populaire, le Secours catholique, Croix-Rouge, etc.). Elles gèrent les bacs de récupération et toute la filière de traitement. Il arrive que des biffins soient embauchés et se professionnalisent dans ce cadre ou encore viennent directement ponctionner à la source, c'est-à-dire dans les bacs de récupération.

Sur le marché de Clichy-sous-Bois, un fripier nous a affirmé que pendant l'hiver, certaines places étaient vides. Alors, le placier accepte des vendeurs comme lui sans déclaration officielle, contre cependant un paiement de la place (12 euros les 6 mètres). La décision est prise chaque samedi

matin, au début du marché. C'est aléatoire et non garanti. Il n'achète pas ses fripes dans des usines, mais il les trouve à la suite de déménagements, sur les trottoirs, etc., sans les payer. En cela, le circuit de son objet est similaire à celui de la biffe. Cependant, il se vit comme un vendeur des marchés à la limite de la légalité. Il s'inscrit donc en bas de l'échelle dans la carrière du commerce des marchés forains municipaux. A part quelques exceptions comme celles-ci, la vente dans les marchés populaires comme nous le remarquions est monopolisée par les circuits des grossistes qui achètent en lots aussi du neuf en très grande quantité au détriment d'une fripe de récupération-vente individuelle. Nous avons rencontré un fripier sur le marché de Stains, qui s'approvisionne dans des usines spécialisées ou dans des organismes à caractères sociaux. Il achète en gros, pour plusieurs milliers d'euros. D'après cette personne, s'il est possible d'acheter à ces usines sans être déclaré (les usines ne vérifient pas), il n'est pas possible d'acheter seulement quelques kilos. Ainsi, ce mode de vente repose sur un achat en gros et la possession d'un budget pour investir au départ, même s'il s'agit de fripes.

L'accueil de fripiers non déclarés sur un marché est très lié à la tolérance du placier, parfois ouvert et on lui accordera un petit pourboire, parfois récalcitrant, et il sera alors accusé d'être un « escroc». À Stains, le placier nous a informé qu'il existait à l'entrée du marché une tendance à voir des vendeurs non autorisés s'installer. Il s'agit de personnes qui possèdent néanmoins le statut d'auto-entrepreneur. Il peut s'agir de particuliers ou d'anciens salariés de vendeurs forains qui ont travaillé dans le marché, qui tentent de se mettre ainsi à leur compte à moindre frais. Cette tendance a abouti il y a quelques mois par une intervention des CRS pour les expulser. Il ne s'agit pas de biffins, mais de vendeurs qui se situent en bas de l'échelle des marchands forains et qui souhaitent améliorer leur situation.

Un marché municipal est un espace particulièrement régulé par le placier et la police municipale, voire la police nationale le cas échéant. La référence de cet espace de vente est le respect des lois, règles, etc. Nous avons assisté à Vitry à des rappels à l'ordre, de la part du placier et des policiers municipaux, vis-à-vis de vendeurs arrivés en retard pour ouvrir leur stand. Cette référence à la règle n'empêche pas l'existence d'une marge qui ne la respecte pas totalement. Chaque marché municipal possède sa propre marge, composée de vendeurs qui tentent de s'implanter sans pour autant rentrer totalement, pour le moment, dans les règles de fonctionnement qui s'appliquent. Il y a bien sûr les vendeurs à la sauvette qui vendent du neuf, sans en avoir le droit. Mais, il y a aussi les fripiers qui se distinguent par la vente de vêtements en gros. Certains vendent sans autorisation administrative au registre du commerce et sans les acheter. La différence objective avec les biffins réside alors dans la vente sur un étal et non à terre sur une bâche, mais aussi sur le paiement d'un droit au placier (différence non valable avec les vendeurs du Carré des biffins). Des échanges avec le vendeur de Clichy-sous-Bois ont indiqué que celui-ci n'avait jamais vendu à Paris ni dans un marché biffin. Même si le lien objectif avec les modalités de vente de la biffe est proche (il serait alors un biffin spécialisé dans la vente de vêtements d'occasion trouvés et remis en état), son profil sociologique le place davantage du côté des vendeurs forains, auxquels il aspire appartenir un jour de manière pérenne (il débutait dans ce type de vente). L'hypothèse est alors de dire que ce type de fripiers (très

minoritaires) compose sociologiquement le bas de l'échelle dans la carrière de vendeurs forains dans les marchés municipaux. Ils visent alors une insertion professionnelle durable en débutant directement par le bas dans les marchés, et non à la suite d'une préalable ou concomitante pratique de la biffe.

E. Brocante et antiquités

Liés par la naissance des puces avec l'histoire des chiffonniers, le brocanteur comme l'antiquaire aujourd'hui se définit comme un revendeur de vieux meubles, linges, hardes, bijoux, livres, armes, métaux, ferrailles et autres objets et marchandises de hasard. Ils ont pour autre point commun de posséder un statut légal, mais le brocanteur est tenu à moins d'obligations quant à la traçabilité de l'objet et l'authenticité. Les brocanteurs donnent à la marchandise sa première identité commerciale officielle. Sa pratique professionnelle consiste donc moins à récupérer indistinctement matières et objets, mais à rechercher des occasions de se procurer des objets commerciaux destinés aux amateurs ou pour l'essentiel à d'autres marchands connus de lui et le connaissant. Chiner consiste à repérer les objets dans un environnement, à parcourir rapidement l'espace du déballage, à multiplier les allées et venues. Le chineur n'est pas un marchand qui achète des objets pour les revendre, mais un échangiste qui vend des objets pour en racheter d'autres. Les « brocanteurs de trottoir » sont les intermédiaires de ces apporteurs marginaux qui pratiquent une chine spécifiquement urbaine et parisienne, et grâce à leur statut de commerçants, confèrent à ces objets une identité commerciale.

En tant que catégorie la plus éloignée de notre cycle de l'objet, les antiquaires appartiennent néanmoins à la même famille. On peut les considérer comme des *« spécialistes de la recherche, de l'identification des objets et de leur authenticité*[9] *»*. C'est une profession règlementé par un code déontologique strict, en particulier sur la qualité de l'objet (auteur, époque, provenance). L'objet doit être restauré et correctement présenté. La différence entre un antiquaire et un brocanteur résulte plus de l'autodéclaration car sous l'angle juridique ils sont l'un et l'autre avant tout revendeurs d'objets mobiliers soumis aux mêmes contraintes. L'antiquaire, en tout cas, n'est pas un marchand forain, ce que le brocanteur est souvent par ailleurs. Mais au-delà de l'autodéfinition et de son flou éventuel, il existe entre le brocanteur et l'l'antiquaire une rupture de nature qui est celle entre trésorerie et capital. Les antiquaires présentent des objets sélectionnés mis en composition, ce qui implique à la fois le financement d'un stock important et coûteux de rotation plus lente.

[9] « Le marché aux puces de Saint-Ouen : une esquisse de projet urbain », *op.cit*.

1.2 La pauvreté comme catégorie « essentialiste » ou « chosifiante »

A. La pauvreté comme catégorie ?

La pauvreté est un des principaux critères mis en avant pour catégoriser la biffe et les biffins. Les représentations sociales ne manquent pas de termes dans ce sens : « marché de la misère », « marché aux pauvres », « farfouille de la misère », « bric-à-brac d'infortune », etc. On ne peut nier, comme nous l'indiquions en introduction, que la majorité des personnes concernées vivent en dessous du seuil de pauvreté. Il peut cependant exister un écart important entre la pauvreté objective, telle qu'elle est définie par le seuil de pauvreté, et le sentiment de pauvreté, c'est-à-dire la manière dont chacun vit et assume ses conditions de vie dans le regard des autres. On peut ne pas avoir de travail et être au RSA (Revenu de Solidarité Active) sans pour autant se sentir pauvre, et inversement avoir un revenu par un travail et avoir le sentiment qu'il n'assure pas un niveau de vie acceptable au regard de sa trajectoire professionnelle, de son âge, de sa situation familiale. En quoi la dénomination « pauvre » nous renseigne sur le mode de vie et les compétences propres au milieu de la biffe ? Ce n'est pas un hasard, si les biffins ne reprennent pas la terminologie de la pauvreté pour qualifier leur situation, indiquant en cela le refus d'un statut victimaire. Cependant, cette catégorisation par le prisme de la pauvreté procède d'une construction sociale : ce qui est le plus dur finalement n'est pas de vivre avec des ressources réduites, sachant que la biffe est justement une manière d'y répondre, mais d'être discriminé en tant que pauvre. Ainsi, à côté de la catégorie objective « pauvre », il coexiste une autre catégorisation sociale « pauvre » qui, bien que subjective, finit par produire un groupe discriminé, comme le démontre les arrêtés municipaux à leur encontre, dans le cadre d'une judiciarisation de la pauvreté.

Il est instructif à ce propos d'établir une comparaison dans la manière dont sont nommés et traités les biffins et les Roms ; certains Roms étant par ailleurs biffins[10]. Si les conditions sociohistoriques de la formation de ces groupes sont évidemment différentes, elles se rejoignent par une discrimination liée à leur visibilité dans l'espace public, sous l'effet de processus de catégorisation ethnoculturelle. Le stéréotype du « nomadisme asocial des Roms », rejoint finalement celui du « marché sauvage miséreux des biffins » sous la considération des « vagabonds sans feu ni lieu ».

Cette construction ethnique de la réalité peut légitimer le passage du stéréotype à la stigmatisation légale, en constituant officiellement des catégories distinctes de citoyens plus contrôlées et plus surveillées. Ainsi, les termes « nomades » puis « gens du voyage » ont légitimé *« l'association entre la définition d'un groupe sur la base d'un aspect de son mode de vie et contrôle spécifique*[11] *».* La mobilité et la visibilité de chaque groupe sont interprétées comme une preuve d'absence d'attaches

[10] Les biffins Roms appartiennent au groupe des étrangers migrants qui étaient sédentaires avant leur venue en France pour fuir les difficultés économiques et les discriminations dans leur pays (pays d'Europe centrale et orientale) .

[11] BLUM LE COAT, Jean-Yves, CATARINO Christine, QUIMINAL Catherine, « Les gens du voyage : errance et prégnance des catégories » in *Villes et hospitalité : Les municipalités et leurs "étrangers"*, Maison des Sciences de l'Homme, 2004, p 157-176.

territoriales et d'insertion sociale, accentuant un processus de relégation territoriale. De même des arrêtés municipaux appelés « anti-pauvres », car leur multiplication suit la hausse de la précarisation et du nombre grandissant de démunis, tentent d'exclure de l'espace public des catégories de la population selon certains aspects de leur mode de vie ou de leur comportement ; accentuant leur relégation sociale. C'est le cas des arrêtés anti-mendicité s'appuyant sur la préservation de l'ordre public et une vision hygiéniste comme les « nuisances sonores et olfactives » et la propagation de maladies. C'est exactement sous ces mêmes présupposés hygiénistes que les chiffonniers étaient pourchassés au 19ème siècle alors que le chiffonnage correspond au contraire à une alternative à la mendicité. La disqualification de l'activité participe à la construction d'une catégorie discriminée.

C'est aussi le cas aujourd'hui lorsqu'un maire a souhaité empêcher la récupération dans les poubelles en prenant un arrêté « anti-chiffonnage » (arrêté appelé initialement « anti-fouilles de poubelles »), car dirigé contre les « glaneurs », qui récupèrent de la nourriture dans les poubelles[12]. Paradoxalement, la catégorisation, qui a initialement pour but d'aider à la connaissance et aux choix, instaure une ignorance en établissant une frontière symbolique empêchant la rencontre puisque les stéréotypes sont d'autant plus forts que le groupe discriminé est proche socialement et spatialement. Cette description des processus de catégorisation, pouvant participer à la production d'un groupe discriminé, renforce notre vigilance dans la manière dont une démarche scientifique peut contribuer à former et légitimer des catégories.

B. Entre populisme et misérabilisme

Les stéréotypes pouvant s'appuyer sur des versions culturalistes d'apparence scientifique[13], toute étude doit déterminer en quoi elle légitime une catégorisation qui participe à renforcer un populisme (valorisation des traits culturels, exemple : « biffe comme culture marginale ») et un misérabilisme (dévalorisation des traits culturels, exemple : « biffe comme culture du pauvre »). Les chiffonniers du 19ème siècle étaient renvoyés aux mêmes stéréotypes sociaux de la « classe dangereuse » et de la « classe laborieuse », entre représentations du déchet « parasites, sales, dépenaillés, violents, alcooliques, inadaptés » et représentations de l'entrepreneur solitaire mais solidaire « autonomie,

[12] Suite à la requête de la Ligue des Droits de l'Homme, un jugement du tribunal administratif de Melun en novembre 2011 a suspendu cet arrêté d'une ville de banlieue. Cette décision du tribunal, qui pourrait faire jurisprudence si elle était confirmée, indique le flou du terme « chiffonnage » et le caractère disproportionné de l'interdiction par rapport à l'invocation de troubles à l'ordre public. Concernant le caractère d'urgence à suspendre l'arrêté, le Tribunal a retenu le contexte de la période hivernale et du droit des personnes en grande nécessité à utiliser librement le domaine public en récupérant des déchets qui sont considérés comme des biens sans maîtres. Par ailleurs, au-delà du caractère qu'elles estiment contraire aux principes républicains et aux droits de l'homme, les associations de lutte contre la pauvreté et les discriminations (Ligue des droits de l'homme, Emmaüs, Droit au Logement, etc.) dénoncent « l'inutilité » de ces mesures qui visent à « déplacer la misère ».

[13] Différence entre culture et culturalisme : Si la culture décrit « simplement » des pratiques, des modes d'être et de penser selon des descriptions ethnographiques, le culturalisme cherche à expliquer le comportement des personnes selon leur appartenance à un groupe ethnique. Alors que la culture se conjugue au pluriel selon des processus dynamiques de transformation ou la personne peut jouer sur différents répertoires identitaires, le culturalisme réduit l'autre à une différence culturelle qui finit par apparaitre comme naturelle et immuable. Par exemple, pour le culturalisme, le nomadisme est un trait inchangé dont héritent les Roms et qui réduit leur communauté à ce trait ; alors que pour l'ethnographie, c'est le produit de rapports sociaux, il ne préexiste pas à ces derniers, il se construit dans et par la relation, il n'est pas le fait d'une altérité radicale.

liberté, fierté », etc. Situés sur une ligne de crête, entre deux positions opposées, mais qui peuvent aboutir à la même naturalisation des faits sociaux, nos travaux contribuent-ils à pénaliser ou légaliser un phénomène, condamner ou légitimer une situation sociale ? C'est exactement ce type de questions qui traverse l'instauration des marchés biffins entre répression et reconnaissance. Dans la mesure où utiliser la pauvreté et les problèmes sociaux, comme indicateur principal, risque de conduire à une « chosification » de la réalité sans apporter des réponses, il nous paraît judicieux d'aborder la biffe comme capital social, comme un espace marchand et une forme d'urbanité. C'est ainsi que nous avons organisé notre démarche lorsque nous avons tenté de présenter les contours sociologiques des biffins.

2. Sociologie des biffins interrogés

2.1 Méthodologie

A. Cercles concentriques et investigation en réseau

Nous ne pouvons présenter les profils sociologiques des biffins rencontrés sans indiquer au préalable les conditions de mise en place de l'étude. Le milieu de la récupération-vente, qui s'inscrit dans l'économie informelle, concerne des personnes en difficulté ou marginalisées, parfois en situation irrégulière. Ce contexte exige un certain nombre de précautions méthodologiques et un positionnement déontologique spécifique, qui concernent la façon dont les personnes sont rencontrées et la manière dont se déroulent les entretiens et sont traités les matériaux récoltés. Les biffins constituent un groupe discriminé dans l'espace public et sont soumis à un certain nombre de représentations sociales discriminantes. Dans ce cadre, la réticence ou la méfiance des personnes à se raconter ou à divulguer des informations est compréhensible. Outre les conditions d'anonymat et de respect des sources, le travail d'étude doit garantir de ne pas contribuer d'une manière ou d'une autre à ces formes de stigmatisation, tout en récoltant des éléments qualitatifs pertinents pour l'étude. Cette « qualité » des renseignements est directement liée au fait qu'ils sont donnés librement, avec plaisir, dans une relation de confiance. Deux approches complémentaires peuvent contribuer à créer ces conditions.

La première est d'intégrer le milieu en étant « biffin parmi les biffins », à la manière des anthropologues. Devenant membre de la communauté et reconnu comme tel, la relation s'établit naturellement de pair à pair. Cependant cette approche de type « ethnographie urbaine » demande du temps, des mois, sinon des années ; ce que ne permet pas cette étude. La seconde est une approche relationnelle qui permet d'être introduit dans le milieu par une personne qui a déjà la confiance de la communauté. Les personnes n'ont pas directement confiance dans le chercheur, puisqu'elles ne le connaissent pas, mais il obtient cette confiance par transitivité, suite à une présentation initiale qui se transmet de fil en aiguille. Cette approche est adaptée si le groupe concerné fonctionne dans une logique de réseau, ce qui est le cas pour les biffins et leurs marchés. Puisque c'est les marchés qui constituent les réseaux, les espaces de rencontre sont logiquement réalisés dans ces espaces-temps.

Il n'en demeure pas moins que cette méthode obéit à un temps humain incompressible, selon le principe des cercles concentriques, de marché en marché : le chercheur rencontre un biffin sur un premier marché qui l'introduit dans un autre marché, etc. Chaque biffin « référent » joue alors le rôle d'un « passeur de frontière » entre marchés, qui sont autant d'éléments du réseau. En partant de la porte Montmartre nous nous sommes rendus à Barbès, puis à la porte de Vanves et à Belleville-Ménilmontant et enfin la porte de Montreuil-Bagnolet. Même dans ces conditions, il n'est pas rare que la conversation ne dépasse pas le simple échange de politesses. Cette approche permet néanmoins de prendre des rendez-vous et ainsi d'établir des conditions sereines de rencontre ; ce qui est difficile

dans l'espace marchand, puisque l'entretien perturbe la transaction avec une clientèle et le biffin ne peut pas s'offrir le luxe de perdre l'occasion de vendre. Parfois, nous n'avons pas cependant d'autres choix que de faire l'entretien sur place dans l'espace public, car la personne est injoignable autrement. Le principe d'investigation par cercles concentriques est donc lié à l'écosystème des marchés. Cette approche, bien que construite de relation en relation, n'est pas orientée par telle ou telle personne du milieu concerné, mais par le milieu lui-même, par recoupements et maillage d'une forme socioculturelle et socio-économique systémique correspondant à la réalité de l'objet d'étude. Au final, nous pouvons garantir, non pas une représentativité quantitative puisque le corpus des entretiens n'est pas un échantillon élaboré suivant une enquête quantitative préalable, mais d'une représentativité qualitative des espaces marchands et de leur cycle de récupération-vente.

B. Paris et banlieue

Les marchés parisiens investigués ne nous ont pas renvoyé au-delà des Portes de la capitale. En ce sens, il n'existe pas de marché de la récupération-vente constitué en banlieue. Cet état de fait est confirmé par les entretiens réalisés, aussi bien auprès des principaux intéressés que des personnes ressources, comme le démontre également le Lot 1. En revanche, la cartographie a montré qu'il existait en banlieue des récupérateurs-vendeurs (16% de la population totale observée, soit 97 fripiers, 41 vendeurs à la sauvette et 172 biffins), qui se situaient essentiellement en moyenne couronne au Nord et Nord-Est de Paris. Conformément au Cahiers des clauses particulières, le lot 2 doit tenir compte des données du lot 1 : *« L'opérateur s'attachera à obtenir une représentation qualitative du public ciblé à partir du critère de difficulté sociale, économique et des conditions de vie sanitaire en tenant compte de sa répartition sur le territoire francilien présentée par la cartographie dont la réalisation est demandée par le 1er lot du présent marché. »* Nous avons donc tenté d'approfondir les questions relatives aux profils sociologiques des récupérateurs vendeurs observés en banlieue. Ce sont surtout les biffins et les fripiers qui ont retenu notre intention dans la mesure où la présence de vendeurs à la sauvette en dehors de Paris n'est pas une nouveauté.

Nous avons donc investi des marchés populaires traditionnels en banlieue, en utilisant une méthode plus classique d'enquête sociale, sur la base des relevés d'observation cartographiques. Nous avons observé les marchés suivants, Stains, La Courneuve, Sarcelles, Vitry-sur-Seine, Clichy-sous-Bois, Noisy-le-Grand, Bagnolet, et Montreuil, parce qu'ils présentaient la double caractéristique de se situer en dehors de Paris et d'avoir été diagnostiqué comme intégrant des biffins (au moins 3 personnes) et des fripiers (au moins un quart de la population totale sur l/4 de l'ensemble des récupérateurs vendeurs observés). Les équipes ont alterné deux types d'observateurs pour associer l'ensemble des compétences disponibles par notre équipe pluridisciplinaire ; à savoir les chercheurs et les professionnels intervenant sur le Carré des Biffins. Cette approche ne nous a pas permis de retrouver les biffins qui ont été observés par le lot 1 ; ni en groupe ni de manière isolée. Les entretiens avec les placiers, les forces de police et les vendeurs ont montré que toutes velléités d'installation de ces récupérateurs vendeurs étaient strictement empêchées, selon les volontés municipales. Les biffins

sont persona non grata sur les marchés municipaux, que ce soit à Paris ou en banlieue, même si certains tentent malgré tout de s'implanter aux marges du marché. Nous pensons que l'été, période où ont été observés les biffins par le lot 1, constitue un espace-temps plus permissif du fait de l'absence des vendeurs forains habituels. De plus, comme en témoigne la disparition du marché de Bagnolet (seul marché dédié exclusivement à la biffe en dehors de Paris), la répression s'est accrue depuis en direction de ces récupérateurs vendeurs. A ce jour, nous pouvons affirmer qu'il n'existe pas des marchés organisés de la biffe en dehors de Paris, ni même de vente de la biffe isolée de manière stable.

Nos démarches ont permis de constater que les fripiers n'étaient pas des récupérateurs vendeurs dans leur immense majorité. Ils achètent en gros les affaires usagées qu'ils vendent. Il existe cependant quelques fripiers qui s'approvisionnent comme les biffins, sans toutefois qu'il nous soit possible d'en évaluer le nombre. Nous pensons qu'ils constituent une minorité, que les placiers acceptent pendant les périodes estivales ou en périodes de grand froid, lorsque les vendeurs habituels sont en vacances. Ces derniers ne sont pas des vendeurs déclarés. Nous en avons rencontré un, bien que nous n'ayons pas eu la possibilité de l'interroger de manière approfondie. Un dispositif de recherche spécifique serait nécessaire pour les aborder de manière rigoureuse. Ces démarches de terrains spécifiques confirment la teneur des échanges que l'approche en réseau a permis de restituer. Il n'y a donc pas de biffins en dehors de Paris de manière stable, que cette vente soit organisée collectivement ou individuellement : les fripiers de type récupérateurs vendeurs sont des exceptions et les biffins ne sont pas tolérés collectivement, même s'il est possible que certains tentent individuellement et régulièrement de s'immiscer dans des marchés municipaux. Parfois, ils y arrivent pourtant, de manière exceptionnelle et temporaire pendant les périodes estivales ou de grand froid. La récupération vente est à ce titre un phénomène culturel parisien, historiquement et de manière contemporaine.

C. Entretiens non directifs et de type « récit de vie »

Pour qu'un entretien qualitatif non-directif puisse se dérouler, il est donc important que s'instaure une relation de confiance. Le chercheur est ainsi tenu d'indiquer sa démarche méthodologique et son positionnement déontologique, en commençant par la clause d'anonymat. La présentation du chercheur, à la fois en tant que professionnel et individu, est importante pour que l'interlocuteur cerne la démarche et n'adapte pas son discours en fonction d'une catégorie professionnelle supposée. Les entretiens doivent être suffisamment longs pour permettre à la personne de dérouler son parcours d'expérience et ne pas rester à de simples éléments de langage. La durée est conditionnée, d'une part, par les conditions parfois difficiles dans lesquelles l'entretien est réalisé et, d'autre part, par la facilité pour la personne à s'exprimer. Il nous est arrivé de commencer un entretien sur un espace, mais ne pas pouvoir le poursuivre, car la personne est prise par ses relations avec sa clientèle. Certains entretiens peuvent être également repris, cependant il est assez compliqué de fixer des rendez-vous dans le temps ou de retrouver la personne dans des conditions de disponibilité. En

moyenne, les entretiens durent une heure. Il ne s'agit pas de dérouler une batterie de questions auxquelles doit répondre l'interviewé. L'objectif est que la personne puisse dérouler par elle-même ce qu'elle veut dire. Les questions ne participe qu'à faciliter ce déroulement et à relancer éventuellement la conversation, avec la possibilité d'insister sur certains points problématiques insuffisamment développés ou absents.

L'entretien essaie donc d'être le moins directif possible afin de favoriser une intention biographique. Il s'agit de respecter au mieux la cohérence dans la manière dont la personne développe son parcours d'expérience et ainsi faire apparaître la totalité d'un récit s'inscrivant dans une trajectoire personnelle et collective, par la compréhension des phénomènes de l'intérieur, à partir du point de vue de l'acteur. L'entretien de type biographique offre ainsi la possibilité de mettre en visibilité une dimension existentielle dans laquelle la personne peut se placer comme sujet et non simplement comme objet de l'étude à travers son langage, sa perception, son univers de reconnaissance. C'est la personne rencontrée qui est au centre du récit et qui offre la possibilité de « lire la société », à travers la présentation de son parcours et la narration du quotidien. Nous rejoignons alors une approche holistique selon laquelle *« les individus inscrivent leurs actions dans le cadre d'un univers de sens, un univers des valeurs qui a sa cohérence et son histoire propres*[14] ». Face à l'éclatement des cadres externes, le récit de vie permet d'expliciter la possibilité d'une « auto-éco-organisation ». Ce n'est pas une simple collection de faits réels, mais davantage une manière d'engager un travail réflexif où il ne s'agit plus uniquement de relater une expérience, mais de comprendre ce qui se transforme dans cette expérience. Le récit facilite en fin de compte une pensée de sa vie. Cette cohérence donne aux matériaux ainsi récoltés une représentativité qualitative. Cette représentativité n'est donc pas liée au nombre d'entretiens, mais à la qualité des matériaux. Le fait que nous ne visions pas, contrairement à la méthodologie de questionnaire, une représentativité statistique n'empêche pas de veiller à appréhender une diversité sociologique. Le développement par cercle concentrique en réseau permet de rencontrer des personnes aux profils suffisamment variés.

D. Analyse du contenu

La pertinence de la démarche méthodologique est liée à la qualité de la constitution d'un corpus par rapport à l'objet de l'étude. En l'occurrence, il s'agit des retranscriptions des entretiens enregistrés retenus pour une analyse. Sachant que les interviewés n'ont pas répondu à un questionnaire, il ne s'agit pas d'analyser l'information obtenue, selon des questions préétablies, mais de constituer des catégories d'analyse à partir du corpus de texte. C'est l'objectif de l'analyse de contenu, qui consiste à faire émerger les systèmes de catégorisation structurants dans le texte, en repérant les fréquences et les cooccurrences des mots. Ceci permet de voir apparaître des noyaux référentiels, c'est-à-dire des ensembles de paroles autour de mots clefs, des « occurrences » en analyse linguistique. Cette

[14] CAILLÉ Alain., « Une théorie sociologique générale est-elle pensable ? », *Revue MAUSS, La découverte,* N°24, 2004.

description objective et systématique du contenu des communications permet de travailler sur les représentations et les problématiques soulevées par les personnes interviewées. L'utilisation de l'informatique est utile dans cette phase d'analyse lexicale, car elle permet de dégager des fréquences de mots clefs et ranger les segments de texte en unité de sens. Évidemment, l'ordinateur est incapable de comprendre le sens des phrases, mais il a une faculté de travailler rapidement sur un grand nombre d'unités, en les comptant. Cela ne soustrait par le chercheur au caractère subjectif de l'analyse, mais permet de relever le sens explicite à travers le poids des occurrences et leurs articulations. Le traitement informatique permet donc de rationaliser la démarche d'établissement des catégories *a posteriori*.

Ce traitement systématique facilite une articulation entre une analyse quantitative en termes de fréquence d'occurrences et une analyse qualitative, qui replace ces occurrences dans une unité de sens dans le corpus des entretiens. Ces segments sont constitués par une ou plusieurs phases prises comme indicateur d'une dimension de la problématique de la recherche et, d'une manière générale, comportent au moins une information pertinente par la présence d'un ou plusieurs mots clefs. Les catégories issues de l'analyse de contenu s'articulent dans la rédaction avec un travail de problématisation. Cela correspond aux différents chapitres et sections du rapport. Finalement en croisant les champs problématiques (culturels, sociaux, économiques, urbains) nous rejoignons les items posés dans la commande initiale.

2.2 Profil des personnes rencontrées

A. Profil type

L'analyse de contenu en profondeur d'entretiens non-directifs permet de pallier, par une approche qualitative, à la quantité réduite du nombre d'entretiens. Vingt et un entretiens ont été exploités sachant que plusieurs dizaines d'autres personnes ont été rencontrées sur les marchés. Ces derniers matériaux non comptabilisés ont cependant été exploités, ainsi que la quinzaine d'entretiens supplémentaires réalisés avec des personnes ressources travaillant et réfléchissant dans ce domaine. À deux reprises, des entretiens ont eu lieu collectivement avec des familles Roms (un couple et un couple avec famille élargie). Ils ont été comptabilisés comme des entretiens uniques en s'appuyant sur la personne référente dans la rencontre. Rappelons que ces données précisent le profil qualitatif des personnes rencontrées, mais ne peuvent être considérées comme représentatives de l'ensemble de la population des biffins. Le profil sociologique que nous dressons ici permet cependant de vérifier que nous touchons une palette suffisamment large et diversifiée de récupérateurs vendeurs. Nous pouvons préciser l'existence d'un profil type de biffin que nous pourrions qualifier « d'ancien » ou « d'historique », qui correspond à une personne de plus de 50 ans, depuis plusieurs années dans le circuit de la biffe, d'origine immigrée, vivant en dessous ou proche du seuil de pauvreté mais possédant un fort capital social et un esprit indépendant. Autour de cette personnalité de référence ou « profil type », il existe une variété de parcours. Cet « écart type » est constitué d'une diversité

d'expériences qui recoupe une palette suffisamment large pour correspondre à la réalité des marchés biffins (marchands migrants, sans papier, libertaire, squatteur, sans domicile fixe, etc.). L'ensemble de ces parcours permet de compléter et d'enrichir la connaissance du milieu en croisant des points de vue différents.

B. Statut

Bien que nous n'ayons pas spécifiquement recherché un équilibre concernant le genre et l'âge, nous ne sommes pas trop éloignés de la parité entre hommes et femmes (57%-43%) qui est aussi celle observée sur le terrain. L'âge se répartit de manière égale en-dessous et au-dessus de 52 ans. Cette moyenne élevée correspond au profil général de personnes à la retraite ou sans activité dont la biffe représente la ressource complémentaire ou principale. La moitié de ces personnes vivent seules.

Genre

	Effectifs	%
Homme	12	57,1
Femme	9	42,9
Total	21	100

Age (répartition)

	Effectifs	%
de >=32 à 47	5	23,8
de >=47 à 52	4	19
de >=52 à 53	2	9,5
de >=53 à 73	10	47,6
Total	21	100

Variables sur l'âge

Moyenne : 52 ans, Ecart-type : 11 ans, Minimum : 32 ans, Maximum 72 ans

Statut familial

	Effectifs	%
Marié	10	47,6
Divorcé	4	19
Veuf	1	4,8
Concubinage	1	4,8
Célibataire	5	23,8
Total	21	100

C. Situation sociale

La très grande majorité (entre 76 % et 90 % si l'on inclut les personnes dont nous n'avons pas pu estimer les ressources) vit en dessous du seuil de pauvreté, sans revenu autre que celui des aides et des prestations ; sachant que 29 % vivent sans ressource d'aucune sorte à part celle de la récupération-vente. Pour moitié, les personnes indiquent des problèmes de santé ou de handicaps. Cette proportion est à corréler avec la proportion de personnes âgées. C'est effectivement parmi les 60% de personnes au-dessus de 50 ans que se placent assez logiquement ces problèmes de santé. L'absence de logement ou le logement précaire touche 29 % des personnes rencontrées. Deux tiers des personnes sont d'origine immigrée et un quart n'ont pas pu pour l'instant régulariser leur situation en France. Précisons que nous avons eu une approche plus spécifique auprès de la population Rom grâce à la présence d'une traductrice et de relais sur le terrain. Si la description de la situation sociale est celle d'une grande précarité, ce constat est à moduler en fonction des ressources développées par le réseau de la biffe, en particulier un capital social qui est difficile à visualiser sous forme de tableaux et de statistiques.

Logement occupé

	Effectifs	%
Locataire	14	66,7
Propriétaire	1	4,8
Hébergé-Hôtel	2	9,5
Hébergement social	1	4,8
Squat	1	4,8
Sans hébergement	2	9,5
Total	21	100

Questions de Santé

	Effectifs	%
Non réponse	3	14,3
Bonne santé	8	38,1
Handicap	5	23,8
Autre problème santé	5	23,8
Total	21	100

Ressources

	Effectifs	%
Pension	1	4,8

Retraite	4	19
Invalidité	4	19
RSA-RMI	7	33,3
Sans ressource	6	28,6
Autre	1	4,8
Total interrogés	21	

Interrogés : 21 / Répondants : 21 / Réponses : 23

Pourcentages calculés sur la base des interrogés

Seuil de pauvreté

	Effectifs	%
Non réponse	3	14,3
Oui	16	76,2
Non	2	9,5
Total	21	100%

Pays d'origine

	Effectifs	%
France métropoltaine	7	33,3
Europe de l'Est	3	14,3
Afrique du Nord	7	33,3
Afrique centrale	2	9,5
Europe du Nord	1	4,8
Caraïbes	1	4,8
Total	21	100

Sans-papiers

	Effectifs	%
Non réponse	4	19,0
Oui	5	23,8
Non	12	57,1
Total	21	100

D. Biffe

Pour une grande majorité, 71 %, l'entrée dans la biffe est directement liée à une question économique, corrélée ou non à des questions de santé pour 19 %. Enfin, les conditions de rupture

familiale, pour 38 %, sont des motifs d'entrer dans la biffe. Ces différents facteurs peuvent évidemment se cumuler et se renforcer, en prenant en compte la section précédente, concernant la situation sociale en particulier les conditions de logement et d'arrivée en France.

L'ancienneté dans la biffe est relativement importante, 15 ans en moyenne, mais cache une disparité entre les nouveaux biffins, pour un tiers, et des personnes ayant inscrites depuis très longtemps la biffe dans leur parcours d'expérience, pour un quart. La place des anciens biffins dans nos entretiens s'explique logiquement par le fait qu'ils sont davantage en capacité à structurer un récit de vie, grâce à leur prise de recul inscrit dans le temps. Cette constatation est cependant à pondérer par le fait que nous avons pu toucher aussi de nouveaux migrants comme la population Rom. Mais ces nouvelles populations sur les marchés, qui sont aussi de nouveaux migrants, sont plus difficiles à approcher ne serait-ce que par la question de la langue et donc nécessitent des moyens complémentaires en termes de traduction. Sur le plan des valeurs et des aspirations mises en avant comme éthique de la biffe, il est intéressant de constater que les dimensions de solidarité et de partage sont liées à celles de la sécurité et de la tranquillité. Autrement dit, les biffins considèrent aussi que de bonnes conditions pour l'exercice de la vente est important, tout comme peuvent le souhaiter les riverains. De même, la place accordée à l'indépendance est liée à l'esprit biffins qui s'apparente à une culture de l'auto entreprise.

Raisons de l'entrée dans la biffe

	Effectifs	%
Perte emploi	6	28,6
Maladie	2	9,5
Invalidité	2	9,5
Problème familial	8	38,1
Retraite ou simple complément économique	5	23,8
Migration économique	4	19
Total interrogés	21	

Interrogés : 21 / Répondants : 21 / Réponses : 27

Pourcentages calculés sur la base des interrogés

Ancienneté dans la biffe

Moyenne : 15 ans - Minimum : 2 – Maximum : 39 – Écart type 12

	Effectifs	%
Non réponse	1	4,8
de >=5 à 10	7	33,3

de >=10 à 15	4	19
de >=15 à 20	2	9,5
de >=20 à 25	2	9,5
de >=25 à 40	5	23,8
Total	21	100

Valeurs et aspirations mises en avant comme éthique de la biffe

	Effectifs	%
Confiance	3	14.3
Innovation-Créativité	3	14.3
Vérité	3	14.3
Plaisir	4	19.0
Courage-Volonté	5	23.8
Sociabilité	5	23.8
Utilité	6	28.6
Dignité	7	33.3
Respect	7	33.3
Indépendance-Autonomie	7	33.3
Sécurité-Tranquillité	9	42.9
Solidarité-Partage	11	52.4
Total interrogés	21	

Interrogés : 21 / Répondants : 21 / Réponses : 70

Pourcentages calculés sur la base des interrogés

E. Marchés et territoires

Trois entretiens ont été réalisés en dehors de Paris (Garges-lès-Gonesse, Montreuil, Vincennes) et quatre autres entretiens ont été réalisés sur les marchés parisiens auprès de personnes n'habitant pas Paris (banlieue nord Aubervilliers/Saint-Denis, nord-ouest 92 et Sud-Est Neuilly Sur Marne). Au total, sept entretiens, soit un tiers du total, concernent des personnes habitant en banlieue. Logiquement, ces personnes s'insèrent dans le cycle de l'objet de la biffe qui se structure autour des marchés parisiens puisque ce type d'écosystème n'existe pas en banlieue. L'écosystème de ces marchés n'est pas directement lié au lieu d'habitation et donc le fait d'habiter à Paris ou en banlieue n'apparaît pas comme une différence sociologique dans le profil des biffins. D'ailleurs, seulement 19 % habitent à proximité du marché dans lequel ils vendent, les marchés biffins ne sont pas dans ce sens des « marchés de quartier ». La principale limite est liée au déplacement géographique et à la structuration du réseau de transports franciliens qui se déploie en étoile à partir de Paris. Ceci

explique une assez grande mobilité des biffins entre les marchés parisiens, puisque plus de la moitié fréquente au moins deux marchés. Le maillage de transports parisien facilite les déplacements, qui deviennent à l'inverse de plus en plus compliqués au fur et à mesure que l'on s'éloigne de la capitale ; d'autant plus que les biffins par définition ne se déplacent pas les mains dans les poches mais avec leurs objets rassemblés dans une valise, un sac, un cabas relativement volumineux et encombrant.

Aire géographique entre le lieu de résidence et les lieux de biffe

	Effectifs	%
Quartier	4	19
Paris	10	47.6
Région	7	33.3
Total/ réponses	21	100%

Localisation des marchés investis

	Effectifs	%
Barbès	3	8,1
Belleville	7	18,9
Pte Montreuil	6	16,2
Pte Bagnolet	5	13,5
Pte Monmartre	12	32,4
Pte Vanves	3	8,1
Garges-Sarcelles	1	2,7
Total/ réponses	37	100

Interrogés : 21 / Répondants : 21 / Réponses : 37
Pourcentages calculés sur la base des réponses

F. Espace marchand

Si presque la totalité investit assez logiquement les marchés biffins, la moitié fait la jonction avec un autre espace marchand, comme la sauvette, les puces, ou les vide-greniers, soit par effet de proximité comme les puces ou la sauvette, soit par recherche comme les vide-greniers. Cette polyvalence démontre que les modalités de ventes des biffins résistent à la tentation des strictes catégorisations. Les récupérateurs-vendeurs pratiquent donc plusieurs types de ventes. Le marché biffins s'adresse naturellement à une clientèle démunie et d'ailleurs une majorité des vendeurs sont eux-mêmes acheteurs sur les marchés biffins. D'autres catégories de la population sont également intéressées par ces marchés, en commençant par les autres espaces marchands de la récupération-vente ; en particulier la brocante qui voit là une occasion de se fournir facilement. Les marchés sont souvent proches des marchés aux puces, ce qui explique aussi la présence de touristes et des personnes plus

aisées n'hésitent pas non plus à s'y fournir. La plupart de ces emplacements n'étant pas autorisé, de nombreuses interventions policières se déroulent et s'imposent comme la principale préoccupation des biffins, qui fragilise l'espace marchand. Les autres problèmes comme le vol, le recel, la propreté, le rapport aux riverains et aux autres vendeurs, sont directement conditionnés par la possibilité de rendre moins fragile l'espace marchand et de permettre une forme de régulation interne.

Type de marchés investis

	Effectifs	%
Biffe	20	95,2
Puces	2	9,5
Sauvette	5	23,8
Vide-grenier	4	19
Revente hors marché	2	9,5
Marché classique	1	4,8
Total/ interrogés	21	

Interrogés : 21 / Répondants : 21 / Réponses : 34
Pourcentages calculés sur la base des interrogés

Profil des clients repérés par les biffins

	Effectifs	%
Biffins	13	61,9
Démunis	20	95,2
Huppés	3	14,3
Brocanteurs	5	23,8
Touristes	4	19
Total/ interrogés	21	

Interrogés : 21 / Répondants : 21 / Réponses : 45
Pourcentages calculés sur la base des interrogés

Problèmes rencontrés sur les marchés

	Effectifs	%
Non réponse	2	
Alcoolisme-Drogue	2	9,5
Répression	16	76,2
Violence	4	19

Vols	7	33,3
Recel	7	33,3
Propreté	4	19
Riverains	5	23,8
Voisinage	5	23
Total/ interrogés	21	

Interrogés : 21 / Répondants : 19 / Réponses : 50
Pourcentages calculés sur la base des interrogés

G. Cycle de l'objet

L'espace marchand dans sa forme transactionnelle constitue la partie visible du cycle de l'objet. Mais la plus grande partie de ce cycle échappe au regard public, en particulier des filières de récupération. Notons à ce propos, et contrairement peut-être aux idées reçues, que la recherche dans les poubelles n'est pas majoritaire chez des biffins que nous avons rencontrés. Ceux-ci privilégient la chine, c'est-à-dire la recherche et l'achat d'objets d'occasion auprès de particuliers ou d'autres vendeurs. Une autre filière non négligeable est représentée par les dons de personnes fidélisées à travers un réseau de proximité ou de connaissances. Les biffins sont avant tout des généralistes et une grande partie des objets vendus est constituée par l'habillement et les objets usuels. Certains sont cependant plus spécialisés de par leurs connaissances et leurs champs d'intérêt par exemple sur les livres anciens ou sur le matériel électronique. Bien que les objets d'occasion soient majoritairement simplement recyclés, c'est-à-dire revendus en l'état sur le marché, ils font généralement l'objet d'un nettoyage, d'une vérification, voire d'une restauration. Bien que minoritaires, certains biffins opèrent une véritable transformation des matériaux dans un sens esthétique.

Modes de récupération des objets

	Effectifs	%
Rachat en gros	1	4.8
Don	12	57.1
Poubelles	11	52.4
Chine-achat	15	71.4
Total/ interrogés	21	

Interrogés : 21 / Répondants : 21 / Réponses : 39
Pourcentages calculés sur la base des interrogés

Types d'objets mis en vente

	Effectifs	%
Vêtement	16	76.2
Chaussures	13	61.9
Usuel	17	81
Electro	3	14.3
Métaux	1	4.8
Livre-Journaux	2	9.5
Autre	1	4.8
Total/ interrogés	21	

Interrogés : 21 / Répondants : 21 / Réponses : 53

Pourcentages calculés sur la base des interrogés

Types de traitements de l'objet mis en vente

	Effectifs	**%**
Recycler	20	95.2
Vérifier	4	19
Nettoyer	7	33.3
Restaurer	4	19
Réparer	2	9.5
Transformer	2	9.5
Total/ interrogés	21	

Interrogés : 21 / Répondants : 21 / Réponses : 39

Pourcentages calculés sur la base des interrogés

3. Socioculture des biffins et de la biffe

3.1 La « communauté » des biffins

A. Existence d'une socioculture

Dans ce chapitre nous abordons la manière dont les biffins se définissent eux-mêmes dans une approche intersubjective, c'est-à-dire les uns par rapport aux autres au sein du même groupe. Nous nous poserons la question de savoir si ce groupe constitue une communauté. Il existe une diversité de profils, certains profils que nous appelons « *personnalité de référence* », ont un effet structurant et confirment que nous ne sommes pas seulement dans une juxtaposition de parcours d'expérience. Il existe bien une socioculture de la biffe comme forme d'organisation en réseau, mode de réponse à des conditions de vie difficile et un environnement plus ou moins hostile. Ce capital social génère des ressources dans lesquelles peuvent puiser les plus démunis. En cela, la problématique de la biffe et des biffins ne peut être réduite à des problèmes (pauvreté, déclassement, désaffiliation, primo-insertion, santé, etc.), dans le sens où une personne (ou un groupe de personnes) n'est jamais complètement et passivement assujettie à la condition qui lui est assignée. Le fait que cette socioculture s'immisce dans les interstices, par définition éphémères ou précaires de la ville et du système économique, ne veut pas dire que les compétences de cet « art de l'interstice » soient elles-mêmes éphémères et précaires. Elles participent à une identité expérientielle non statutaire mais revendiquée en tant que telle. Le fait que la biffe ne soit pas un statut et les biffins dans ce sens des « professionnels », à la différence des chiffonniers d'antan, n'enlève rien à une professionnalité transmissible, voir proactive dans sa capacité à formuler des projets en contradiction avec l'imagerie habituelle du précaire vivant au jour le jour, soumis aux aléas de sa condition.

Le fait que les biffins puissent se constituer en minorités actives à travers des associations, des comités ou d'autres formes collectives est déterminant dans la reconnaissance de leurs capacités, comme base de proposition pour une future organisation ; comme les anciens chiffonniers. Les biffins d'aujourd'hui, nous l'avons déjà noté, ne s'inscrivent pas directement sur un plan culturel et générationnel dans cette filiation historique, tout en occupant une fonction sociale similaire. Ils constituent un groupe social plus hétérogène, éclaté dans l'espace urbain, avec des sous-groupes culturels et un mode de vie beaucoup plus individualiste qui est aussi le reflet de notre époque. Il n'en demeure pas moins qu'ils partagent pendant une période plus ou moins longue de leur existence un espace-temps donné, celui de l'espace marchand de la biffe avec un système de relations sociales codifiées qui contribue à la fabrication d'une culture commune. En cela, le biffin d'aujourd'hui met plus en avant son activité comme lien qu'une origine commune pour se définir. Il s'agit dans ce sens plus d'une *communauté de destin* (se référant à un avenir) qu'une communauté de base (se référant à un passé). Cela commence par la conscience de partager des conditions socioéconomiques d'existence ne serait-ce que comme groupe discriminé dans l'espace social et l'espace public.

Ce sentiment d'appartenance s'opère donc soit en creux en réaction à un jugement négatif extérieur, soit en plein par l'affirmation d'un contenu (condition sociale, pratiques, langages, valeurs, rituels d'échanges, signes de reconnaissance, etc.). Cela se traduit par la distinction culturelle entre un « Nous » et un « Eux ». Le « Nous », ce sont ceux qui se reconnaissent comme appartenant à la communauté ainsi construite, le « eux », ce sont tous les autres, non seulement ceux qui n'appartiennent pas à l'univers marchand de la biffe mais ceux également au sein de cet espace marchand qui ne sont pas considérés comme « authentiques » ou ne respectent pas certaines règles ou une certaine éthique et ne sont pas considérés encore comme intégrés au groupe. Ainsi existe-t-il pour les biffins les « anciens » et les « nouveaux » biffins, les « vrais » et les « faux » biffins, etc. D'autres au contraire réfutent ce cloisonnement.

B. Le « nous » et le « eux »

Chacun a sa définition de la biffe comme marquage symbolique entre le « nous » et le « eux ». Il n'empêche que cette définition subjective de la biffe est une partie constituante de la culture de la biffe. Tel ou tel critère peut être mis en avant comme élément déterminant de ce marquage, plusieurs critères pouvant se cumuler.

- Le cycle de l'objet

Pour certain, le « vrai » biffin est celui qui s'inscrit dans la tradition du chiffonnage en reprenant la technique de récupération dans les poubelles. Quantitativement, il semble que les « vrais » récupérateur vendeurs, ceux qui font le circuit des poubelles, soient en fait minoritaires et qu'une partie importante de l'espace marchand de la biffe soit constituée par l'achat-vente ; c'est-à-dire des chineurs. Ces biffins font de l'achat-vente (la « culbute ») sans suivre le parcours de la récupération des poubelles, souvent pour des raisons de santé, de sécurité ou parce que culturellement ils estiment dégradant d'être rapportés aux déchets. Ils n'entrent donc pas dans la stricte définition du biffin traditionnel. Un personnage se revendiquant de cette authenticité historique ira même jusqu'à prétendre que la « majorité d'un marché "biffin" n'est pas constituée de biffins ». D'autres au contraire estiment que c'est une définition trop restrictive et l'élargissent au cycle de la récupération d'objets d'occasion. De même, les biffins dressent des frontières symboliques avec « la sauvette » pour signifier ceux qui ne partagent pas la même éthique du circuit de la biffe. En fait, « sauvette » est une notion polysémique puisque les biffins eux-mêmes s'appelleront « sauvette » pour caractériser l'espace précaire dans lequel ils vendent. « Se sauver », est le sort commun des marchés non reconnus légalement où l'on doit vite s'enfuir à l'arrivée de la police. Cette distinction biffin/sauvette se comprend donc en termes culturels et sociaux comme marqueur frontalier pour affirmer une différence marquée, un positionnement.

- Les conditions de vie

C’est logiquement en fonction de son mode de vie que chacun dresse cette ligne entre ceux qui partagent les mêmes conditions et les autres. Cette ligne peut donc fluctuer suivant la condition principale mise en avant. Pour d'autres, ce sont avant tout les conditions d'existence qui déterminent le caractère authentique du biffin en particulier les conditions de ressources ou de logement. Mais, les lignes peuvent être fluctuantes, en fonction que l’on prenne en considération tels critères dans le parcours de vie. Les conditions de ressources sont souvent mises en avant pour distinguer les « vrais » des « faux ». Pour être biffin, il faudrait, dit autrement, véritablement en avoir la nécessité. Les biffins ont d’ailleurs l’œil pour distinguer les « riches » des « pauvres ». Comme nous l’indiquions dans la catégorisation, la pauvreté correspond autant à des critères objectifs de ressources qu’à la manière dont on se ressent ou que l’on est jugé comme « pauvre ». Il en est de même pour « riche », qui se comprend comme une personne qui usurpe une place sur le marché. D’un autre côté, la participation de personnes plus aisées peut être considérée comme contribuant à la diversité de l’écosystème marchand. Là où les différences de ressources sont les moins acceptées, c’est lorsqu’elles sont liées à des stratégies économiques délibérées, à juste titre concernant les receleurs s’appuyant sur le marché pour écouler leurs marchandises. Il existe une tolérance pour les vendeurs à la sauvette.

- L’ethnicité

Nous l'avions déjà souligné, l'ethnicité est une manière dont un groupe se constitue en affirmant des traits culturels ou en projetant sur l'autre des traits culturels en réponse à un contexte social, c'est une construction, une modalité de gérer les relations sociales en allant puiser dans un répertoire d'identité. Ainsi, les Maghrébins parleront des Roms, les Roms parleront des Chinois et ainsi de suite, comme les vieux parleront des jeunes. En cela, ils ne définissent pas la culture de l'autre mais un rapport ethnique participant à la constitution de frontière symbolique. Cependant, cette construction de la réalité ne doit pas se confondre avec une complexité humaine irréductible à toute vision dichotomique.

- « Anciens » et « nouveaux » biffins

Le profil socio-économique des biffins selon un critère d’âge est constitué de deux groupes principaux :

- Des personnes en âge de travailler dont le revenu est insuffisant ou inexistant (temps partiel, travail précaire ou intermittent, travail au noir, sans accès juridique au travail) et pour qui l’espace marchand biffin constitue une source de revenu principale ou complémentaire mais également un refuge (SDF), un espace d’intégration intermédiaire (jeunes immigrés avec ou sans papier) ou une alternative au milieu.

- Des personnes trop âgées pour travailler ou dans l'incapacité de travailler (handicap, maladie) dont les retraites et les couvertures sociales sont insuffisantes ou inexistantes, pour qui l'espace marchand offre non seulement la poursuite d'une activité économique passée mais aussi la continuité d'une socialité.

Dans le premier profil, il s'agit plus d'un espace relais économique dont les membres ne s'inscrivent pas ou ne se reconnaissent pas nécessairement dans une « culture historique » de la biffe ; soit parce qu'ils sont trop jeunes ou que leur entrée dans le milieu est trop récente ; soit parce que leur parcours croise sans se confondre celui des biffins. Le terme « biffin » est logiquement moins approprié dans le premier groupe qui parlera plus généralement d'« activité ». Le second profil expose plus la dimension « biffin » de manière revendicative pour une reconnaissance comme stratégie de lutte et comme symbole d'appartenance historique à une économie du recyclage. Cependant, cet espace culturel ainsi construit est une réponse à des conditions sociales contemporaines, et non des traits culturels transmis de génération en génération depuis le temps des chiffonniers. Comprenons que cela participe au processus interne et externe pour la reconnaissance d'une « communauté de destin » mais non une forme communautaire figée. Dans ce sens, la séparation entre « anciens » et « nouveaux » biffins selon les classes d'âges, correspond certes à des profils socio-économiques initiaux différents, mais ne forme pas des groupes culturellement constitués et fixés dans le temps. Si les « anciens » se distinguent volontiers en utilisant le terme « nouveaux » pour désigner les arrivants sur les marchés, il s'agit bien d'une construction culturelle surtout si quantitativement les « anciens » apparaissent moins nombreux sur les marchés que les « nouveaux » et réagissent ainsi à un sentiment d'envahissement par l'imposition d'une barrière symbolique « ils ne sont pas comme nous » (un peu comme le discours d'une génération sur l'autre prétendant que « c'était mieux avant »). En définitive, anciens et nouveaux se caractérisent moins par une ancienneté dans la biffe, une date d'arrivée dans l'espace marchand, mais plutôt par la capacité à se définir et s'affirmer comme biffins en reprenant les éléments de langage, la capacité de retraduire sa propre expérience sous le prisme d'une expérience et d'une histoire collective.

C. Profils typiques

- Le profil de référence des Chibanis

La personnalité de référence correspond à une personne de plus cinquante ans, d'origine maghrébine, en-dessous ou proche du seuil de pauvreté, cherchant un complément de ressources, intégrée dans des réseaux sociaux de solidarité, développant des logiques intégratives et créatives à travers des supports associatifs revendicatifs ou dans une économie du recyclage et de la transformation, d'esprit indépendant voire individualiste, mobile, entretenant un rapport historique avec le milieu urbain, entré dans la biffe par accident, mais qui a fait le choix ensuite d'y rester. Dégager un profil ne veut pas dire que tout le monde s'approche de ce profil ou qu'il est majoritairement partagé, mais qu'il constitue plutôt une figure structurante comme référence d'un parcours d'expérience. Il

permet également de mesurer l'écart des parcours (ou « écart type ») qui serait plus atypique par rapport à ce point de repère. Il n'est sans doute pas un hasard si les deux responsables d'associations de biffins sur la Porte Montmartre et la Porte de Vanves ressemblent à ce profil finalement proche des « Chibanis », (littéralement « cheveux blancs » en arabe), terme désignant les immigrés maghrébins de la première heure, représentatifs de ces travailleurs immigrés qui ont participé à l'économie du pays durant les « Trente Glorieuses », épuisés et souvent en mauvaise santé sans pouvoir justifier de leurs droits et accéder à une véritable retraite. La situation est encore plus compliquée pour les femmes veuves ou séparées de ces anciens travailleurs. C'est assez logiquement que les anciens maghrébins sont des figures structurantes de référence, dans les marchés.

- Les « nouveaux » marchands migrants, l'exemple des Roms

En tant que figure supposée de « nouveaux » ou « faux » biffins, les Roms agissent comme marqueur symbolique d'une frontière socioculturelle. La position des Roms venant des pays de l'Est comme groupe discriminé dans l'espace public est finalement assez ressemblante à ce que vivent les biffins tels que nous l'indiquions déjà dans la partie consacrée à « la pauvreté comme catégorie ». L'on peut se demander si les discriminations actuelles qui focalisent l'attention sur les Roms ne sont pas en partie responsables du grossissement quantitatif des Roms sur les marchés biffins. Nous sommes aussi en droit d'interroger cette notion de « nouveaux » migrants sachant que les peuples Roms font partie des plus anciens d'Europe et l'on peut signaler leur présence aux premiers temps de la biffe sur les marchés du Moyen âge. Ils n'ont finalement jamais vraiment quitté la région parisienne, participant au vivier culturel de la « Zone » du 19ème et 20ème siècle lorsque Piaf chantait dans l'entre-deux guerres « Entre Saint-Ouen et Clignancourt » et que Django Reinhardt qui vivait alors en roulotte animait les bals populaires. Critiqués pour ne pas respecter les règles de la biffe et « casser le marché », ils sont devenus la figure archétypale de la « sauvette ». Constatons que les trajectoires dans le temps ne sont pas si différentes entre par exemple le profil des Chibanis, présenté comme « anciens », et celui des Roms, présenté comme « nouveaux ». D'ailleurs, les plus anciens parmi ces nouveaux, présents depuis une dizaine d'années, sont tout à fait susceptibles de dégager des capacités de leadership en affichant une volonté de participer à l'encadrement des marchés.

- Les retraités sociables

Une autre figure répandue sur les marchés biffins est celle des retraités français qui ne veulent pas perdre le lien avec une sociabilité. Sans doute moins dans la précarité que les populations migrantes bien que proche aussi du seuil de pauvreté, la raison économique reste importante comme complément d'une retraite, mais n'est peut-être pas l'objet principal. Si la majorité des biffins vit en-dessous du seuil de pauvreté, le choix de la biffe ne dépend pas uniquement d'un manque de ressources, il correspond également à la recherche d'une forme de sociabilité en refus de la solitude ou de l'enfermement d'une part et de l'assistanat d'autre part. Ainsi, la notion de sociabilité rejoint celle

d’utilité : le sentiment de servir encore par la récupération et le recyclage et ne pas perdre sa journée en revenant avec un peu d’argent.

- Les sans-logis et indépendants

Évidemment, la biffe correspond à une nécessité économique, mais aussi un mode de vie revendiqué qui se distingue de l’aide sociale ou des formes de vie en communauté plus contraignante, une manière d’ajuster son parcours entre résistance et assistance avec la possibilité grâce à l’espace marchand et le cycle de l’objet de poser des repères dans le temps et dans l’espace. Sans doute aussi, la biffe est une forme de préservation de soi, dans la survie par une gestion maitrisée entre ce qui est de l’ordre de l’intime et du collectif, un mode de sociabilité qui permet non seulement de garder un maintien personnel au sein d’une collectivité, mais d’en exploiter les ressources, en particulier un réseau générateur de capital social. Un sans logis chez les biffins n’est pas un « SDF », c’est un biffin. En d’autres termes la biffe permet de garder ou renouveler une identité sociale en jouant un rôle d’autant plus enrichi que le monde de la biffe de par sa dimension cosmopolite permet le croisement des parcours d'expérience. Paradoxalement, ce parcours qui pourrait être présenté comme celui de l’ « exclusion » n'apparaît pas si démuni, esseulé ou « désocialisé » lorsqu’il décrit d’autres parcours « descendant » de populations en voie de précarisation (jeunes, immigrés, retraités). Dans ce sens cette microsociété de la rue est moins l’image d’une marge que le reflet de la société.

- L’artisan - artiste

Si la majorité du travail de recyclage consiste à simplement remettre l'objet dans le circuit, lui donner une seconde vie par la possibilité d'être resocialisé dans un autre contexte, il est intéressant aussi de remarquer qu’il existe un autre destin possible pour l'objet qui est celui de sa mise en forme esthétique. Même s'il ne s'agit pas ici de se présenter comme artiste, mais plutôt comme artisan, certains inaugurent une économie de la transformation qui pourrait être riche en enseignement pour une certaine voie de développement du marché de la biffe. Il est aussi intéressant de remarquer que le travail des déchets habituellement considéré comme une forme de dévalorisation sociale, peut opérer un retournement du jugement de goût du laid vers le beau. La question est alors de savoir comment passer d'un mode de la récupération à celui de l'exposition où l'objet acquiert un nouveau statut, d'objet commun de consommation courante en fin de vie à celui d'objet unique habité par une proposition, une intention.

3.2 Capital social de la biffe

A. Définition

Ce que nous démontre la communauté des biffins à travers la diversité de ses profils, c'est qu'il ne s'agit pas simplement d’une addition de parcours de personnes qui essaient de trouver une solution à

leurs problèmes, mais qu'ils investissent un véritable espace socioculturel qui peut se comprendre comme un espace ressource. La notion de capital social[15] est moins courante en France que celle de « lien social », qui est largement usitée dans les programmes publics. Cependant, elle s'applique parfaitement à l'espace marchand biffins et son cycle de la récupération-vente, qui ne provoquent pas simplement du « lien social ». Il s'agit aussi d'un réseau de relations sociales dans lequel s'inscrit une personne qui peut alors mobiliser tel ou tel élément du réseau pour atteindre tel ou tel objectif. Le capital social consiste, pour les acteurs d'un réseau, de tirer une valeur de leur position relationnelle, en obtenant la possibilité d'accéder à un certain nombre de ressources de ce réseau en les exploitant à son avantage. On parle ainsi d'efficacité relationnelle, qui ne se mesure pas uniquement au nombre de contacts, mais à la variété des contacts : capacité à établir des relations avec des personnes qui ne se connaissent pas entre elles. La biffe est moins un réseau de proximité attaché à un territoire qu'un réseau d' « intermédiarité » : une personne peut très bien ne posséder qu'un nombre peu élevé de contacts, mais occuper en tant qu'intermédiaire une position clé parce qu'elle est un point de passage obligé pour les autres.

Le capital social est donc très lié au développement de réseaux et se traduit par une mobilité spatiale, mentale et sociale. Par exemple, plus l'espace marchand est cosmopolite, plus existe la possibilité d'établir des liens inédits. Le capital social traduit les compétences pour provoquer ce type d'espaces et en même temps jouer sur les relations générées pour développer des stratégies transactionnelles. Le capital social s'appuie sur un capital humain qu'il enrichit (autoformation, compétence acquise dans un parcours d'expérience) et pallie l'absence de capital financier pour les biffins. Ils peuvent alors investir une forme entrepreneuriale sans apport financier initial à l'instar du micro crédit par exemple. Dit d'une autre manière, le capital social se traduit par une confiance entre les gens qui s'établit en quelque sorte de manière horizontale. Il vaut promesse entre les individus d'une entraide qui peut servir d'appui à chacun pour jouer ses chances, pour oser entreprendre. Il est une confiance dans les autres qui alimente une confiance en soi. C'est une culture de la confiance et de la tolérance permettant l'émergence de réseaux.

B. Entrée dans la biffe, la « force du lien faible »

La force d'un lien est une combinaison de la quantité de temps, de l'intensité émotionnelle, de l'intimité (la confiance mutuelle) et des services réciproques, qui caractérisent ce lien. Les liens faibles présentent l'intérêt de pouvoir plus facilement unir les membres de groupes différents, alors que les liens forts sont prégnants surtout à l'intérieur des groupes. Paradoxalement, un réseau possède une capacité d'intégration accrue plus ses liens sont lâches. Le réseau biffin, tel qu'il se constitue à travers

[15] Le capital social est l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter-reconnaissance; ou, en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe, comme ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés de propriétés communes (susceptibles d'être perçues par l'observateur, par les autres ou par eux-mêmes), mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles. (Bourdieu Pierre, « Le capital social », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 31, janvier 1980. pp. 2-3)

l'espace marchand, appartient à cette catégorie et offre ainsi la possibilité d'accueillir des personnes d'origine et d'horizons très différents ; ce qui ne pourrait pas être le cas pour une communauté classique aux liens très serrés : *« Les liens faibles, souvent dénoncés comme source d'anomie et de déclin de la cohésion sociale, pouvaient apparaître au contraire comme "des instruments indispensables aux individus pour saisir certaines opportunités qui s'offrent à eux, ainsi que pour leur intégration au sein de la communauté", alors que les liens forts engendraient de la fragmentation sociale*[16]*. »* Ainsi, il n'est pas anodin de constater que l'espace marchand de la biffe offre un fort potentiel d'intégration pour les nouveaux migrants et pour toutes les personnes qui à un moment donné ont besoin de se raccrocher à des repères sociaux tout en développant une activité économique.

L'entrée dans la biffe est généralement liée à une rupture ou une fêlure personnelle, mais le réseau social permet d'inscrire une continuité en instaurant une autre forme de socialité qui n'est finalement pas différente avec les modes de vie antérieure. Il peut ainsi coexister dans le même espace des marchés de groupes culturellement très différents, tout en permettant à des personnes de trouver une place sans une appartenance à tel ou tel groupe. Le mode convivial, avec des contraintes sociales faibles propres aux formes interstitielles urbaines, facilite une mobilité sociale et spatiale. C'est pour cela que l'entrée dans la biffe se fait d'une manière presque naturelle, par simple observation ou relation interpersonnelle. Il n'y a pas de rite de passage comme le serait l'entrée dans une communauté culturelle fermée. Il n'y a pas non plus d'autorisation à demander selon des règles sociétales strictes. Les règles de sociabilité de l'espace marchand sont celles communes aux formes d'activités dans l'espace public. Quant au savoir-faire, aux trucs et astuces, la reconnaissance des terrains, ils s'acquièrent en faisant.

C. Rupture et continuité

Toute trajectoire admet des ruptures, mais aussi des stratégies par lesquelles ce qui n'a pu se faire tend à se réaliser par une autre voie. Le basculement dans la biffe peut s'effectuer à différents moments de la vie.

- Outsiders

Pour les personnes qui sont les plus anciennes dans ce milieu, il s'agit bien souvent d'une rupture sociale arrivée très tôt. La biffe apparaît alors comme un mode de vie alternatif « outsider », « marginal », « déviant ». Il ne s'agit pas de réintégrer une vie selon des critères de « normalité », que l'on n'a jamais connus, mais de trouver de nouveaux repères pour construire sa propre vie. C'est le cas pour des personnes orphelines ou à la rue dès leur jeunesse.

[16] MERCKLÉ Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, la Découverte, 2004.

- Retraite

À l'autre bout de la vie, pour les personnes âgées, la biffe apparaît comme un complément : complément économique de la retraite, mais aussi complément d'une sociabilité face à la solitude ou l'ennui. C'est donc moins une rupture socio-économique ou familiale brutale qu'un aménagement face à des conditions de vie difficiles, mais prévisibles qui sont celles de la fin de la vie professionnelle.

- Santé

Les questions de santé, maladie et invalidité sont moins le déclencheur d'une rupture qu'un facteur aggravant se cumulant avec le phénomène d'usure professionnelle et les maigres ressources d'une retraite par exemple.

- Famille

Dans la manière de répondre aux conditions sociales de sa famille ou de l'entourage, la biffe offre une option supplémentaire. Elle rend possible un choix qu'il ne serait pas possible de réaliser autrement.

- Chômage et emplois précaires

Évidemment, la perte de l'emploi, l'emploi précaire, la condition économique constituent le critère transversal motivant la biffe.

- Logement

Plus que les critères de ressources en eux-mêmes, c'est l'accès au logement qui semble le plus déterminant dans la stabilisation d'une situation.

D. Économie de la survie, savoir expérientiel et art de vivre

La vie en région parisienne a un coût. Il est alors fréquent que s'instaure une économie de la survie entre petits boulots, biffe, aide sociale ou caritative. La biffe facilite le lien entre les différentes manières de jouer sur la débrouille. Elle accroît les possibilités de déplacement dans les différents espaces marchands, comme le marché de la sauvette, où l'on peut aussi trouver des produits alimentaires et éviter la mendicité ou d'autres formes d'assistanat. Certains s'y abandonnent, d'autres le refusent. Quels sont les gains financiers de la biffe ? Ils sont très variables et dépendent comme nous le verrons de la typologie de l'espace marchand et du type d'objets. Cependant, la biffe permet une certaine régularité de ressource tant que ces espaces marchands pourront s'instaurer dans

l'espace public. En cela, tout parcours de vie est une « pratique d'insertion », qui signifie que l'expérience, quelle qu'elle soit, génère des savoirs, des ressources susceptibles d'être réinvesties dans l'action.

- Plaisir de la découverte

Parler du plaisir de la recherche dans les poubelles, lorsque l'on trouve l'objet rare, est aussi une manière de renverser l'échelle des valeurs sur la notion de déchet et ainsi de refuser l'association qui comparerait le rebut physique (le contenu de la poubelle) au rebus social (celui qui fouille dans les poubelles) : *« Le parallélisme entre le monde du déchet et celui de "ceux qui se sont fait jeter" offre des perspectives troublantes : chômeurs, retraités, délinquants, détenus, vieillards, jusqu'à ceux qui, "tombés dans la dèche" et après des déchéances successives, font figure d'épaves humaines et sont autant de rebuts d'un système social ordonnancé sous le primat du calcul économique*[17] *».* C'est effectivement une façon de déjouer l'assignation à la caste des parias, en indiquant que les « intouchables » peuvent toucher de l'or. Mais, c'est aussi une manière de réintroduire le cycle de l'objet dans un cycle économique à valeur ajoutée, que l'on réserve habituellement au secteur de la production : les biffins ne sont pas « hors circuit » parce qu'ils traitent de matériaux abandonnés, des déchets classés au rang du bas, de l'inférieur, de l'impur, de l'infect, de l'infime, de l'indigne. Il peut ainsi être même agréable de rendre beau le sale, utilisable l'inutilisé, récupérable le jetable, neuf le vieux. Les aspirations d'une personne (ou d'un groupe) ne deviennent un projet pratique fiable et viable que lorsqu'elles sont consolidées par des ressources identifiées (savoirs, savoir-faire, etc.) et que le projet - ainsi reconnu comme possible - réinvestit le vécu du sujet individuel ou collectif.

- Compétences et métiers

La biffe permet d'exercer un mode d'appropriation du savoir que chacun acquiert en fonction de son histoire, de son rapport au monde et à soi. La biffe poursuit d'une autre manière une vie sociale qui existait souvent dans la vie professionnelle. Une partie des personnes rencontrées exerçait par exemple un métier tourné vers le public comme ceux de la restauration. Ce goût de la relation est partagé par tous les biffins. Ce n'est pas un hasard si l'on retrouve chez les biffins beaucoup d'anciens métiers en relation avec le public, comme les métiers de la restauration, du commerce, de la vente, de la gestion du personnel. De même, les plus militants parmi les biffins étaient déjà dans leur vie antérieure des militants actifs (associatifs, syndicaux). Affirmons de nouveau que la biffe n'est pas « une vie d'avant en plus pauvre », mais une façon de continuer à vivre dignement en essayant de faire société. En cela, une culture de l'incertitude, une gestion de l'aléatoire ne s'apparente pas à une exclusion subie. On peut puiser dans son expérience passée dans ses anciens métiers et réinvestir ces compétences en situation pour dégager de nouveaux savoir-faire. S'agit-il pour autant d'un

[17] LHUILIER Dominique, COCHIN Yann, *Des déchets et des hommes*, Desclée de Brouwer, 1999.

nouveau métier ? Oui , si l'on considère l'activité économique, non si l'on considère le statut. La présentation diffère suivant que la personne met en avant l'un des deux critères.

- Esprit entrepreneurial

Les biffins développent un esprit d'entreprenariat pas si éloigné de l'entreprise individuelle ou de la profession libérale. Nous retrouvons chez les biffins un esprit d'indépendance s'éloignant ou même refusant un modèle salarial classique dans sa forme instituée et hiérarchique. Ceci participe à brouiller les frontières entre l'activité et l'espace personnel ou domestique. La possibilité de mobiliser rapidement des compétences et les mettre en œuvre, dans un environnement accessible à tous, correspond à la capacité de s'adapter à une diversité de situations et jouer sur les identités sociales. Leurs capacités à la mobilité spatiale, mentale et territoriale, confirment leur dynamique en tant qu'acteurs sociaux.

E. Les biffins comme « minorité active »

- Appropriation du mot Biffe comme acteur

À partir du milieu des années 2000, les biffins ont développé des stratégies dans l'espace public en direction des élus et des médias. Ils sont rentrés dans un champ de visibilité de l'action. Notons une hausse significative des articles de la presse régionale et nationale, à partir des années 2007-2008, alors que la question de la biffe n'était quasiment pas évoquée dans les décennies précédentes. Le mot biffin était en effet tombé en désuétude avec l'extinction progressive des chiffonniers, comme corps professionnel, dans la première moitié du 20ème siècle. Le terme biffin est réapparu alors au même moment, réapproprié par les acteurs comme affirmation positive de l'action, réactualisant son sens initial ; comme dans les années d'après-guerre Emmaüs avait réhabilité le terme chiffonniers, à travers ses communautés. La capacité de se nommer traduit la capacité d'agir. C'est pour cela que la manière d'utiliser les termes (comment et par qui) n'est pas anodin. Le terme biffin est généralement admis et réapproprié par les acteurs concernés, même si certains revendiquent le terme plus ancien de « chiffonnier ». D'autres au contraire éprouvent des réticences, mais l'acceptent faute de mieux, lui reprochant d'être trop assimilé à une vision misérabiliste ou équivoque.

- Se constituer comme « minorité active »

Partant du constat que la dépolitisation de la vie civique est liée à l'individualisation des problèmes sociaux, il s'agit de présenter la biffe non pas comme une addition de problèmes appelant à un traitement social individuel, mais comme une question sociétale nécessitant une prise en compte en tant que formes collectives d'organisation. Ces dernières sont certes minoritaires, mais susceptibles de développer des stratégies collectives de résistance et d'adaptation, amenant à changer les normes et les représentations sur la biffe et les biffins et plus largement sur des problématiques

socioéconomiques : *« Autrement dit, des groupes qui étaient définis et se définissaient, le plus souvent, de manière négative et pathologique par rapport au code social dominant, sont devenus des groupes qui possèdent leur code propre et, en outre, le proposent aux autres à titre de modèle ou de solution de rechange*[18] *».* Les stratégies auprès des minorités actives, telles que développées par Alinsky[19] aux États-Unis ou le travail de type communautaire en Amérique du Sud, offrent la possibilité aux collectifs de dépasser une approche individuelle comme des « cas sociaux » (« case-work »). Il est d'ailleurs difficile de concevoir que l'injonction de type « insertion » puisse fonctionner de manière individuelle auprès des biffins, si cela ne correspond pas à leur mode de vie. De plus, ce mode opératoire oblitère l'échafaudage de réponses alternatives et innovatrices, comme l'innovation sociale justement. Dans tous les cas, parler des biffins en tant que minorité active implique de les considérer non pas comme des « problèmes », mais en tant que population qui porte au débat national des problématiques publiques.

Comme les chiffonniers qui affirmaient au 19ème siècle vouloir « travailler librement sans être esclaves, et vivre de son métier indépendant », il naît des formes d'organisation syndicale portées par les récupérateurs les plus stabilisés. Cela se traduit pour les biffins d'aujourd'hui par la capacité de se nommer comme minorité, en se réappropriant le terme biffin, puis en construisant une parole dans l'espace public, constituer des modes d'organisation collective ou de mouvement sous la forme associative ou de comités et dégager enfin des stratégies communes. Les biffins ne suivent pas massivement le leadership d'une personnalité dont ils seraient dépendants. Si c'était le cas, cela les conduirait inévitablement à des conflits internes, en inadéquation avec la socioculture de la biffe, dont les liens sont multiples, diffus et en réseau souple. Nous avons rencontré une minorité qui s'appuie davantage sur une consistance interne, d'ordre cultuel, propre, qui forme la communauté des biffins. Cependant, les « anciens » ont effectivement exercé un poids réel dans une mobilisation des biffins. Ils ont servi de référence pour les personnes dans leur structuration personnelle, à travers des valeurs et des savoirs, mais également de référence pour une structuration collective qui a pu prendre la forme d'associations ou de comités.

- Militance, comités et associations

Pour se constituer comme minorité active, les biffins ont dû trouver leur propre mode d'organisation qui n'est pas de type syndical, mais relève plus logiquement d'une forme de réseau. Il s'agit de constituer une parole qui soit audible en décriminalisant la pauvreté derrière la reconnaissance de la biffe, et en affirmant l'émergence d'un mode cohérent de survie, voire d'une économie alternative. La légalisation de leur statut permettrait de constituer un esprit de corps au regard de l'esprit individualiste propre à cette activité. La création d'associations constitue un des premiers modes pour se constituer comme interlocuteur crédible et être force de proposition. Les pétitions et l'appel au

[18] MOSCOVICI Serge, Psychologie des minorités actives, PUF, 1979.

[19] ALINSKY Saul D., *Le manuel de l'animateur social*. Seuil, 1976.

média constituent une autre forme de lutte qui comme toute forme de médiatisation peut se relever à double tranchant. Plusieurs comités se sont constitués, regroupant des riverains, des biffins, des militants associatifs, des militants politiques, des chercheurs. Si la première étape de la visibilité semble acquise, à travers la constitution officielle de « carrés » des biffins et par là une tentative de légitimité d'un espace, il reste à rendre lisible le mécanisme de cet espace marchand comme forme économique à part entière. Cette étude peut y contribuer.

4. Espace marchand, une question sociétale plus que sociale

4.1 Un espace singulier

A. Entre gestion individualisée et collective

Le principe du marché est de favoriser dans le même espace-temps l'interaction des offreurs et des demandeurs, selon des rites et des codes communément admis. C'est pour cela que la structure de la forme marché est partagée qu'il s'agisse d'un marché biffin, d'un marché populaire de quartier ou des puces. L'adjonction par les commentateurs d'un qualificatif « marchés des pauvres » ou « marché de la misère » ne nous informe en rien sur la nature intrinsèque du marché, mais plutôt sur la nature de la perception que l'on pose sur les marchés biffins. En effet, un marché n'est pas « pauvre » parce qu'il est constitué de pauvres. Les images de désordre accolées à cet espace social justifieraient son type de traitement. Effectivement, cette façon misérabiliste de traiter cet espace marchand laisserait entendre qu'il s'agit avant tout d'un problème social (à réguler en tant que source de difficultés) plutôt qu'une question sociétale. Dans le premier, les biffins sont considérés comme des individus qu'il s'agirait d'insérer, selon un traitement approprié, ou de chasser des trottoirs. Dans le second cas, les biffins sont à considérer comme des vendeurs qui travaillent dans des formes de « marchés » qui constituent un système interrogeant sur la place d'une économie informelle du recyclage, dans la ville aujourd'hui. Ce modèle économique, dans la présence d'espaces populaires cosmopolites, développe un modèle d'intégration que ne passe plus par la sphère industrielle, mais par celle marchande, en mobilisant un capital social dans ce qui s'affirme finalement comme une innovation sociale.

La première approche conduit à deux types de réponses, l'une préventive par l'intervention sociale individualisée, l'autre répressive par l'intervention policière. Elles rencontrent rapidement des difficultés ne serait-ce que dans leurs applications concrètes d'un point de vue méthodologique. D'une part, les démarches de prévention et de répression ne peuvent être complémentaires sans une vision globale d'un phénomène ; sans une politique au sens large. D'autre part, si la reproduction d'un outillage conventionnel peut être rapidement mis en place et rassurer dans l'urgence, elle s'avère inadaptée dans la durée pour traiter la complexité d'une collective systémique. Ces interventions laissent finalement peu de marge de manœuvre aux intervenants de terrain (travailleurs sociaux, policiers, personnels municipaux, en commençant par les biffins eux-mêmes), dans leur capacité de jugement et donc dans la possibilité de prendre du recul et de forger de nouveaux outils. Le risque est alors de perdre le sens de l'action qui peut conduire à son inefficience et à l'épuisement des acteurs : *« Il ne faut donc pas réduire les biffins à des occupants individualistes de l'espace aux marges de l'organisation sociale des marchés de Saint-Ouen. S'ils sont insérés dans le milieu professionnel, ce n'est pourtant pas par le contrôle du territoire, mais par la circulation des objets. Si le contrôle du terrain n'est pas l'objet d'une organisation sociale spécifique aux biffins, les circuits d'objets*

apparaissent par contre beaucoup plus organisés et insérés dans l'organisation des transactions, notamment dans le cadre de réseaux[20] *».*

C'est toute la difficulté du « carré » de la Porte Montmartre géré par l'association Aurore, dont la négociation initiale correspond à ce modèle. Les professionnels en conviennent, le carré de cent places est facilement débordé, si on considère les biffins comme une simple juxtaposition de situations individuelles et non comme un groupe devant trouver ses propres formes de régulation. Peut-on « gérer » un marché au-delà du fait de jouer le rôle de « placier » et surtout comment impliquer les principaux intéressés, les biffins eux-mêmes sans lesquels aucune réponse durable ne peut tenir ? Pour cela, les individus concernés et la situation de marché qu'ils génèrent ne peuvent être réduits à un handicap, comme s'il s'agissait d'une maladie psychosociale. Le marché n'est pas une « verrue » sur le corps urbain que l'on pourrait éradiquer par traitement médical. Sans doute faudra-t-il un travail important de sensibilisation et d'explicitation pour que les représentations sociales changent et cet espace marchand apparaisse du côté de la solution et non du problème.

Dire que la question est plus sociétale que sociale n'implique pas seulement les modes de prise en compte et de résolution de cette question, mais induit une approche citoyenne concernant l'ensemble des acteurs de la ville, en commençant par les habitants eux-mêmes. Ainsi, l'espace marchand repose naturellement sur l'existence d'un capital social, qui est mobilisé à travers des parcours d'expérience et une mise en réseau, dans le cadre d'une urbanité articulant territoires et espaces populaires. Nous confirmons bien ici ce rôle d'articulation joué par le marché, à la fois comme moment émergé d'un processus et comme forme de sociabilité écosystémique structurante, grâce à ses transactions, diversité, interdépendances, régulation, et son rapport entre individualité et collectivité. De nouveaux outils seraient à concevoir et à expérimenter pour permettre de combiner autrement insertion et innovation sociale, créativité et sécurité, expérimentation sociale et développement par les minorités actives.

Le marché biffin a une grande souplesse d'intégration puisque chacun peut vendre ce qu'il trouve. Cela n'exclut pas une pression sociale contribuant à une régulation, selon des codes d'usages des objets, comme par exemple le non commerce de marchandises neuves ou de copies en série. Seulement, la biffe n'est pas tenue à respecter scrupuleusement les « classes » de l'objet alors que pour les Puces cela sera un critère rédhibitoire car conditionnant la valorisation du marché. Si nous prenons l'objet, son circuit, sa « vie » comme indicateur déterminant, c'est parce que tout simplement à travers lui s'organise la forme culturelle et sociale. C'est principalement grâce à l'objet notamment que le marché existe, évidemment comme transaction économique, mais aussi comme médiation sociale permettant un jeu d'interaction dans l'espace public entre des personnes n'ayant pas d'autres raisons d'être là que la vente et l'achat. Ce dispositif mis en scène contribue à la définition d'un espace singulier : « l'espace marchand ». L'espace marchand de la biffe réunit sur un territoire de

[20] *Les marchands de l'aube : Ethnographie et théorie du commerce aux Puces de Saint-Ouen*, op. cit.

manière visible et publique les objets et les pratiques d'un cycle de la récupération-vente. Il serait difficile sinon de dépasser la contradiction entre l'apparent désordre d'un bric-à-brac et l'autorégulation d'un espace non réglementé, autrement que par l'existence d'un processus sous-jacent suffisamment puissant et cohérent. C'est le principe de l'espace marchand. C'est la coprésence d'individus qui ne se fréquenteraient pas dans d'autres univers sociaux et font ainsi se rassembler, autour de la même activité, ceux que d'ordinaire tout sépare. On peut appeler cela une « une égalité de circonstance », à la fois interne (elle se produit dans l'activité marchande) et éphémère (limitée au temps de l'échange), mais néanmoins efficiente (ou performative)[21]. Une étude ethnographique fine serait utile pour découvrir les distinctions subtiles à l'intérieur du marché selon les emplacements et les pratiques.

B. Espace populaire et espace marchand

L'espace marchand biffin s'apparente à la structure du bazar ou du souk, même si les contextes d'apparition et de développement ne sont évidemment pas comparables. Quelques éléments de lectures peuvent nous aider :

- Un commerce en plein air, accessible, mis en scène à la manière d'une foire ou d'un marché ;
- Vendeurs et clients n'ont pas obligatoirement d'attaches locales, l'espace est de nature cosmopolite et fonctionne comme un mico-monde avec des personnes venant de tous les horizons ;
- Il n'est pas bâti sur le modèle des petits commerces de proximité et de « l'entre-soi » de voisinage avec une succession d'étals précaires débordant sur la rue ;
- C'est un marché où « l'on trouve tout » avec une diversité d'objets hétéroclite et à très bas prix, selon un mode de distribution particulier par lots ou éparpillé, sans emballage dans une sorte de fouillis ordonné ;
- C'est une inscription plus ou moins éphémère dans l'espace public tout en étant intrinsèquement intégré à ce qui fait la ville, son réseau, sa mobilité, son urbanité ;
- Il offre un lieu d'échange, d'accueil avec une capacité intégratrice pour les nouveaux arrivants et nouveaux migrants ;

Par exemple, si nous considérons la marché biffin de Barbès, il n'existe pas de véritable frontière dans l'espace marchand (étalage des marchandises débraillées, rapport au public, modalité de transaction, etc.) entre les bazars, le marché populaire du mercredi (boulevard de la Chapelle) auquel s'accole directement le marché biffin qui se poursuit sous le métro Barbès par les vendeurs à la sauvette, etc. Un quartier populaire comme *« Barbès doit son attractivité à sa capacité à fournir les objets les plus spécifiques comme les plus communs. Toute la marchandise est censée être visible, offerte au regard et à la vente. Un peu à la manière des micro-boutiques des souks des villes maghrébines. Des citadins viennent consommer un certain type d'urbanité, c'est-à-dire un type de relations sociales*

[21] Voir comme exemple l'enquête de LALLEMENT Emanuelle, *La ville marchande. Enquête à Barbès*, Téradère, 2010.

particulières liées à l'échange marchand dans ce secteur cosmopolite[22] *».* Espace marchand et espace populaire se confondent dans une manière d'investir l'espace public propre aux quartiers populaires. Quelle que soit son origine sociale, on vient chercher dans les marchés populaires ce que l'on ne trouve pas ailleurs.

C. Espace de l'étal

L'étal constitue la surface sur laquelle sont disposés les objets généralement à même le sol sur une nappe, un carton ou une bâche. Il matérialise l'espace de transaction en instaurant une distance nécessaire entre le vendeur et l'acheteur. Généralement le vendeur dispose près de lui son sac où il peut garder ou déballer des objets. C'est un point d'où il peut contrôler sa marchandise. L'étal constitue ainsi aussi une frontière entre l'espace individuel/privé et l'espace collectif/public. Le terme de déballage appartient au monde du commerce. Déballer c'est *« défaire une balle ou un ballot, ôter l'emballage. Si les trois termes font référence au conditionnement des marchandises, celui d'emballage ayant pris une importance considérable à mesure de la standardisation du travail de vente et de la médiation par l'objet de la relation avec le client, les deux premiers renvoient directement à un conditionnement à l'usage du marchand lui-même*[23] *».*

Le propre du statut de l'objet d'occasion est d'être hors emballage, que son origine soit ancienne ou même neuve. Ce statut d'occasion met en équivalence tous les objets en tant que marchandises quel que soit leur statut dans leur « ancienne vie ». Ils entrent dans cette espace spécifique où ils ont la possibilité d'être adoptés et re-socialisés. Chaque biffin a sa manière de disposer les objets et constitue en quelque sorte sa « cartographie » mentale, que les objets soient rangés par catégorie ou au contraire semble échapper à tout ordonnancement. Le déballage agit comme un rituel aux gestes précis. L'espace de l'étal est plus complexe qu'il n'y paraît, car il ne se réduit pas à l'étalage aléatoire d'objet sur un morceau de toile. Il exprime un univers à travers les manipulations concrètes et symboliques des objets, leur traitement, leurs modalités d'exposition, l'histoire de chacun d'entre eux ; puisque ce sont des objets vivants, et sur les discours qui accompagnent leur vente et leur achat. Dire d'un objet qu'il possède « une vie » peut paraître paradoxal, puisque par définition un objet est inanimé. Cependant, de leur fabrication à leur rejet, la relation que nous entretenons avec eux est tout sauf anodine. Même un objet décrit comme utilitaire peut être chargé de symbole, au même titre que les mots d'une phrase sont des symboles et témoigne du rapport des personnes à leur époque. Il existe dans ce sens une « culture matérielle » qui dépasse l'objet en lui-même et témoigne du rapport de l'intime au public, du privé au collectif, du propre au sale, etc.

---

[22] Ibid.

[23] Les marchands de l'aube : Ethnographie et théorie du commerce aux Puces de Saint-Ouen, op. cit.

L'étal biffin est la mise en scène de cet enjeu vital autant pour l'objet que la personne qui le vend. Il existe ainsi une correspondance intime entre les deux : vital pour des raisons économiques évidentes, mais aussi par l'espace de sociabilité qu'il ouvre et constitue le capital social du biffin. L'étal participe à cette présentation de soi, selon une esthétique personnelle dont la forme publique laisse suggérer un processus sous-jacent à la biffe bien loin des règles de vente standardisées des lieux commerciaux. De fait, c'est un marché à ciel ouvert, les stocks, l'organisation, les objets, les différents acteurs, tous les éléments de la situation sont visibles, offerts au regard. Il existe une mise en scène sociale de l'ordre de la séduction des marchés populaires. C'est sans doute cela aussi que recherchent les clients au-delà de la simple « bonne affaire ». Le regroupement et le mode de présentation des objets selon leur provenance, leur qualité et leur utilité doivent préparer de cette façon à la transaction. Là aussi, l'étal biffin se distingue de la vente de production où l'objet est étiqueté, où l'on connaît sa fonction et son état de marche. Le vendeur n'est pas un spécialiste, mais plutôt un généraliste, l'acheteur ne cherche pas obligatoirement quelque chose de précis. Alors pour connaître l'objet, il faut le manipuler, sentir, soupesé, tester, estimer au premier coup d'œil. C'est une intelligence sensible et sensitive. On ne peut faire autrement que de toucher la marchandise, il faut laisser la saisir avec le risque calculé que le client parte avec. Mais ce rapport sensuel à l'objet contribue à la singularité de l'espace marchand et à l'authenticité de la transaction. Cette présentation de l'étal « fixe » est particulièrement liée à un contexte marchand relativement stabilisé et sécurisé. Dans un contexte plus aléatoire où l'espace marchand est rythmé par les interventions policières, les étals deviennent par nécessité mobiles. Cette forme déambulatoire intègre une nouvelle règle qui est celle de l'urgence de la vente à la sauvette, mais les principes fondamentaux propres au marché biffin restent les mêmes.

Nous pouvons d'autant plus évoquer une scénographie parce qu'il existe un mouvement collectif dans l'espace coordonné par un metteur en scène invisible. Les figures n'en sont pas moins rationnelles et précises. Alors que l'étal fixe est de l'ordre du carré dans une relation de face à face, l'étal mobile est de l'ordre du cercle autour du vendeur cachant la marchandise aux yeux extérieurs. Les cercles bougent, se font et se défont dès qu'un vendeur « pose » ou se retire. Parfois, il n'a même pas le temps de poser et tient les objets à la main. Comme une sorte de bal solitaire, les clients circulent dans l'espace à pas mesurés, ils attendent en bougeant le vendeur qui lui-même est en mouvement, puis d'un coup s'agglutinent par grappes compactes puis s'effilochent dans le courant central. Ainsi, s'élabore une chorégraphie en spirale qui s'apparente fortement aux mouvements d'un banc de poissons ou d'une envolée d'oiseaux à la nuit tombée. Dans cette géométrie, il y a quelque chose de l'ordre de la logique complexe sans schéma directeur, sans concertation ni leader. Un biffin sur le marché de Belleville parle judicieusement d'une structure en vortex. Des scientifiques cherchent très sérieusement des modélisations mathématiques pour ce type de figure. La question de savoir comment se forme un mouvement collectif et comme se jouent dans ce mouvement les interrelations individuelles reste encore mystérieuse, quelles que soient les formes vivantes étudiées.

Il y a là surement quelque chose de l'ordre de la nécessité vitale d'une forme sociale qui cherche une autorégulation harmonieuse entre la préservation du groupe et la possibilité de développer des

stratégies individuelles. C'est cette concentration de relations à la fois éphémère et habituelle qui produit un espace social. Dans tous les cas, c'est aussi dans ce type de mouvement dans l'espace que nous voyons le mieux s'opérer la relation entre le « dépendant » et son « pourvoyeur » à travers l' « objet de pourvoyance ». Le dépendant c'est l'acheteur, il exprime un besoin direct. Le pourvoyeur, c'est le vendeur qui répond à ce besoin via un objet de pourvoyance, la marchandise. Cette relation triangulaire est universelle à l'humanité et la base de tous marchés. La marchandise, le dépendant et le pourvoyeur peuvent prendre différents noms suivant les espaces : « brocanteur – came-marchande – chineur », pour les Puces par exemple. Dans d'autres espaces plus ou moins marginaux, nous retrouvons la même structure sur les lieux de drague ou de deal. D'ailleurs, la relation client-vendeur est déterminée par l'étal mobile, du fait de son caractère éminemment précaire et interstitiel où la marchandise est parfois cachée, où l'on ne sait pas très bien qui est qui. Ces pratiques s'approchent de modalités relevant de la chasse, voire de la séduction, dans des jeux où chacun se cherche, se jauge et parfois se trouve. De même, sans comparer avec la dépendance des produits psychotropes, il existe bien une relation de dépendance non dénuée de plaisir, sans pour autant aliéner la liberté qui s'établit ainsi dans le plaisir de la recherche, qui fait que les mêmes personnes vont se rejoindre régulièrement à la même heure au même endroit.

C'est pour cela, que vouloir séparer autoritairement le « bon grain de l'ivraie », le légal de l'illégal est illusoire et inefficace ; nous y reviendrons à propos de la relation au territoire et l'ordre public. Une approche systémique nous paraît beaucoup plus judicieuse, qui cherche à comprendre les interactions souvent fugaces, qui fondent les caractéristiques des relations propres à la ville. Les individus qui s'y engagent peuvent ne jamais se rencontrer par ailleurs, et le flux d'inconnus qui caractérise les rapports de trafic constitue un modèle d'interactions propre à l'espace marchand qui ne s'appuie pas sur les appartenances socioculturelles ou territoriales. Bref, comme nous le constatons, les espaces de l'étal ne sont pas seulement des lieux fonctionnels, ils sont augmentés d'une dimension imaginaire, fictionnelle, voire cérémonielle, en tout cas adéquate aux attitudes corporelles, mentales et relationnelles propres à l'espace marchand. C'est un sas entre le « dedans » de l'espace marchand et le « dehors » du quartier prenant la rue comme frontière et lieu de négociation, entre la privatisation de l'espace public et la publicisation de l'espace privé.

4.2 Transaction ou médiation de l'objet

A. Un intérêt commun

Toute transaction doit laisser aux parties concernées une satisfaction avec l'impression qu'elles ont pu tirer le maximum de bénéfice, au moins avoir le plaisir de croire faire une « bonne affaire ». Toute la structuration de l'espace marchand s'organise autour d'un intérêt de même nature partagé entre le vendeur et le client, celui du gain, grâce à la médiation de l'objet. C'est la marchandise qui est médiatrice et permet ainsi de réunir des personnes qui n'ont aucun autre point commun, du moins le temps de la transaction. On peut même ne pas parler la même langue, ce qui n'est pas une situation rare dans cet espace cosmopolite, cela n'empêche pas de se comprendre. L'efficacité communicationnelle traverse ou transcende les différences sociales et culturelles. Quoi que pense le vendeur de l'acheteur et réciproquement, les habits civils, voire les ressentiments, sont oubliés le temps de la transaction. Ils ne s'effacent pas, ils sont simplement mis de côté et donne l'impression d'être indifférents aux particularités des uns et des autres. Il s'agit d'une simple coprésence dans un espace public qui préserve l'anonymat. Cet espace est donc matérialisé par l'étal. On peut alors se consacrer à l'essentiel : l'échange marchand doit être rapide, facile, simple et direct. Le but est de faciliter la décision et pour être efficace ne retient que les éléments pertinents pour la transaction. Quelques mots, quelques signes suffisent, complétés si nécessaire par une demande de précision de la part de l'acheteur ou une insistance sur un élément de la part du vendeur.

Certains peuvent flâner sans but précis, on va au marché de la biffe comme au marché aux Puces, plutôt spectateur animé par une curiosité avec le secret espoir de trouver une perle rare ; c'est l'achat coup de cœur. D'autres au contraire sont animés par un but précis pour trouver tel objet ou par une nécessité économique ; c'est l'achat de raison. Si la hiérarchisation sociale est provisoirement suspendue, un brocanteur pourra critiquer un biffin qui critiquera un vendeur à la sauvette. Il n'empêche qu'en endossant la casquette d'acheteur, ils iront s'approvisionner sans problème chez l'autre. De même, dans la constitution de frontières symboliques entre les groupes, Français, Roms, Chinois, etc., ce marquage ethnique n'empêchera pas le commerce entre eux. La neutralité sociale propre à l'interstice de l'espace marchand peut être infléchie si vendeurs et acheteurs se connaissent déjà. Le vendeur pourra accorder des prix préférentiels à telle personne dans la nécessité, à charge de revanche. Nous sommes ici dans une économie du troc, du don et du contre-don. Et inversement, si un vendeur ne refuse pas de vendre, il peut s'il estime l'acheteur indélicat tout faire pour rendre la transaction impossible en restant par exemple inflexible. Même ouverte et non instituée, la forme sociale du marché obéit aux conventions de l'échange, aux règles de civilité qui orientent le comportement de chacun. Certains sont plus souples que d'autres. Dans tous les cas, la situation marchande existe grâce à la médiation de l'objet et l'objet est socialisé grâce à la situation marchande. Chaque élément confère à l'autre une existence, c'est cet ajustement qui singularise l'espace marchand biffin où l'objet pris dans l'échange donne un prix à l'échange.

B. Estimation de la valeur

La valeur marchande n'est pas fonction de l'origine industrielle de la marchandise, en tant que produit manufacturé, mais du mode de récupération en amont et la facilité de l'écoulement en aval. D'autres facteurs s'immiscent entre ces deux pôles du cycle de l'objet : les conditions dans lesquelles s'instaure l'espace marchand, le type de clientèle, la capacité réciproque d'estimer la valeur de l'objet, les capacités de stockage, etc. La connaissance des objets, l'aptitude à les identifier, à en déterminer les prix possibles, est un aspect essentiel de la pratique du commerce.

- Classes d'objets et erreurs de classement

L'erreur d'appréciation ou d'expertise de l'objet fait partie du jeu de la transaction. Cela correspond généralement à une erreur de classification. La classe de l'objet est déterminée par son cycle. La drouille est par exemple une classe d'objets de peu de valeur, objets utilitaires dépréciés issus de la récupération des poubelles ou des dons. Elle n'intéressera pas le chineur à la différence du vintage, classe d'objets vieillis, mais recherchés pour l'authenticité de leur origine. Certains objets anciens sont appréciés pas seulement pour le caractère authentique, mais aussi pour leur solidité ; la durée de vie ajoute de la valeur. Il se peut que le vendeur soit en décalage entre la classe de l'objet et le type d'espace marchand dans lequel il les propose.

- Qualité d'expertise

La connaissance de l'objet peut venir d'une ancienne activité, une autre manière d'évaluer et de se référer à des personnes d'expérience ou des professionnels. Le fait d'avoir eu une expérience dans le milieu de la récupération-vente (Emmaüs, brocante, antiquité, etc.) joue également dans l'expertise de l'objet et de son cycle. Progressivement, la qualité du jugement s'acquiert par l'expérience de la vente sur les marchés.

- Valeur en fonction du moment de la journée

C'est en début de séance, au petit matin, que la transaction est la plus fructueuse. Plus le temps passe dans la journée, plus se dessine le risque de l'invendu.

- Valeur en fonction de l'emplacement de l'espace marchand

La définition des temps et lieux (rendez-vous implicites ou explicites, temps du déballage, temps de l'étalage, possibilité de tourner sur le marché, sociabilité de l'espace marchand), sélectionne les règles d'interaction pertinentes. Dans l'ordre des prix, il peut exister un écart de un à cinq entre la partie « sauvette » de la Porte Montmartre du côté du Mail Binet et le carré des biffins, sous le périphérique, et de un à dix entre le déballage du carré et l'étalage de la brocante du côté Saint-Ouen. Il existe une

contiguïté spatiale entre les différents espaces marchands qui facilitent le déplacement et les effets de zone qui marquent des frontières symboliques. Chaque zone correspond à une densité d'échanges par effet de proximité formant un prix de référence pour chaque zone. Il ne dépasse pas quelques euros pour l'espace « sauvette » et quelques dizaines d'euros maximum pour l'espace biffin. Le seuil psychologique du « bon prix » incarne cette frontière. Le bon prix d'annonce est celui qui est juste assez bas pour rendre la vente probable dans la séance. Les espaces marchands sont des écosystèmes vivants qui fluctuent, se renforcent ou se vampirisent avec des effets bordures. Ce sont des espaces entre deux zones un peu hybrides avec leurs passeurs de frontières qui iront d'une zone à l'autre et des casaniers qui ne quitteront pas leur pré carré.

- Valeur en fonction de la clientèle

On n'évalue pas seulement des objets, mais aussi des personnes. Un bon vendeur est celui qui connaît autant ses objets que le profil de ses clients. La présence de cette clientèle dépend de la valorisation de l'endroit, comme par exemple lorsque le marché biffin étant proche des puces, il attire les touristes. Le prix d'un objet est d'autant plus élevé en un lieu, qu'y existe une probabilité d'y trouver des chineurs. La gentrification (embourgeoisement) des quartiers populaires draine aussi sur les marchés un nouveau profil d'acheteur de classe plus aisée. D'un autre côté, les couches moyennes de la population sont confrontées à la précarisation et trouvent sur le marché biffin un allégement de leurs charges.

- Vérification de l'objet

Lorsqu'il s'agit d'objets technologiques nécessitant une source d'énergie, une relation de confiance est nécessaire puisque l'objet peut être difficilement vérifié sur place. La mise en forme ou le nettoyage de l'objet, particulièrement lorsqu'il s'agit de vêtements, apporte une plus-value.

C. Valeur de l'objet en relation au cycle

Le « cycle des objets » détermine la valeur d'échange de l'objet et donc son prix. Ainsi, la différence entre Antiquaire, Brocanteur, Biffin et Sauvette n'est pas uniquement liée à la qualité de l'objet, sa nature intrinsèque ou le statut du vendeur, mais aussi et peut-être principalement au cycle de l'objet de seconde main ou usagé. Plus le cycle est long, plus nous montons dans la hiérarchie sociale, au contraire la « sauvette » connaît un cycle court dicté par l'urgence. On comprendra alors qu'un objet peut voir son prix multiplié par 10 ou divisé par 10 suivant le cycle.

- Valeur en fonction de l'urgence

L'élément principal est la durée entre la récupération et la mise en vente de l'objet. Plus le cycle est court, plus la valeur est réduite. L'acte de « poser » un objet dans l'espace public déclenche un

chronomètre avant l'intervention policière, lorsqu'il s'agit d'espace non réglementé. En sécurisant la place, c'est le cas du « carré des biffins » porte Montmartre, la valeur de l'objet n'est plus indexée sur le temps de pose. Cela a une conséquence directe sur le prix de vente, provoquant également des effets éco systémiques par la séparation de deux marchés entre espace autorisé et non-autorisé, en fonction de la valeur de l'objet et leur mise en concurrence.

- Valeur en fonction de la capacité de stockage

Le fait d'avoir une boutique ou de stocker les objets d'une autre manière offre la possibilité de relativiser le rapport au temps. Lorsqu'il s'agit de boutique, c'est le signe que le vendeur possède un capital économique, ce qui le différencie des biffins. Le problème du stockage se pose tout particulièrement pour les personnes sans toit, itinérantes ou qui vivent en squat ; certains utilisent leur véhicule quand il en possède un ou profitent de l'hospitalité d'une connaissance. Un système original est de négocier des possibilités de stockage sur l'espace marchand lui-même.

4.3 Ecosystème du marché

A. Diversité

Nous faisons le constat qu'il existe une force ou une dynamique qui relie les personnes d'un marché biffin entre elles au-delà de leur diversité, d'autant plus s'il s'agit d'un espace non attribué et réglementé. Sinon, nous ne pourrions pas expliquer comment des personnes peuvent ainsi se regrouper dans un même espace-temps, sans mot d'ordre ou concertation collective préalable, sans adhérer à une organisation ou suivre des habitudes formalisées. Nous avons décrit cet espace singulier comme étant celui d'une transaction dont l'intérêt commun du gain incite vendeurs et acheteurs à co-construire un espace marchand ; c'est-à-dire une situation temporaire, mais relativement stabilisée où les protagonistes s'accordent sur le sens vécu autour d'un processus codifié d'échange. La production de ce processus n'est pas simplement économique et l'économie n'est pas uniquement monétaire. Ce qui se produit également c'est une forme de sociabilité avec des interactions et des tensions, des points d'équilibre et de rupture, comme tout écosystème vivant, à travers trois facteurs principaux garantissant son fonctionnement : la diversité, l'interdépendance, la régulation. Nous évoquions la « force du lien faible » qui caractérise le réseau de la biffe en indiquant que le milieu de la biffe n'est pas vraiment une communauté à la différence des chiffonniers d'antan. Ce n'est pas les liens resserrés qui créent sa richesse, mais la capacité à établir des relations avec des profils socioculturels et des territoires éloignés, d'où la nécessité d'une certaine mobilité.

- Un micro-monde

Nous le vérifions dans l'incarnation de l'espace marchand qui n'est pas un marché de proximité, mais un micro-monde : il réunit des personnes éloignées qui ne se connaîtraient pas autrement puisque

n'étant pas du même quartier, de la même histoire ou de la même culture. L'espace marchand bénéficie en cela des caractéristiques de l'espace public dans lequel il se place. Il permet d'accueillir une diversité dans une relative indifférence, où l'on peut se côtoyer sans familiarité. C'est à la fois un lieu d'invisibilité et de visibilité, d'anonymat et de reconnaissance. L'espace marchand est en cela un lieu unique d'informations et d'échanges, un espace de rencontre où des pratiques, des parcours et des compétences très différentes peuvent se croiser. En fait, l'écosystème de l'espace marchand ne pourrait exister si tout le monde se ressemblait avec les mêmes besoins. C'est la diversité qui est gage d'un champ de possibilités en termes d'interactions renouvelées à l'infini. Les échanges sont possibles et d'autant plus riches que les membres du groupe sont différents. Si la confrontation à cette altérité peut parfois poser des problèmes de voisinages, en particulier les derniers arrivants de flux migratoires, le milieu de la biffe agit comme un monde restreint de par sa surface socio-territoriale mais qui inclut toutes les cultures du monde. Mais paradoxalement, c'est cette même diversité qui génère des tensions à travers la constitution symbolique de frontières ethniques. Autrement dit, la différence qui est une richesse sur le plan interindividuel peut devenir une frontière sur le plan inter-groupal.

- Ethnicité, une construction sociale

La constitution de ces groupes ethniques ne se réfère pas à une description anthropologique. Il s'agit d'une construction sociale mobilisée pour définir un rapport entre proximité et distance. Ainsi parle-t-on des « Chinois », des « Roms », des « Maghrébins », comme s'il s'agissait de groupes unis selon des caractéristiques culturelles communes, alors que cette construction ethnique dépend en réalité du type de rapport marchand entretenu dans un cadre concurrentiel. C'est le cas de ce vendeur qui distribue les bons et les mauvais points aux uns et aux autres en fonction de leur appartenance. Cette vision très stéréotypée en matière de catégorisation, selon des critères comportementaux, est une manière de provoquer une distinction. Paradoxalement cette mise à distance selon une catégorisation n'est pas incompatible avec une sociabilité, voire une certaine convivialité. C'est une manière de gérer son rapport à l'altérité, de la mettre à distance en l'enfermant dans des catégories qui deviennent familières. La mise en avant d'une ethnicité permet de moduler l'opération commune et banale de la transaction en jouant sur les différences dans le moment de la négociation : *« L'altérité est tellement généralisée, que les différences arrivent ainsi à se saturer. La différence ethnique ainsi caricaturée permet en effet d'uniformiser des statuts par ailleurs forts divers. Cela a pour effet de produire des catégories dont tout le monde a pu éprouver le manque de finesse, mais qui, pour les interactions fugaces et souvent sans lendemain propres à la situation marchande, sont bien suffisantes et ont une certaine efficacité communicationnelle*[24] *».*

C'est donc l'ethnicité au sens large qui sert, dans ces circonstances d'échange particulières, à construire une « sociabilité de marché ». Les individus ont besoin d'identifier leurs partenaires, de

[24] La ville marchande. Enquête à Barbès, op. cit.

savoir à qui ils ont affaire, de savoir les situer dans un système d'identifications et de distinctions : *« Parce qu'il s'agit d'échange marchand dans un lieu particulier où tout le monde vient d'ailleurs, chacun semble avoir sa place, pas plus légitime qu'un autre, ni moins d'ailleurs*[25] *»*. L'ethnicité est donc une manière de gérer le rapport de la proximité à la distance pour que finalement les tensions inhérentes à ce micro-monde soient gérables et que l'espace marchand puisse fonctionner comme écosystème. Dans ce rapport à l'altérité, l'étranger, c'est toujours l'autre pour se placer au mieux dans un jeu de concurrence. On est toujours l'étranger de quelqu'un, certains plus que d'autres. Les derniers migrants sont à ce jeu les plus mal lotis. Leurs congénères leur reprocheront de ne pas suffisamment vouloir s'intégrer oubliant qu'eux-mêmes sont passés inévitablement par cette phase d'intégration et d'acculturation. C'est d'abord au 19ème siècle une migration intérieure provinciale de travailleurs pauvres qui vinrent grossir les rangs parisiens, puis les premiers immigrants européens (Belges, Italiens, Polonais, Espagnols), puis les Maghrébins, les Asiatiques, les Indo-Pakistanais, enfin les personnes des pays de l'Est. Les Roms reçoivent un traitement spécifique dans ce rapport entre proximité et distance, peut-être parce qu'ils sont un des plus vieux peuples d'Europe et occupaient le place des marchés au moyen-âge bien avant que la France existe en tant que nation. Paradoxalement, reconnaître l'apport de cette proximité historique les conduit à supporter tous les maux de la terre derrière l'imagerie de « peuple nomade » et devenir le symptôme des dysfonctionnements de l'espace marchand : la désorganisation, le sale, le vol, la concurrence déloyale, etc.

En transformant ainsi des conditions sociales en traits culturels, en chosifiant des comportements qui ne sont pourtant inscrits dans aucune tradition, ils assurent idéalement la fonction de bouc émissaire permettant de souder le groupe contre eux et de les exclure spatialement de la compétition. Autrement dit, un groupe spécifique se charge de toute la culpabilité et de tout le misérabilisme apposé par le regard extérieur sur l'espace marchand. Nous pouvons concevoir à l'inverse si la pression sociale et sécuritaire sur l'espace marchand trouvait autrement une réponse politique, l'écosystème du marché remplirait pleinement sa fonction intégratrice pour les nouveaux migrants. De fait, dès que la relation se fait individuelle et que la construction ethnique laisse place à une interconnaissance, une entraide est possible.

[25] Ibid.

B. Interdépendance et régulation

Nous venons d'observer que l'échange marchand ne transcende pas les appartenances sociales, mais peut favoriser leur régulation. Vendeurs comme clients sont confrontés à l'altérité de l'autre et peuvent entretenir malgré tout des échanges rapprochés. Entre une diversité qui peut pousser à l'éclatement de l'espace marchand et une homogénéisation qui contribue à son enfermement, le propre de l'écosystème est non seulement de réguler ce brassage social et culturel, mais de s'en nourrir. Les deux fonctions complémentaires « interdépendance » et « régulation » entrent en synergie : il y a régulation parce qu'interdépendance et interdépendance parce que régulation. La régulation cherche au mieux l'équilibre entre ce qui est choisi (investir librement un espace marchand) et ce qui est permis (règle de civilité et code de transactions), entre règlement tacite ou officiel et arrangement à l'amiable. L'interdépendance est le principe même de l'échange non-marchand comme marchand. Elle implique les personnes dans un lien de réciprocité. Chacun a besoin de l'autre pour que la transaction ait lieu dans des bonnes conditions. La relation de l'interdépendance à la régulation constitue ainsi la base d'une sociabilité.

- Sociabilité et socialisation

La sociabilité, c'est faire « comme si on se connaissait » tout en maintenant une certaine distance, ne serait-ce que parce que le rapport est éphémère et l'espace marchand lui-même temporaire. Ce sont des relations qui n'ont pas vocation à s'étendre même si elles peuvent se répéter. Elles sont cependant nécessaires au bon équilibre du système qui lui s'inscrit dans un processus dans le temps.

- Équilibre entre privé et public, individuel et collectif

La différence entre l'espace marchand biffin et le supermarché, c'est que dans le premier cas on peut rester sans acheter et que dans le second cas tout est organisé pour circuler au plus vite et acheter. Dans le premier cas, l'espace est modulable et se constitue autour de la relation de transaction, dans le second cas, il est fixe et n'implique pas de relation. La sociabilité est donc une forme sociale de régulation entre différents équilibres : espace privé et public, individuel et collectif.

- Entraide

L'entraide est la forme la plus engagée de la sociabilité dans ce lien de réciprocité. C'est une manière d'indiquer que « tenir son rang » dans l'espace marchand concurrentiel n'est pas incompatible avec « serrer les rangs » face à l'adversité.

5. Rapport au territoire et à l'urbanité

5.1 Espaces populaires

A. Mémoire de la ville

Les marchés biffin et leurs cycles de récupération sont inséparables de l'espace urbain. Il est important de rappeler que c'est l'ensemble du processus de la récupération-vente qui est urbain et pas seulement sa partie émergée, les marchés. Si ce sont les marchés qui focalisent avant tout l'attention et les jugements, c'est qu'ils se déroulent dans l'espace public de la rue qui devient un objet de tension sociale et de focalisation politique. La visibilité dans l'espace public renvoie à de multiples questions du vivre ensemble et de l'urbanité qui ne sont débattues nulle part ou très rarement à l'occasion d'opération urbaine : qu'est-ce qui fait ville aujourd'hui, la place d'une économie informelle et leur rapport à la précarité, les conditions d'une sociabilité urbaine, la négociation d'un cadre de vie dans les quartiers populaires, etc. Les marchés biffin sont alors chargés de tous les maux, et d'une manière générale focalisent toutes les peurs attribuées aux « zones populaires autonomes ». Pourtant, comme nous allons le décrire, la caractéristique des espaces populaires est inséparable des fondations de la ville. Il n'est pas anodin de constater que les marchés biffins ne s'insèrent pas dans n'importe quels espaces. Ces espaces que nous pourrions qualifier « d'intermédiaires » sont intégrés dans des quartiers populaires en proximité d'autres espaces marchands (puces, marché de quartier) et à l'articulation de lieux passages ou de transit qui constituent à la fois des portes symboliques, physiques et historiques.

Lorsque nous raccordons par une ligne les marchés biffins, il se dessine très clairement une géographie des quartiers populaires au nord et nord-est (à l'exception de la Porte de Vanves-Didot au sud). Or, cette ligne emprunte exactement l'ancien « mur des Fermiers Généraux[26] » de 1787 pour rejoindre à ses extrémités les Portes des anciennes fortifications de Thiers de 1844[27]. Cet emplacement est celui, depuis 1973, du « périphérique » qui gèle les limites actuelles. En 1860 furent annexées à Paris les communes qui se situaient entre les deux enceintes, en particulier Montmartre, Belleville Ménilmontant[28]. Ainsi, Paris est une ville qui a grandi en cercles concentriques, dans une

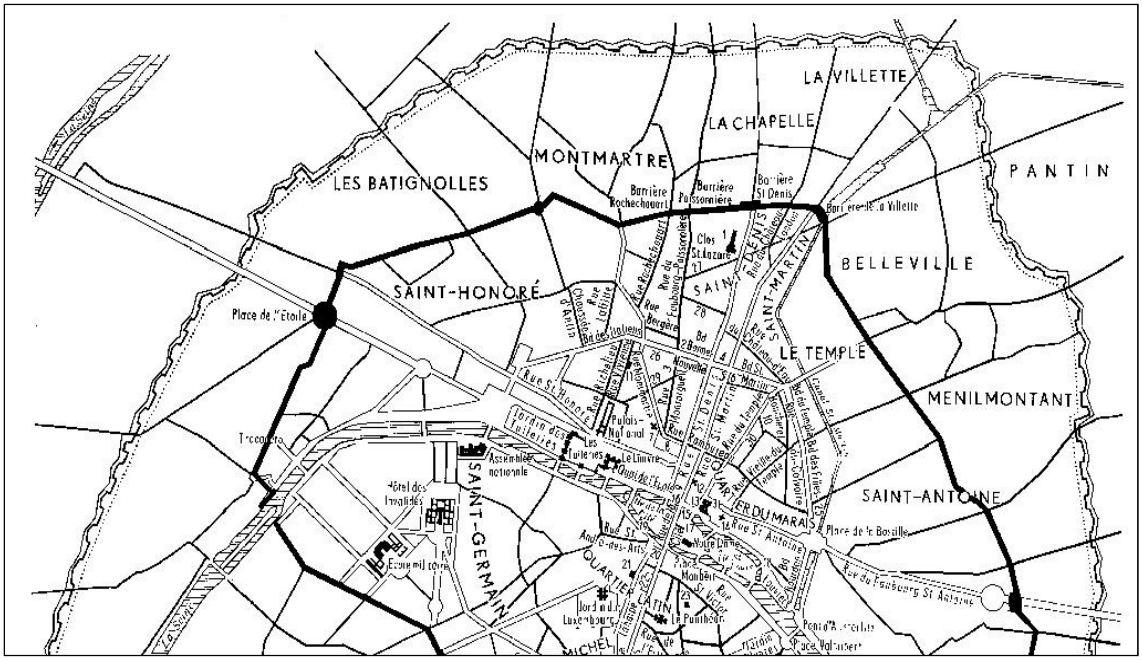
[26] Ce mur n'avait pas d'objectif défensif mais fiscal et administratif puisqu'il marquait la limite de la ville jusqu'à l'annexion des villages limitrophes en 1860. Il était destiné à forcer le paiement à la Ferme Générale des droits (octroi) sur les boissons et marchandises entrant dans Paris, par la voie d'eau ou de terre, et destinées à l'approvisionnement des habitants.

[27] L'enceinte recouvrait à peu près les boulevards des Maréchaux actuels, avec un glacis s'étendant jusqu'à l'emplacement du boulevard périphérique. Cette enceinte de 33 kilomètres était constituée de 94 bastions, 17 portes, 23 barrières, 8 passages de chemins de fer, 5 passages de rivières ou canaux et 8 poternes, formant un anneau non constructible de 300 m de large, l'ensemble doublé par 16 forts détachés.

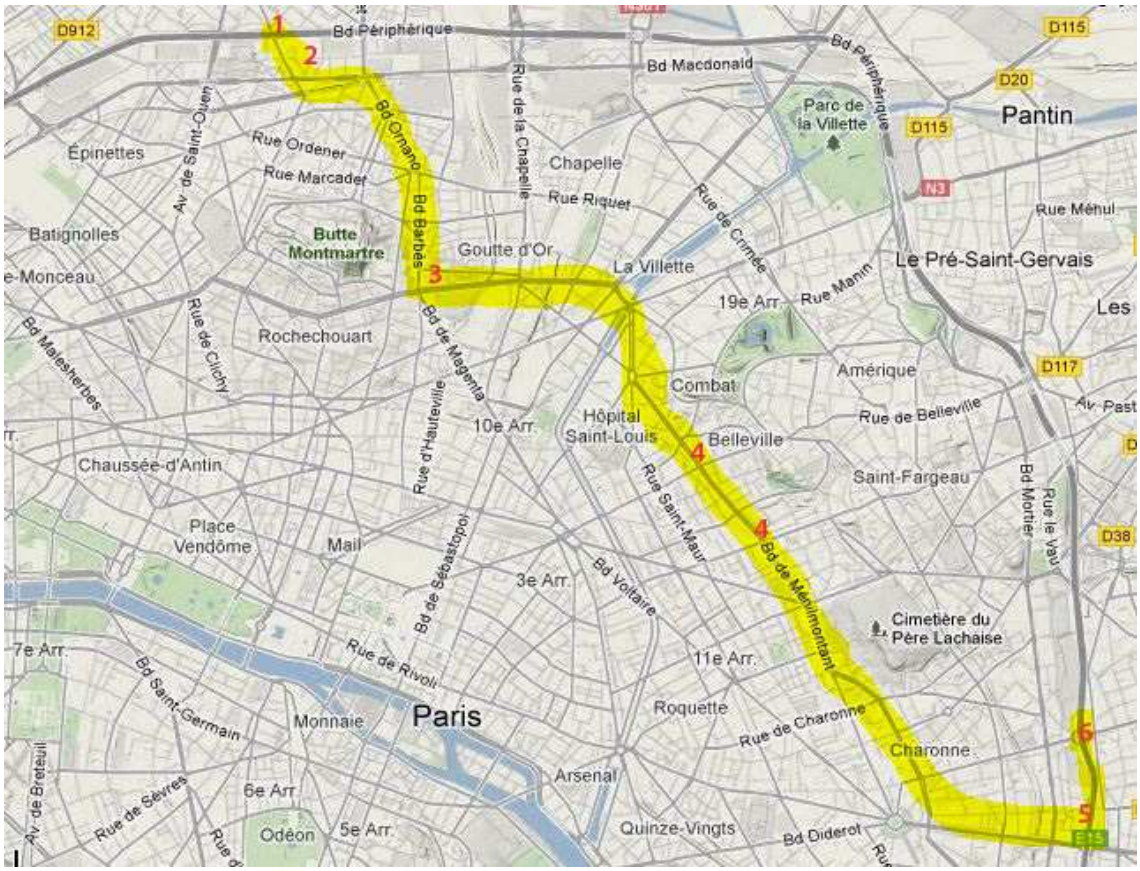
[28] Onze communes sont supprimées : Auteuil, Passy, Batignolles, Montmartre, La Chapelle, la Villette, Belleville, Charonne, Bercy, Vaugirard et Grenelle ; six sont démembrées : Neuilly, le Pré Saint-Gervais, Saint-Mandé, Ivry, Gentilly, Montrouge, Issy; sept autres ne perdent que de petites parcelles. Toutes ces agglomérations s'incorporent entre l'ancienne et la nouvelle enceinte et sont annexées à Paris. Désormais Paris accuse 11 km sur son grand axe horizontal et 9 km sur son axe vertical. Sa superficie passe soudainement de 3370 hectares à 7802 hectares, sa population triple pratiquement, 1 700 000 habitants, un pour 45m².

extension en « oignon » : les différentes couches se superposent, chaque quartier gardant cette mémoire qui se fond progressivement dans l'histoire générale de l'agglomération.

Les enceintes successives de Paris (en gras, le Mur des Fermiers Généraux)



Paris actuel avec la ligne des marchés biffins (indiqués par des numéros)



Le trajet de l'ancien Mur des Fermiers Généraux constitue le terre-plein central des boulevards de Clichy, la Chapelle, la Villette, Belleville, Ménilmontant qui accueille aujourd'hui les marchés populaires de quartiers et les marchés biffins. Les passages ménagés dans cet ancien Mur s'appelaient des « barrières », la plupart des barrières étaient munies de bâtiments (ou bureaux d'octroi)[29]. Ces passages, constituent hier comme aujourd'hui les principaux carrefours de transit entre le Paris centre historique et le Paris populaire périphérique (cela correspond à peu près aux stations de métro de la ligne 2). C'est naturellement et exactement sur ces carrefours que sont établis les marchés. Même oubliée dans la mémoire individuelle des marchands, il existe bien une empreinte territoriale à la fois mémorielle et matérielle signifiée par l'emplacement des espaces marchands. Les marchés aux puces vinrent s'établir aussi logiquement aux Portes (St Ouen-Montmartre, Montreuil, Vanves-Didot) de la dernière enceinte (Thiers) qui dessine le contour actuel de Paris. C'est sur cette zone non-constructible au pied des fortifications qui devint « La Zone » après leur démolition que les chiffonniers, crocheteurs, biffins, chiftires et autres « pêcheurs de lune » élurent domicile suite à leur éviction progressive du centre de Paris.

[29] La rotonde de la Villette à Stalingrad en un des derniers vestiges.

B. Forces centrifuges et centripètes

Bien que rapide, le survol historique nous laisse clairement entrevoir que les espaces marchands se placent exactement à la conjonction de forces opposées centrifuges et centripètes. La force centrifuge repousse du centre-ville les couches populaires sous l'effet conjugué des logiques urbanistiques et patrimoniales visant l'attractivité touristique des territoires, des opérations de réhabilitations des logements accroissant le prix des loyers, des politiques hygiénistes et sécuritaires touchant à l'espace public. C'est un mouvement historique entre Paris et sa Couronne élargissant progressivement l'éloignement des populations par cercles concentriques au fur et à mesure que la capitale absorbait les communes limitrophes. La force centripète se caractérise par l'énorme attractivité des pôles économiques et de la concentration urbaine multiculturelle d'une métropole à dimension internationale. C'est également un mouvement historique qui a d'abord fait migrer sur le plan intérieur les populations rurales et ouvrières, puis au 20ème siècle les populations étrangères recrutées dans les villages pour servir de main-d'œuvre dans l'industrie et le bâtiment. Ces populations en transit, en attente d'une intégration dans un système plus stable à la fois « indésirables et indispensables » se déposent en couches sédimentaires successives dans les espaces disponibles, une sorte de territoire interstitiel dans le tracé de Paris et sa région. Elles furent en premier lieu absorbées au début du siècle dernier par les quartiers populaires et la « Zone » aux limites de Paris, entre les boulevards intérieurs et la Petite Couronne, puis ensuite formèrent dans les années cinquante de grands bidonvilles en proche et moyenne périphérie comme celui de Nanterre pour être finalement relogées dans les cité dortoirs, parfois en grande banlieue sans cohérence urbaine comme la ville-cité de Clichy-Sous-Bois.

Le mouvement centrifuge d'éloignement s'est renforcé à partir de la seconde moitié du 20ème siècle, en lien avec la désindustrialisation de Paris *intra-muros* puis de la petite Couronne. Effectivement, l'ancienne « banlieue rouge » connaît aujourd'hui le même phénomène que Paris il y a un demi-siècle. Le rapport entre forces centrifuges et centripètes est une tension entre la nécessité économique d'avoir à portée de main une main-d'œuvre disponible et flexible, et la volonté politique de la garder éloignée et si possible désorganisée (entre les cités de chiffonniers et les faubourgs « malfamés » en passant par les banlieues émeutières, resurgit périodiquement la crainte des « classes dangereuses »). La logique historique voudrait donc qu'un nouveau cercle se forme aujourd'hui en moyenne banlieue. Nous ne savons si le projet du « Grand Paris » entérine ce fait ou cherche à y répondre, mais il apparaît plusieurs difficultés, voire impossibilités. Déjà sur un plan économique, si la désindustrialisation est un phénomène général, de nouveaux pôles économiques sont apparus : celui du tertiaire (biens et services) puis du quaternaire (capital cognitif et nouvelles technologies), mais aussi d'autres pôles traditionnels n'ont pas disparu et se sont même renforcés. Il s'agit du pôle marchand, en particulier du commerce ethnique ou « ethnic business » convertissant certains quartiers de Paris en plate-forme commerciale[30]. Ces pôles marchands ont pris pour les nouveaux

[30] COSTES Laurence, L'étranger sous terre : Commerçants et vendeurs à la sauvette du métro parisien, L'Harmattan, 2000.

arrivants la fonction d'intégration des industries d'antan. Les espaces correspondant à ces formes économiques, les espaces marchands et les quartiers populaires sont donc toujours actifs et attractifs comme lieux d'accueil tout en préservant ainsi une dimension populaire au sein de Paris.

Ensuite, d'un point de vue administratif, il parait difficile que Paris absorbe la petite Couronne pour en faire une seule entité. Une solution intermédiaire serait peut-être une fusion sous un statut commun des zones limitrophes. Enfin sur un plan géographique et urbanistique, il existe toujours la barrière du « Périphérique » dont la résolution dépend évidemment du point précédent. Il est toujours pour l'instant difficile de concevoir une intégration harmonieuse des espaces marchands sur cette lisière. Nous ne parlons pas uniquement des marchés biffins, mais aussi des Puces et autres marchés forains qui ont pourtant participé énormément à la force économique de Paris et sa renommée mondiale. Ces espaces marchands sont les seuls à permettre un système de transactions de plusieurs milliers de personnes à l'heure et plusieurs jours par semaine, en offrant à la fois une telle densité et une telle diversité entre vendeurs et acheteurs. Nous pourrions dire autrement que l'espace marchand est une hybridation réussie entre une modernité économique dite globalisée et des particularismes culturels locaux.

C. Centralité des espaces marchands

Nous comprenons d'autant mieux maintenant pourquoi les espaces marchands se sont concentrés sur Paris et ses limites comme relation symptomatique de Paris à sa périphérie. Cela nous amène à deux remarques concernant les marchés biffins. La première est qu'il n'est pas possible de décréter administrativement et artificiellement l'emplacement d'un espace marchand, sans comprendre un fonctionnement socioéconomique régional et son histoire. C'est en fonction de cette histoire et d'un certain rapport de forces que les espaces marchands se déplacent. Ainsi, l'implantation de ce type de marché en banlieue n'a pas de sens si nous ne comprenons pas et ne dépassons pas le rapport entre Paris et banlieue. Au même titre, il n'est pas possible de fermer autoritairement un espace marchand sauf à éradiquer l'économie et les quartiers populaires correspondants et se tirer ainsi une balle dans les pieds. La seconde remarque, c'est que ces espaces ne sont pas périphériques, mais centraux, ils ne sont pas marginaux, mais principaux parce ce qu'ils forment une zone d'équilibre comme espace intermédiaire. Autrement dit, il se place du côté de la solution, pas du problème autant comme espace de socialisation et d'intégration culturel que comme espace de développement social et économique sur un territoire.

- Espaces intermédiaires entre proximité et distance

Le marché biffin n'est pas un marché de quartier, c'est un espace transversal. Il agit comme un sas entre des territoires et des personnes de tous horizons, défavorisées ou aisées, de Paris ou de banlieue, françaises ou étrangères qui n'auraient pas l'opportunité de se rencontrer autrement. Il crée de la proximité entre des personnes distantes sans être un espace de proximité affilié à un lieu, c'est

un lieu de passage. Les biffins se comprennent comme une communauté sans proximité. Ils entretiennent un rapport mobile au territoire à travers les marches qui sont des espaces vivants et mouvants *: « Les relations sociales, y compris les relations primaires, ne s'organisent pas forcément en réseaux centrés sur le quartier ; l'extrême mobilité spatiale des individus, rendue possible par le développement des moyens de communication, minimise les contraintes que la distance spatiale fait peser sur l'interaction sociale. L'expression de « communauté émancipée » évoque la liberté des échanges sociaux vis-à-vis de tout ancrage territorial*[31]*. »* Dans la jonction physique du Paris populaire et de l'outre-périphérique, il favorise d'autant la mobilité des personnes qu'il se place exactement *« sur les axes de déplacement de la population qui constituent comme l'ossature, la trame physique de la ville. Ce n'est pas le mot local qui convient en réalité à Paris, mais le mot régional. Les grands chemins de la ville ont toujours guidé les coulées humaines dans leur lente avancée en direction de périphéries qui restaient cloisonnées*[32] *».* Autrement dit, le fait que les marchés se situent géographiquement essentiellement sur le territoire parisien, ne veut pas dire que sociologiquement le phénomène est uniquement parisien ; il est régional et c'est cette dimension régionale qui permet aux marchés parisiens d'exister. D'autre part, les marchés biffins fonctionnent en vases communiquant comme mode de structuration d'un réseau relationnel et espace d'achat vente participant au cycle des objets. Cela n'est possible que si la mobilité est facilitée par des temps de déplacement peu importants et peu coûteux entre les endroits des marchés et les endroits de récupérations. Sur le plan territorial, le rapport entre proximité et distance dépend donc aussi fortement de la densité du réseau des transports en commun. La structure en étoile fait qu'il est plus facile de se déplacer soit dans Paris intra-muros soit de la banlieue vers Paris, mais pas de la banlieue vers la banlieue.

- Espaces intermédiaires entre culture patrimoniale et culture de l'espace

Le propre des espaces intermédiaires est de se loger dans les interstices urbains, c'est-à-dire des lieux sans affectation déterminée ou en attente d'affectation ou aux affectations intermittentes. Cela peut être le cas de terrains vagues, de friches industrielles, de poches non construites. La « Zone[33] », nous l'avons déjà souligné, joua ce rôle historique en accueillant les premières Puces aux portes de Paris et ses modes de construction à la fois organisés et spontanés, artisanaux et collectifs, raccommodant ainsi le tissu urbain entre banlieue ouvrière et anciens villages annexés à Paris. Les espaces intermédiaires ne sont pas des greffons étrangers, ils participent à l'évolution du corps urbain. Mais les terre-pleins centraux des grands boulevards, certaines rues annexes peuvent tout aussi bien jouer un rôle similaire de liaison entre les quartiers.

[31] OFFNER Jean- Marc, PUMAN Denise, (Ss la dir.), *Réseaux et territoires : Significations croisées*, L`aube, 1996.

[32] FAURE Alain, « Un peuple dans sa ville ou le cours d'une longue recherche », *Genèse,* 1/2001, N°42, p. 92-105.

[33] « La zone, espace juridiquement mal défini, institue une césure, même après la destruction des fortifications, entre Paris et sa banlieue » dans MORET Frédéric, « Définir la ville par ses marges : la construction des Fortifications de Paris » in *Histoire Urbaine*, N° 24, avril 2009.

Les espaces intermédiaires n'appartiennent pas à un processus de « déterritorialisation » ou « reterritorialisation ». Ils participent à la manière de gérer autrement le rapport au territoire et son espace public : *« Une rue, mais aussi bien une gare, une station de métro, une galerie commerciale ou un parking, en tant qu'ils sont susceptibles d'être accessibles à tout un chacun, se déploient entre les territoires familiers du chez-soi, comme autant d'espaces de rencontres socialement organisées par des rituels d'exposition ou d'évitement qui n'ont que peu de choses à voir avec la convivialité réputée de la vie de quartier et des relations de voisinage. Et c'est parce que la rue est vécue d'abord comme espacement, comme espace social régi par la distance (distance dans la coprésence), sans présupposer le plus souvent les solidarités et les proximités d'une société d'interconnaissance, qu'elle est le domaine par excellence des relations sociales entre étrangers. Disons que l'espace public qui se construit à partir de ces expériences est l'espace des sociabilités froides et des liens faibles*[34] *».*

Nous pourrions dire autrement à la suite de Michel de Certeau que « l'espace est un lieu pratiqué ». Ainsi, on peut distinguer un lieu, qui est une zone géographique plus ou moins limitée (construite de manière stable, de manière sociale, ayant des fonctions sociales a priori), et les espaces construits socialement, dans les actions et interactions, par une appropriation, voire une domestication. Culture patrimoniale des lieux et culture de l'espace inscrite comme ces espaces intermédiaires dans la rue sont deux manières complémentaires d'envisager la ville. Un réseau comme celui des biffins fonctionne d'abord au présent, seul temps de l'efficacité : sa pertinence exige une discussion du lien social, une remise en cause des inerties, un regard critique sur les façons de faire. Le territoire en revanche s'appuie sur un reçu, symboliquement valorisé, et une histoire, faits de représentations et de mémoire collectives, élaborant un passé. Il s'agit alors de sortir du schéma binaire dans lequel sont souvent enfermés les marchés biffins, entre une ville sous des traits urbains figés et définitifs et des flux toujours mouvants, entre une ville minérale qui se résumerait à la pierre et son pittoresque recomposé et de l'autre une activité humaine plus ou moins vandale sans cohérence esthétique apparente. Il n'y a pas d'un côté des constructions stables et de l'autre des constructions sauvages, d'un côté des « traces nobles » du passé et de l'autre des traces « salissantes » du présent. Les espaces marchands appartiennent plus à une culture de l'espace, mais font partie intégrante du paysage de nos villes, bien que leurs emplacements soient plus ou moins négociés ou tolérés et toujours temporaires. Ce sont des moments de relations particulières qui occupent notre quotidienneté. Une culture du territoire liée à une histoire patrimoniale ne devait pas s'opposer à une culture de la relation. Qui se mesure en fonction de la densité des échanges marchands.

La rue ne devrait pas être une frontière où chaque territoire défend ses prérogatives et s'oppose en termes de gestion et de développement. L'espace marchand ne constitue pas une « occupation » du territoire, bien que l'habitant qui ne s'investit pas dans cet espace et n'en comprend pas les règles peut se sentir « étranger » dans son propre quartier. Les repères comme « habitants du quartier » ou « commerçants de quartier », ne peuvent pas rendre compte d'une situation où vendeurs comme

[34] JOSEPH Isaac, (Textes réunis par), *Prendre place : Espace public et culture dramatique*, (Colloque de Cerisy), Recherches Plan Urbain, 1995.

clients n'ont pas d'attaches locales. Ce n'est pas un territoire d'habitation, mais d'actions. Il ne s'y joue pas une identité locale ni un sentiment d'appartenance comme dans un quartier. De fait, la multiplicité et l'instabilité des formes sociales propre aux réseaux, en particulier celui de la récupération-vente, rendent complexes les interactions avec les territoires. En effet, il s'agit d'un ensemble d'individus se rassemblant avec un minimum d'organisation autour d'une motivation marchande commune. Les espaces marchands sont dans ce sens des espaces-temps centraux instaurant un certain type d'urbanité. Ils sont les poumons de la ville et c'est par ces espaces intermédiaires que la ville respire et aussi se transforme : *« L'animation de la rue, les sociabilités, la vie de voisinage, les équilibres subtils entre vie privée et publique… – nous interprétons tout cela comme les marques évidentes de l'appropriation par le peuple d'un espace où il était chez lui avant qu'on vienne lui demander, au nom de l'hygiène ou autre bon prétexte, de bien vouloir déguerpir*[35] *».*

5.2 Maîtrise d'usage et cadre de vie

A. Prendre place, est-ce illégal ?

Il est assez symptomatique d'opposer Maîtrise d'usage et Cadre de vie. Nous entrons dans tous les cas dans une zone conflictuelle lorsque nous abordons les questions de civilité, de propreté, de sécurité. Une erreur serait de prétendre à une maîtrise sociale par une maîtrise de l'occupation de l'espace, et penser d'une certaine manière « séparer le bon grain de l'ivraie ». En l'occurrence, il s'agirait de vouloir distinguer le marché biffe « authentique » d'une zone illégale de vendeurs à la « sauvette » ou encore croire domestiquer un marché « sauvage ». Il importe en la matière de ne pas séparer les besoins des habitants et des marchands, les impliquer dans la mesure du possible non seulement dans la gestion de l'espace, mais aussi sa conception, particulièrement dans le cadre de la rénovation de leur quartier ou de la réflexion sur le mobilier urbain. Ainsi, les services à la population comme les services culturels, éducatifs, récréatifs, devraient pouvoir contribuer à une meilleure intégration de l'espace marchand et réciproquement. Parler de maîtrise d'usage nous enjoint également à sortir d'une vision à court terme et micro-locale, à se projeter dans un avenir en n'étant pas seulement réactif aux évènements, mais aussi proactif dans une compréhension globale telle que nous l'avons proposé dans le chapitre précédent. Nous sommes en présence d'une diversité de questions (comme celles de la gouvernance et de la propriété) qui requière une approche d'ensemble avec des dispositifs capables d'assurer une concertation et le suivi d'initiatives ; particulièrement entre cette dimension de maîtrise d'usage et de cadre de vie.

La maîtrise d'usage est un concept issu de l'architecture reconnaissant l'habitant expert de son quotidien. Dans les programmes, le maître d'usage s'invite à côté du maître d'ouvrage qui commande et du maître d'œuvre qui réalise. Du moins, ce serait le schéma idéal qui conduit vers une pyramide inversée dans l'ordre des décisions en termes d'aménagement du territoire (architecture,

[35] FAURE Alain, « Un peuple dans sa ville ou le cours d'une longue recherche », Genèses 1/2001 (no42), p. 92-105.

développement local, management de projet, etc.) et la conception d'une autorégulation de l'espace. Mais dans la trilogie maîtrise d'ouvrage, maîtrise d'œuvre et maîtrise d'usage, il n'est quasiment jamais fait appel au dernier plan. Pourtant, c'est bien les habitants, les commerçants, les marchands jusqu'au simple passant qui détiennent en partie la maîtrise de l'espace public et sont donc susceptibles de porter une expertise de sa conception à sa gestion. La maîtrise d'usage devrait être la source d'un processus de développement de la qualité d'usage pour tous. À défaut d'être promue par les usagers eux-mêmes, elle peut être mise en œuvre par le gestionnaire de l'espace dans un cadre le plus participatif possible. Mais dans ce cas c'est la notion de participation qui est interrogée. Passons-nous effectivement d'un modèle vertical à un modèle horizontal ? En quoi les personnes concernées sont-elles véritablement actrices des processus engagés et coproductrices des espaces ? En quoi l'idée de participation perturbe réellement cette vision pyramidale et descendante de l'organisation ? En quoi les rapports du couple politique/techniciens sont devenus plus visibles et plus compréhensibles par les citoyens ?

B. Conflits d'usage

Sans maîtrise d'usage, les conflits d'usages sont difficilement régulés et renvoient au syndrome NIMBY : « Not in my back yard » (« oui, mais pas chez moi »). Derrière l'idée de faire un quartier pour des habitants et non pour des usagers extérieurs, c'est une manière de repousser la résolution de la question en la déplaçant sur un autre territoire et de dresser ainsi des frontières spatiales entre les usages. Ce qui prime alors est une vision normative de l'espace public conçu comme un espace de circulation ou un espace vide sans activité qui serait anormalement détourné par l'espace marchand. Il n'est donc pas rare que des pétitions de résidant demandent l'interdiction des marchés en argumentant une « dévalorisation » de leur quartier. La concentration des commerces et la densité de la fréquentation, en particulier en fin de semaine, entraînent des désagréments que l'on pourrait considérer comme inhérents à la vivacité des quartiers populaires, mais que d'aucuns, comme les nouveaux propriétaires et les édiles, appellent des « nuisances ». Ces velléités d'expulsion traduisent moins pour les habitants concernés leur capacité d'être acteur de leur quartier qu'elles ne sont au contraire le symptôme d'une dépossession à maîtriser leur espace de vie et le fait qu'ils sont peu sollicités pour agir sur leur cadre de vie.

Effectivement, s'ils participaient activement à une mise en commun des différentes conceptions de l'espace public, sous l'égide d'un dispositif d'arbitrage, il n'y aurait pas utilité à opposer les catégories d'usage dans une concurrence entre ceux qui sont habitants et ceux qui ne le sont pas, entre une vision localisée de l'entre-soi et l'anonymat relatif de l'espace marchand. S'agit-il des habitants historiques de ces quartiers ou de nouveaux arrivants ? N'appartient-il pas aux habitants de réhabiliter les espaces populaires dont les espaces marchands sont une des expressions favorisant une conscience collective ? Si la dimension à géométrie variable de l'espace marchand peut compliquer la cohabitation entre les différents usagers du quartier, elle ne peut être comparée à une appropriation violente du terrain fondée sur une hypothétique loi de la jungle, en l'absence de toute organisation

sociale. Au contraire, l'espace marchand induit la force d'un lien social, en partie liée à la possibilité de multiplier les situations de coprésence face à des relations locales plus ou moins disjointes ou surdéterminées par les représentations identitaires d'appartenance. Autrement dit, en opposition des idées reçues, il peut contribuer par sa sociabilité à un mieux vivre ensemble et à construire des identités individuelles plus fortes.

C. Propreté

Un des principaux objets sur lequel se focalisent les conflits avec la sécurité est la propreté. L'on veut bien admettre en préambule qu'un lieu totalement « propre » est un lieu sans présence humaine, car effectivement tout être humain même « propre » laisse une trace du fait même de sa présence corporelle. À ce point de départ, nous pouvons convenir qu'un espace public n'est jamais totalement « propre » et plus il est occupé, plus il comporte inévitablement des salissures. De ce principe s'oppose deux visions, l'une hygiéniste qui considère non seulement que les rues doivent être nettoyées, mais que ce nettoyage doit inclure les personnes indésirables ; l'autre sociale, qui considère que sociabilité et propreté ne sont pas opposées, mais peuvent se réguler en acceptant un certain degré de salissure. Dans le premier cas, la salissure est considérée comme une dégradation, dans l'autre comme un élément systémique. Dans les deux cas, nous comprenons que la propreté désigne tout d'abord un rapport, et non pas la qualité en soi d'un lieu. La saleté naît de la confrontation avec le propre, ce qui montre bien son caractère relatif et différentiel, et la réfère à un système général. Le sale est souvent rapproché au supposé manque de maîtrise de l'espace et nous retrouvons ici la problématique de la maîtrise d'usage. La négligence ne pousse-t-elle pas au laxisme, la salissure à la protestation, l'occupation à la contestation ? Ainsi, le sale est assimilé au désordre, à la provocation, à la marginalité et le propre naturellement à l'ordre. Un espace vacant ou abandonné est censé attirer les déchets et réciproquement un endroit où existent des déchets est considéré comme abandonné. Cependant, la question qui se pose est de savoir si le mode de gestion d'un espace privé collectif est le même que celui d'un espace public : *« À la fois l'espace vacant attire le déchet, et la présence de déchets a une influence sur le statut du lieu : le déchet fait de l'espace ainsi investi un espace dégradé et qui ne pourra plus servir qu'à accueillir ces déchets. Un des enjeux pour le concierge est donc de ne pas laisser d'espace vacant dans les parties communes de l'immeuble. Prenant acte de ce que les déchets s'immiscent dans des espaces vacants, certains concierges entreprennent de remplir d'objets tout espace commun n'ayant pas de fonction clairement assignée*[36]*. »*

Peut-on dans l'espace public comme le concierge dans son immeuble « remplir l'espace » pour éviter qu'il ne soit occupé autrement ? La tentation est grande ainsi de remplir la rue par un mobilier ou dresser des barrières selon le principe que si le vide appelle le plein, le plein permet aussi de faire le

[36] BERTOLINI Gérard, *Les déchets ménagers, entre privé et public. Approches sociologiques*, L'Harmattan, 2002.

vide. Cette apparente maîtrise par le plein ou le vide fait cependant abstraction de l'humain qui finalement est seul à pouvoir garantir une maîtrise de l'espace. L'espace public n'obéit pas à des règles mécaniques, mais interactionnelles et systémiques, si l'on peut vider des déchets de l'espace on ne peut pas en vider l'humain sauf à considérer l'humain lui-même comme un déchet : *« La triade "propreté, ordre et beauté" que Freud (1929) définit comme celle de la civilisation, on peut en reconnaître l'assomption dans la figure de l'État et suivre le cheminement conjoint des politiques d'assainissement visant le vagabond et l'ordure. Les vagues d'épuration successives sont autant d'indices du rapport d'une société à ses déchets. Les mendiants, les pauvres, les infirmes sont convoqués au balayage des rues, les forçats entravés se voient attribuer la mission de purification de la ville. Ces dispositions signalent la persistance du principe de l'épurement, la survivance des purges anciennes mues par la crainte des déchets qui menacent le corps physique et le corps social de quelque inexorable décomposition*[37] *».*

Une dérive peut s'opérer dans certaines visions hygiénistes qui assimilent volontiers la ville à un corps parcouru d'artères que l'on veut propres et saines. Il s'insinue alors la peur de la contagion, selon la métaphore de la maladie ou de la gangrène. Accepter des marchés de la récupération serait d'une certaine manière favoriser un pourrissement de la ville par simple effet de proximité. Le déchet renvoie à l'espace intime, à ce que l'on rejette. Il est difficile alors de le laisser exposé aux yeux de tous. La récupération a toujours été assimilée aux déchets et les déchets à la saleté. On veut bien reconnaître au biffin la fonction utile de recycleur, il n'en demeure pas moins une répulsion vis-à-vis de l'objet du recyclage. Étaler ainsi dans l'espace public les déchets de la consommation dévoile ainsi ce que personne n'est disposé à voir. Quant à la gestion interne du marché, les biffins sont les premiers à reconnaître la nécessite d'une régulation avec la possibilité de négocier les moyens correspondants. On peut rétorquer que les conditions d'hygiène sont liées aux conditions dans lesquelles sont maintenus certains espaces marchands comme l'accès à des toilettes publiques adaptées ou des conteneurs poubelles. Maintenir certaines conditions de saleté est une autre manière d'indiquer que c'est l'espace et ces occupants qui sont sales. Les conditions d'interventions policières ne facilitent pas pour les vendeurs à la sauvette la possibilité de rendre la rue propre. Difficile d'une manière générale de responsabiliser à la gestion de l'espace si sa présence se caractérise avant tout par une gestion de l'incertitude. De même, l'absence de possibilité de stockage des objets en fin de journée réduit le cycle de l'objet.

D. Sécurité

La question de la sécurité n'est pas profondément différente dans son traitement que celle de la propreté. Il y a d'ailleurs souvent confusion ou collision entre les deux. Au même titre que la saleté serait révélatrice d'un désordre, elle peut l'être d'une délinquance.

[37] LHUILIER Dominique, COCHIN Yann, *Des déchets et des hommes*, Desclée de Brouwer, 1999.

- Saleté et insécurité

Il est donc attribué toutes les conséquences néfastes aux déchets : de l'incommodité de la vue à la propagation de virus et de la souillure physique à la souillure morale, le pas est vite franchi. Les questions d'ordre public et de propreté sont souvent assimilées. Une rue malpropre participe au sentiment d'insécurité, même si un sentiment d'insécurité vécu n'est pas en rapport avec le vécu d'un danger réel. Une rue « sale » est-elle une rue où existe plus d' « insécurité ». Peut-être laisse-t-elle le sentiment d'un abandon ou d'un manque de contrôle des autorités publiques et collectivités territoriales, d'où le sentiment d'insécurité ? : *« Il existe dans l'imaginaire une confusion entre saleté et insécurité qui va justifier une forte suspicion de la part des pouvoirs publics, mais aussi des plus nantis à l'encontre des habitants de ces zones de relégation, et en particulier de ceux qui vivent des déchets. Corrélativement, la disqualification sociale des quartiers où les "intouchables" résident est inhérente à leur présence*[38] *».* Les deux éléments sont aussi liés objectivement d'une manière rétroactive puisque les conditions d'intervention policières font que les marchands sont bien souvent contraints en se sauvant de se délester de leurs affaires qui traînent alors sur place, accroissant ainsi de manière circulaire le sentiment de désordre. S'il n'est aucunement prouvé que saleté et insécurité sont liées dans une relation de cause à effet, il est possible que certaines théories sécuritaires contribuent à établir ce lien comme celle de la « tolérance zéro ». Selon cette théorie, il existe une chaîne entre petites incivilités et début d'infractions, puis entre infractions et délits, etc. Il faut donc réprimer la moindre incartade à l'ordre public sous peine qu'elle dégénère en actes plus graves. Appelé également « théorie de la vitre brisée », selon laquelle le vandalisme contribue à une escalade vers une délinquance, ce lien de causalité mécanique est critiqué par des chercheurs comme des praticiens en commençant par certains policiers eux-mêmes : *« les violeurs et les tueurs ne mettent pas le cap sur une autre ville lorsqu'ils constatent que les graffitis disparaissent dans le métro*[39] *».* Bien qu'aucun lien ne soit avéré, constatons que la mise en relation entre malpropreté, insalubrité et insécurité est une donnée historique qui a justifié au 19ème et 20ème siècle l'exclusion des chiffonniers du centre de Paris.

- Insécurité réelle et sentiment d'insécurité

Est-ce que le caractère non légalisé des marchés favorise les pratiques illégales ? C'est un débat récurrent. Notons en premier lieu que le cycle de l'objet dans la récupération vente et sa partie visible, le marché biffin, ne sont ni des pratiques clandestines, ni l'objet d'organisation structurée et souterraine. Elle ne peut se confondre à ce titre à la petite délinquance dans l'espace public (vols) ou les réseaux de stupéfiant, de recels, voire de prostitutions. Il ne peut pas y avoir d'amalgame ni de relation de cause à effet entre ces deux types d'économies et cela même si elles devaient se croiser

[38] GONZALEZ-LAFAYSSE Linda, « Les chiffonniers bordelais à la fin du 19ème siècle », *Ethnologie française*, 3/2010 (Vol. 40), p. 521-530.

[39] WACQUANT Loïc, Punir les pauvres : Le nouveau gouvernement de l'insécurité sociale, Agone, 2004.

dans le même espace comme cela peut arriver dans tout espace public. Pourtant, c'est cet aspect supposé criminogène et contagieux qui est mis en avant pour justifier l'usage de la répression.

Voici à titre d'exemple deux visions opposées (présentée à la mairie du 18ème arrondissement de Paris et dans Le Monde) sur une même réalité à propos des Puces de Saint-Ouen, et de ses environs :

« La vente à la sauvette mène à la constitution de véritables marchés parallèles, illégaux, ouverts à tout moment, hauts lieux de trafics et de pratiques clandestines. La petite criminalité (vols, agressions) avec ses pratiques illégales (usage de stupéfiants, trafic et pratiques commerciales louches)… tend à dégrader l'environnement social, à attirer ou à créer une population marginale ou à grandes difficultés, à accélérer ou aggraver les problèmes sociaux de comportement, etc.[40] »	« Il n'y a pourtant pas de problèmes sérieux de sécurité. Philippe Massoni, préfet de police de Paris, rappelait, le 26 juin 2000, devant le Conseil de Paris, que « sur plus de 5 000 délits de voie publique dans le 18e arrondissement, seuls 29 ont été commis dans le secteur parisien des Puces ». C'est pourtant encore là, avenue de la Porte-de-Montmartre, que se perpétue la tradition du déballage sur le trottoir, malgré les patrouilles de police. Elles obligent les vendeurs à la sauvette à remballer précipitamment leurs marchandises[41] ».

Alors, est-ce que les Puces favorisent une petite criminalité avec des pratiques illégales ? : *« Le sentiment d'insécurité recouvre plusieurs aspects : il naît de la peur de l'atteinte aux biens et aux personnes, mais il est également nourri par l'environnement : le bruit, le manque d'hygiène qui sont vécus comme un déclassement social renvoient à ce sentiment sans pour autant que le nombre d'agressions ou que l'insécurité réelle soient si importants. Selon les renseignements fournis par les services de police et par comparaison avec des concentrations humaines de même ordre de grandeur, le marché aux Puces de Saint-Ouen ne paraît pas, globalement, s'écarter très anormalement des taux de petite délinquance habituelle. Il semblerait que les origines de cette insécurité se trouvent dans les caractéristiques mêmes du quartier. Il figure en effet parmi l'un des plus pauvres de la commune, il concentre une population assez fragile, jeune et relativement touchée par le chômage[42] ».*

- Efficacité de la politique répressive

[40] DUCLOS Mélanie, « Pour ne pas être "de l'autre coté de la barrière", Le marché de la Porte Montmartre », *Université Paris Diderot Paris 7, UFR Sciences Sociales – Laboratoire URMIS*, 2011.

[41] DE CHENAY Christophe, « Les Puces de Clignancourt indisposent parfois Saint-Ouen », *Le Monde* du 05 Août 2000.

[42] *Ibid*.

Comme le souligne encore Tiphaine Chatton à propos des vendeurs à la sauvette dans le métro : *« En dépit de toutes les mesures répressives adoptées depuis les années 70 à nos jours (rafles de police, droit de saisie, remplacement du droit de saisie par le paiement d'une indemnité forfaitaire, rétablissement du droit de saisie), le nombre de vendeurs à la sauvette (après des diminutions passagères) augmente. Les mesures répressives de quelque nature qu'elles puissent être ne paraissent pas agir durablement sur cette population. La répression ne peut rivaliser avec des personnes démunies : aux Français "nécessiteux" d'origine succéderont plus tard des migrants récemment arrivés en quête d'un emploi ; aussi, quelle que soit l'époque, la vente à la sauvette sera généralement vécue comme l'unique moyen de contourner la mendicité, comme remède de fortune contre la misère. En la pratiquant, les vendeurs n'auront donc jamais rien à perdre. La richesse du terrain permet également aux vendeurs à la sauvette de sans cesse s'adapter à de telles mesures, ou de les contourner*[43] *».*

Penser qu'éradiquer la sauvette serait gage de sécurité entretient une vision d'occupation au territoire qu'il faudrait civiliser ou reconquérir. Cette même conception pour les marchés biffin est non seulement inefficace et contreproductive, mais provoque des effets indésirables opposés aux résultats escomptés. Sur le terrain, l'effet de l'intervention est de courte durée, car le déballage mobile des biffins se poursuit en amont et en aval de l'itinéraire de la patrouille.

- Permettre par la négociation la régulation des marchés

Comme nous venons de le remarquer, vider les rues n'est pas gage de sécurité. Au contraire, la sécurisation de l'espace passe par son humanisation, la réintroduction d'une présence aussi bien dans l'acceptation des biffins que des forces de l'ordre, du personnel de sécurité, de la voirie, etc. C'est aussi une manière de s'ajuster à une demande visant l'amélioration de la qualité de service offert aux différents usagers de l'espace public et des riverains. Le marchand comme son public a le même intérêt : que l'échange se déroule dans les meilleures conditions. Tous les biffins aspirent à la tranquillité comme il est dans l'intérêt pour tous que l'espace soit sécurisé. Nous pouvons ainsi envisager autrement que l'espace de sociabilité de la biffe assure comme espace relationnel une protection face aux incertitudes inhérentes à l'espace public. Non seulement, l'espace marchand ne vit pas de l'insécurité, mais il a besoin d'une certaine stabilité pour développer sa technique de vente. D'une certaine manière, plus l'espace offre la possibilité d'une autorégulation, plus la sécurité est garantie.

Une régulation de la part des biffins assure des droits et impose des obligations. Nous pouvons tout à fait concevoir des formes de régulation sans hiérarchie durable ni leader imposé, sans que cette souplesse s'oppose à une certaine rigueur. Si l'on veut bien comprendre que l'espace marchand fonctionne comme un écosystème, toute personne nuisant à la régulation de l'écosystème est

[43] *L'étranger sous terre : Commerçants et vendeurs à la sauvette du métro parisien*, op.cit.

considérée comme un « intrus » par les acteurs eux-mêmes. Ainsi, l'espace peut se construire et se structurer de telle sorte qu'un usager soit amené à en respecter implicitement les règles et, dans le cas contraire, lui faire comprendre soit qu'il est indésirable dans cet espace spécifique soit l'amener à négocier son installation. Le but est de partager le sentiment d'une responsabilité collective avec un droit de regard sur un espace commun et partagé. Ils y assurent ensemble la sécurité en y exerçant un contrôle social sur les allées et venues. Il n'y a pas mieux qu'un biffin pour savoir au premier regard qui est un biffin. Malgré la relation anonyme qui est un principe de l'espace public, chacun connaît l'autre qui vient poser ses affaires à proximité. Et pour les cas avérés de vol, recel, alcoolémie avancée et autre désordre public tombant sous le coup de la loi, ils peuvent aménager une interface pour que les forces de l'ordre puissent accomplir leur mission dans un climat aussi serein que possible.

En ce qui concerne la police, au lieu de pourchasser les biffins, les forces de l'ordre devraient davantage pouvoir s'appuyer sur eux si leur mission est bien celle de « gardien de la paix » , ce qui n'est pas possible dans une confrontation répressive qui ne peut qu'exacerber les tensions. Cela implique deux orientations incontournables et complémentaires.

6. L'économie du recyclage

6.1 Bref rappel historique du recyclage des déchets

A. Définition d'un déchet et de son traitement

Les marchés constituent une entité hybride, à la fois humaine, urbaine, culturelle et économique. L'ensemble s'inscrit dans une question d'ensemble, c'est-à-dire sociétale et non pas seulement sociale en terme d'insertion de populations défavorisées. Le fait que le marché biffin ne soit pas uniquement ou simplement un marché de la pauvreté, mais une forme économique cohérente, ne devrait pourtant pas étonner. En effet, comme nous l'évoquions, à une époque pas si éloignée, la biffe, même dévalorisée, était considérée comme une activité pleine et entière appartenant à l'économie du recyclage. Il s'est ensuite produit un décrochage du cycle industriel, dans le court du 20ème siècle, entériné par l'interdiction légale du « chiffonnage », qui finalement a poussé la biffe dans la marginalité, dont la prise en charge était destinée à quelques œuvres caritatives. Cependant, la biffe n'a jamais disparu de l'espace urbain, à travers la vivacité des quartiers populaires et de leurs espaces marchands. Prétendre aujourd'hui que ces espaces marchands sont nouveaux n'est donc pas vraiment exact. Ils ont été tout au plus oubliés ou ignorés. C'est moins la présence des marchés que le gonflement de leur volume depuis quelques années, par l'extension de la précarité et l'afflux de nouveaux migrants, qui a réactivé aujourd'hui publiquement le sens de la présence des récupérateurs-vendeurs. Nous proposons de réactualiser la réflexion et les propositions qui concernent l'économie du recyclage, non pour revenir au temps des chiffonniers, mais pour aborder autrement une socio-économie urbaine, dans une approche complexe interdisciplinaire. Cela nous semble être la seule manière pertinente pour apporter des éléments de préconisations.

Est un déchet aux yeux de la loi[44] *« tout résidu d'un processus de production, de transformation ou d'utilisation, toute substance ou matériau, produit ou plus généralement tout bien meublé ou abandonné ou que son détenteur destine à l'abandon ».* Le déchet est donc uniquement conçu à travers sa production ménagère ou industrielle, mais pas comme production sociale ; c'est-à-dire la manière dont ces matériaux sont considérés comme déchet et prennent une place sociale : *« La structuration et la hiérarchisation sociale, dans les sociétés qui donnent la primauté à la production, sont ordonnées autour des échanges liés à la vie économique et à la distribution des richesses : elles distinguent les productifs et ceux relégués hors des réseaux de fabrication des ressources et de la reconnaissance sociales[45] ».* Le changement de statut que connaît l'objet, quand il est jeté, le fait basculer dans un autre « monde », celui de la non-vie, de la non-marchandise. Il en découle alors une approche essentiellement technique en termes d'élimination. : collecte, transport, stockage, tri,

[44] La loi-cadre n°75-633 du 15 juillet 1975 instauran t le principe pollueur-payeur et l'obligation pour les communes d'effectuer le ramassage des déchets ménagers.

[45] *Des déchets et des hommes*, op.cit.

traitement, etc. C'est donc à travers la question des coûts que les problèmes du recyclage sont notamment discutés. Cela oriente le traitement des déchets, qui ne sont pas intégrés comme des éléments appartenant à la globalité d'un processus autant social qu'économique. Ainsi, nous pouvons concevoir que le meilleur déchet est celui qui doit être éliminé pour ne plus exister. Le circuit habituel du détritus le conduit donc de l'espace privé à l'espace public, de l'espace domestique à la rue, du centre aux espaces périphériques en marge, en tant qu'espaces plus ou moins institués comme lieu de dépôt et d'abandon.

B. Période d'intégration de la biffe

Il est assez symptomatique de constater, que ce qui aujourd'hui est appelé « déchet », était considéré initialement comme matière première. Le chiffonnier a constitué l'archétype du travailleur du déchet, qui a été après la Révolution une activité-clé pour l'approvisionnement de l'industrie en matières premières à travers deux matériaux principaux : le chiffon ou étoffe d'origine végétale qui entrait dans la confection du papier et l'os qui entrait dans des fabrications très variées. Les chiffonniers glanaient encore bien d'autres objets et matières urbaines : les flacons ou fioles vides, les métaux appelés « mitraille du chiffonnier », les plus prisés étaient le plomb, le cuivre, l'étain, le platine et l'or, extraits des cadres dorés, des boutons, des brisures de vaisselle et des boîtes métalliques. Un rapport officiel de 1903 évaluait entre 10 et 15 % la fraction de matières prélevées par les chiffonniers dans les déchets ménagers parisiens. Les chiffonniers parisiens sont assujettis au port de la médaille délivrée par la préfecture de Police par l'ordonnance du septembre 1828 : 11 767 chiffonniers sont enregistrés en 1872. Néanmoins, le nombre de médailles en circulation ne reflète pas celui des ramasseurs évalués à 25 000 en 1851 et 41 000 en 1886. En 1907, on affirme encore que dans le département de la Seine 65 000 personnes vivent du chiffonnage. À la fin du 19ème siècle, en France on estimait à environ 100 000 le nombre de chiffonniers et à 500 000 celui des personnes qui en vivaient directement ou indirectement : ramasseurs des rues, marchands d'habits, ouvriers de l'effilochage, du traitement des os, des graisses, des verres cassés et des ferrailles.

Cette activité s'est intensifiée et s'accompagne d'une hiérarchisation du métier. Les rangs sont attribués à chacun en fonction de l'importance du contact : le ramasseur, le coureur, le placier, le balayeur, le trombelier (aujourd'hui conducteur de benne), le maître-chiffonnier, etc., chacun prend place dans une hiérarchie qui positionne à son sommet ceux qui sont dispensés d'une manipulation de l'ordure. À la base, le ramasseur, sans zone de collecte attitrée, parcourait de longues distances pour prélever de quoi remplir son sac avec des rebuts ménagers abandonnés sur la chaussée. Le ramasseur était promu coureur, lorsqu'il pouvait s'équiper d'une panoplie traditionnelle : une hotte, une lanterne et un crochet qui servaient à retourner et écrémer les détritus. Ce crochet ayant pour nom argotique la « biffe », les chiffonniers furent baptisés « biffins ». D'autres noms et statuts enrichissent le vocabulaire professionnel : entre les piqueurs qui travaillent, comme leur nom l'indique, nuitamment ; les secondeurs, pour lesquels il s'agit souvent d'une activité annexe, viennent fouiller à la fin de la nuit les tas déjà visités ; les gadouilleurs, quant à eux, vont jusqu'aux voiries (dépôts) à

boues[46] ; les placiers apparaissent dans les années 1850, ils sont sédentarisés parce qu'ils ne travaillent que dans quelques rues dont il fait son territoire, par opposition au coureur ; enfin, trônaient les maîtres-chiffonniers, propriétaires de hangars et d'énormes bascules. Ils employaient des ouvriers. L'identité professionnelle collective a ceci de paradoxal que, d'une part, elle est fondatrice de la corporation, parce qu'elle permet de dépasser ou plutôt de contourner la stigmatisation étiquetant un « sale boulot » et motive aussi la défense d'une profession ; mais, d'autre part, elle masque les écarts de positions socioprofessionnelles au sein de la communauté.

C. Période de séparation de la biffe

L'agriculture et l'industrie se désintéressent progressivement des matières premières urbaines et mobilisent d'autres ressources extraites des entrailles de la terre. L'imbrication de ces activités, caractéristique des deux premiers tiers du 19ème siècle, se traduisait par une très grande proximité spatiale qui facilite les échanges ; elle a tendance à disparaître au profit d'une spécialisation spatiale. La filière de la récupération se mécanise et se rationalise, avec l'introduction des poubelles[47] et du broyage des déchets. La mécanisation et l'industrialisation entraînent parallèlement une baisse relative des coûts de production des objets neufs. Par exemple, la benne à compression ou benne-tasseuse, employée à Paris à partir de 1936, conduit à l'éviction des chiffonniers-tombereautiers, dont l'utilité était déjà compromise par l'utilisation de bennes fermées. La mécanisation progressivement accrue des opérations de traitement de l'ordure trace la voie de métiers plus techniques, plus valorisants. L'image de la profession se modifie et la médiation de l'outil, de la machine, introduit une distance aux déchets et conforte l'impératif d'évitement. La niche économique qui abritait la récupération s'estompe. Certains chiffonniers se réorganisent autour de la vente directe du produit de leur activité. Ils créaient par exemple des associations et des coopératives, louent des entrepôts pour trier, conditionner et vendre leurs marchandises sans passer par des maîtres chiffonniers. Ainsi, les professionnels des résidus se mobilisent, mais le développement industriel étrangle progressivement les entreprises de la récupération manuelle et du recyclage : qui apparaissent à cette époque plus couteuses. La consommation des ménages change également, abandonnant les produits recyclés au profit du prêt-à-porter bon marché. Les chiffonniers sont concurrencés par d'autres professions qui leur enlèvent une partie de la récolte, comme les chineurs et brocanteurs qui ne travaillent pas dans la rue et les œuvres caritatives qui se lancent dans la récupération. En même temps, les chiffonniers ne sont plus perçus comme des ouvriers certes en bas de l'échelle, mais reconnus comme des agents

[46] L'origine des boues est double : la maison d'une part, la rue d'autre part . Elle est produite par la terre, les excréments, les eaux croupies, les résidus ménagers, le crottin des chevaux, le lisier des porcs et les fientes des volailles. Les boueux, ancêtres des éboueurs remplissaient les voitures à l'aide de pelles en bois. Boueurs, boueux, gadouilleurs, éboueurs, agents de la salubrité publique, ripeurs : que de noms successifs pour désigner une profession souvent méprisée.

[47] Le 24 novembre 1883 donc, le préfet de la Seine, Eugène Poubelle, signe un arrêté qui impose aux propriétaires d'immeubles de mettre à disposition de leurs occupants une boîte (voire plusieurs) - dont le volume, la forme, etc., sont imposés - dans lesquelles ils déposeront le matin leurs ordures, à l'exception des « débris de vaisselle, verre, poterie, etc. provenant des ménages » et des coquilles d'huîtres. Ces boîtes seront sorties juste avant le passage du tombereau (entre 6 h 30 et 8 h 30 l'été, et rentrées au plus tard un quart d'heure après. En outre, interdiction est faite aux chiffonniers de les répandre sur la voie publique afin de procéder au tri. L'arrêté est révisé, et la nouvelle mouture du 7 mars 1884 permet aux habitants de descendre leurs ordures à partir de neuf heures du soir.

économiques utiles, à un groupe relevant des pauvres, de l'aide, dans le cadre de politiques hygiénistes et misérabilistes.

D. Et maintenant ?

Les consommateurs, crise et conscience écologique aidant, redécouvre l'intérêt des produits recyclés par rapport aux produits manufacturés, qui sont davantage solides, réparables et durables. Effectivement, la société industrielle génère des objets de plus en plus éphémères. À partir des années 1960, les fabricants optent pour l'« obsolescence programmée », afin d'accélérer la rapidité de remplacement. À peine abimés ou cassés, les objets passent à la poubelle alors qu'ils pourraient prétendre à poursuivre leur existence. Si l'ère industrielle du recyclage a exclu les corps intermédiaires de la récupération, notre ère « post-industrielle » peut d'une autre façon les réintroduire, sans pour autant considérer la biffe comme une sous condition ouvrière, mais au contraire une activité innovante. L'économie du recyclage en France reste encore très en retard en 2008 par rapport aux autres pays industrialisés ; seulement 13 % de nos déchets ménagers bénéficient d'une seconde existence. Pourtant, « les ramasseurs indépendants constituent une main-d'œuvre peu coûteuse et les matériaux provenant des ordures sont nettement moins dispendieux que ceux importés. Ainsi, ce « secteur informel », dont l'activité semble marginale pourrait jouer un rôle économique essentiel : *« Il contribue également à la réduction du flux des ordures. Les initiatives populaires pour se prendre en charge en valorisant les potentiels locaux contribuent à un mieux-être et à renforcer la dignité des protagonistes*[48]*. »* Nous pourrions imaginer de développer une économie du recyclage qui s'appuie sur le réseau et les compétences des biffins et leur esprit de « travailleur indépendant ». Cette intégration économique devrait alors gérer de manière plus rationnelle les articulations entre le marché de la récupération et les services publics officiels. Ce processus implique de reconnaitre les biffins comme une forme d'innovation sociale et de penser une co-responsabilité de maitrise d'usage des espaces marchands. Dans cette optique, l'apport de l'expérience des pays dit « émergeants », ceux d'Amérique latine et d'Afrique en particulier, serait d'une grande utilité[49].

6.2 Récupération et tri dans le circuit de la biffe

A. Biographie d'un objet

Si la partie émergée visible de l'espace marchand est la place du marché et son espace de transaction, le circuit de l'objet commence avant, dans la manière dont il est récupéré. L'espace de récupération de l'objet est assez particulier puisqu'il se situe au point précis où l'objet change de

[48] SILGUY (de) Catherine, *Histoire des hommes et de leurs ordures : Du Moyen âge à nos jours*, Le Cherche Midi, 2009.

[49] Comme par exemple au Brésil où le traitement des déchets repose largement sur une organisation traditionnelle informelle employant près d'un million de personnes. Au début des années 1990, une fédération des professionnels du recyclage a soutenu la formation d'associations contribuant ainsi à la structuration du secteur informel des chiffonniers.

statut. Il existe une problématique du tri qui est encore très mal résolue en France, comme le note les travaux du CNID (Centre National d'Information sur le Déchet) : *« On fait du tri qui ne sert à rien. Un tri qui coûte cher parce qu'il y a une partie qui est renvoyée dans les pays étrangers pour être retraitée et après il reste pas mal de choses, tout est mélangé, on est vraiment défaillant dans le traitement des déchets et dans la démarche écologique dans ce sens-là. Parce que ça coûte super cher et que les grosses entreprises des traitements de déchets elles sont payées par les mêmes producteurs de produits qui génèrent ces déchets-là ».* Nous avons vu que le tri a été principalement pensé de manière technique et industrielle, mais nous pouvons imaginer un espace intermédiaire où l'objet ne soit pas encore un « déchet ». C'est cet espace qu'occupe les biffins en récupérant : *« Le déchet est un objet transitoire, un objet qui se situe entre une utilité qui le "maintient en vie" et un rejet qui signifie la fin de "sa vie sociale". Il est aussi un objet de transaction sociale, qui permet de se mettre d'accord sur ce qui relève de l'intime, du privé, ou du collectif. Trier, jeter, ou garder font donc partie du processus constitutif de la construction identitaire*[50] *».*

En effet, un objet a plusieurs vies, il a une histoire et il est donc possible d'en faire une biographie. Par exemple, un objet utilitaire est une marchandise achetée neuve ou d'occasion dans le commerce, puis il rentre dans la sphère privée de la cuisine ou du garage, voire intime sur l'étagère du salon. En entrant dans cet espace, il adopte une fonction et un sens précis qui peuvent d'ailleurs changer dans le cours du temps. Un simple outil ou jouet peut par exemple prendre une valeur affective comme témoin d'un moment de la vie passée. Il y a alors un « réchauffement » du rapport à l'objet quand il prend une charge émotionnelle. Cette insertion dans la sphère privée consacre une démarchandisation : *« Les objets participent de la vie quotidienne, sont omniprésents et participent des relations sociales. Ils sont des marqueurs de passage entre des cycles de vie et sont utilisés dans la construction identitaire. L'intérêt n'est pas de se focaliser sur les objets uniquement, mais de les utiliser pour comprendre le contexte social dans lequel ils se meuvent (ou restent statiques), pour saisir la dynamique des interactions sociales. Il existe une temporalité de la vie sociale, entre routines, habitudes, voire ritualisation et ruptures, événements*[51]*».* Une rupture sociale comme un déménagement ou tout simplement un « refroidissement » de son rapport à l'objet, produit un moment la nécessité ou l'envie de se séparer de lui. Il peut tomber dans l'oubli et perdre sa valeur utilitaire ou affective.

B. Dépôt ou démarchandisation

Une fois que le déchet a franchi le seuil du domicile, il perd son appartenance : il n'est la propriété de personne et il n'a plus de place ni de pertinence dans un jeu relationnel. Son rejet est irrévocable. Il prend alors un statut intermédiaire d'objet abandonné qui n'appartient plus à personne, mais qui n'est

[50] DESJEUX Dominique, « Les espaces sociaux du déchet : une microsociologie du quotidien encastrée dans le macro-social » in *Les déchets ménagers, entre privé et public. Approches sociologiques*, L'Harmattan, 2002.

[51] GARABUAU-MOUSSAOUI Isabelle, DESJEUX Dominique (Ss la dir.), Objet banal, objet social. Les objets quotidiens comme révélateurs des relations sociales, L'Harmattan, 2000.

pas encore récupéré comme déchet. C'est dans cet espace - temps intermédiaire qu'intervient la biffe. Comment qualifier cet espace intermédiaire où l'objet perd sa fonction et devient rebut ? Il peut s'agir d'un espace près des poubelles ou des parties communes d'immeubles ayant la même fonction. C'est le dépôt des objets qui font de l'espace un débarras. Comme il existe un écosystème des marchés, nous pourrions dire qu'il existe un écosystème des espaces intermédiaires de la récupération entre espace collectif du lieu d'habitation et espace public de la rue. C'est le croisement des deux populations, celle des habitants et des récupérateurs, qui rend l'espace intermédiaire particulièrement sensible tout en préservant l'anonymat entre donneur et receveur : *« Si l'on supporte mal de voir quelqu'un venir ouvrir ou fouiller le sac de nos ordures ménagères, on est par contre satisfait de voir un objet déposé aux grosses poubelles trouver une nouvelle vie dans un nouveau foyer. Se décider à se séparer d'un objet qui nous était cher, c'est perdre une partie de soi, mais c'est aussi se libérer. Il n'y a pas d'effort supplémentaire à faire que la prise de décision de jeter en elle-même. La difficulté à se débarrasser d'un objet longtemps considéré comme familier semble en effet modérée par le contentement que l'on peut tirer de savoir un inconnu en être satisfait. La séparation s'en trouve donc facilitée. Pour qu'elle reste socialement acceptable, la transmission par la récupération ne peut donc concerner que des étrangers, des gens à qui l'on n'aura plus jamais à faire*[52] *».* L'action de « déposer » à côté de la poubelle a un sens particulier. Elle signifie que l'objet est abandonné, mais qu'il n'est pas encore considéré comme déchet, il est disponible pour une réutilisation. Il a perdu sa première utilité, mais pourrait encore servir. Il existe ainsi un code implicite dans l'espace public ou dans les espaces collectifs qui permet à chacun de se comprendre sans pour autant entrer directement en relation.

La civilité veut que le biffin ne répande pas les poubelles dans la rue ; ce qui est un argument souvent utilisé pour condamner la pratique de la fouille. Il est donc dans l'intérêt des biffins d'instaurer un code de bonne conduite et ainsi fidéliser des relations de bon voisinage. La bonne entente passe par une certaine harmonie de l'espace pour que ce qui est mis au rebut ne soit pas considéré comme sale ou inesthétique. C'est pour cela que les poubelles restent cachées et ne sont sorties que dans un espace-temps déterminé. Exposé le rebut est considéré comme sale par la collectivité, même si une partie des objets peut être récupérée et par là connaître une seconde vie en échappant à leur destination finale de déchet. Il s'agit donc d'éviter tout étalage désobligeant et autoriser un désordre au pied des immeubles qui en dégraderait l'image et ses habitants. C'est pour cela que la fouille des poubelles est généralement mal vécue, au-delà des considérations hygiéniques comme une dévalorisation territoriale. Pourtant, cette espace intermédiaire est nécessaire puisqu'il faut bien expulser les objets indésirables de la sphère domestique. En attendant d'acquérir leur statut de déchet, une fois dans la benne à ordure de l'éboueur, il existe un espace-temps d'exposition qui rend possible une négociation entre habitants et récupérateurs de façon à ce que cet espace intermédiaire n'apparaisse pas comme une zone d'incivilité : « *La particularité des parties communes des immeubles tient a priori à ce qu'elles sont un espace interstitiel, entre la rue et la sphère domestique,*

[52] MONS Johanne « Tri des déchets et construction d'une identité sociale : voisinage et regard social » in *Les déchets ménagers, entre privé et public. Approches sociologiques*, L'Harmattan, 2002.

entre le seuil de l'appartement et celui de l'immeuble. Elles sont un lieu de transaction, d'échange implicite : moyen d'effectuer une transition pour des objets dont on souhaite se départir sans les ravaler complètement au rang de non-être ; moyen de se saisir de quelque chose d'entamé sans avoir à remercier explicitement une personne, ni à se situer dans une posture d'infériorité et de dette. L'espace entourant les poubelles, sans que cela soit explicitement mentionné, est un espace que les gens investissent comme un espace de don différé[53] *».*

Les objets abandonnés par leurs propriétaires initiaux sont parfois déposés dans les parties communes de l'immeuble. Ils ont alors un statut ambivalent, puisqu'ils sont des déchets du point de vue du propriétaire initial, mais sont susceptibles d'une valorisation. Seuls les objets qui ont été déposés avec « délicatesse », c'est-à-dire avec certaines précautions, et notamment spatiales (mettre les objets à côté du container et non dedans), dans l'espace des parties communes de l'immeuble, seront préhensibles. La « délicatesse » est alors un signe de mise à disposition de l'objet, en séparant nettement les objets valorisables des déchets définitifs. Les locataires « n'osent pas » donner des objets déjà utilisés directement. Voici d'autres éléments constitutifs de cet espace intermédiaire :

- Les pêcheurs de lune

Les « pêcheurs de lune » ou « crocheteurs » sont les biffins qui arpentent la nuit les rues de la ville à la recherche de « l'or dans les poubelles ». Chacun a une histoire d'une découverte extraordinaire à raconter, à la manière du chercheur d'or qui garde encore brillant dans ses yeux les éclats de « la » pépite qui à elle seule efface une vie de labeur. Chacun a son parcours, ses habitudes. Cela peut être un périmètre spécifique ou au contraire une déambulation aléatoire. Certains biffins préfèrent ne pas faire les poubelles pour différentes raisons ; entre autres, pour les problèmes physiques liés au déplacement et la pénibilité de la fouille. La relation aux déchets et les représentations qu'ils véhiculent peuvent être aussi une cause de réticence.

- La « culbute » ou l'achat-vente

Une pratique courante est l'achat-vente dans le même espace marchand ou dans des espaces proches. Un même objet peut ainsi passer de mains en mains et changer de valeur. Le but évidemment et de gagner un peu à la revente.

- Le Don

Une autre manière de récupérer des objets est le don. Le don oblige. Il crée une relation sociale qui ne s'épuise pas dans la réciprocité, celle-ci étant différée et pouvant induire des échanges de plus en

[53] PIERRE Magali « Objets regardés, déchets inventés, les poubelles, du seuil de l'appartement au seuil de l'immeuble » in *Les déchets ménagers, entre privé et public. Approches sociologique*, L'Harmattan, 2002.

plus importants. Certains ont des accords avec des entreprises qui acceptent de se débarrasser ainsi de leur surplus.

6.3 Intégration de l'espace marchand biffin

A. « Carrés » et gestion de l'espace

Les biffins comme les personnes qui accompagnent ce mouvement, n'ont de choix qu'entre deux types de stratégie qui ne sont pas opposées, mais complémentaires ; l'une individuelle, l'autre collective. Sur le plan individuel, il s'agit de négocier au cas par cas pour s'intégrer dans les formes économiques et les dispositifs existants. C'est le cas lorsqu'un biffin négocie une place dans un vide grenier, une puce, s'il a la possibilité d'être embauché dans une ressourcerie ou une structure de collecte caritative ou encore lorsqu'il se met en travailleur indépendant déclaré ou non. Sur le plan collectif, il s'agit de répondre globalement à l'existant des marchés biffin par un aménagement de l'espace et de sa gestion. Le seul type de réponse actuelle sur ce plan est d'instaurer des « carrés » de biffin sur le modèle des marchés classiques. Il en existe deux sur Paris. Cependant, nous nous apercevons que les deux types de réponses, individuelle ou collective, se heurtent inévitablement à la même question d'une forme de légalisation du statut et de l'espace des biffins. Les stratégies ne peuvent donc porter leurs fruits, être réellement efficientes, car nous restons pour l'instant au stade de la demi-réponse ou de la demi-solution. L'approche rappelle la nécessité d'adopter une vision globale réintégrant le cycle de l'objet de la biffe dans le circuit d'ensemble d'une économie du recyclage et ne pas se limiter à un rapport au territoire.

La mise en place sous certaines conditions pour les biffins d'espaces de ventes autorisés, appelés « carrés », est une initiative intéressante si nous la prenons comme une expérimentation à travers les limites qu'elle révèle et donc pour les questions auxquelles elle renvoie. Le nom de « carré » vient logiquement du principe de peindre sur le sol des carrés contigus pour délimiter les places attribuées à chaque vendeur. En octobre 2009 ouvrait le « carré » des biffins de 100 places à la Porte Montmartre dans le 18ème arrondissement de Paris, suivi en janvier 2012 par un carré de 50 places à la Porte Didot dans le 14^{e} arrondissement. Chacun de ces carrés a été négocié avec les mairies d'arrondissement correspondantes, pour autoriser dans l'espace public un espace de vente propre à la biffe. Le principe est de s'acquitter d'une cotisation de quelques euros et de répondre aux conditions d'attribution (ressources, domiciliation, charte de vente, etc.) pour bénéficier d'une place soit à la journée, soit à l'année pendant les temps de marché (samedi-dimanche-lundi de 7h30 à 17h30 à la porte Montmartre, samedi-dimanche après-midi à la Porte Didot). Bien que le mode de gestion soit différent (association 1901 dans le premier cas, régie directe du marché dans le second cas), la forme « carré » renvoie aux mêmes questions quant au rapport au territoire et la conception du marché. C'est donc sous l'angle du « système carré » et non pour leur spécificité individuelle que nous aborderons la question. Précisons cependant que pour le carré de la Porte Montmartre, il existe la possibilité d'une écoute et d'un accompagnement social par l'intermédiaire d'un bus d'accueil et

d'une équipe de travailleurs sociaux de l'association Aurore, qui se donne pour mission *« d'accompagner les Biffins, pour améliorer si possible leurs conditions de vie, par la mise en œuvre d'un processus d'accès aux droits et d'insertion*[54] *».*

Le carré comme figure spatiale imposée et uniforme d'un mètre sur un mètre empêche la personnalisation de l'espace. Si le côté pratique se conçoit aisément pour un parking de voiture, l'étal du marchand ne s'apparente pas à un véhicule standardisé. Certains biffins parleront même de « prison » pour signifier cet encasement/encagement/encadrement/encasernement. La comparaison peut paraitre exagérée, mais compréhensible si l'on conçoit qu'il n'est possible ni de modifier le périmètre de l'espace, ni d'amener un mobilier dans cet espace. Effectivement, les biffins ont l'obligation de poser à même le sol avec comme support une toile, mais sans bénéficier d'un étal ou de tréteaux comme un marchand classique. Il serait pourtant très intéressant de mener une réflexion concernant l'étal comme mode de personnalisation et de valorisation esthétique. Pourquoi l'espace marchand devrait-il être a priori « laid » ? Le marché pourrait alors se distinguer du marché traditionnel de façon originale, c'est-à-dire par le haut et non par le bas, par la coloration et la diversité qu'il apporte. Outre les questions de propreté et les contraintes physiques, pour le vendeur comme pour l'acheteur de vendre à même le sol, il est important de noter la contradiction entre la nécessité de s'appuyer sur les vendeurs biffins pour cogérer l'espace marchand en assurant un minimum de régulation, et une certaine déresponsabilisation de la gestion de cette espace par l'impossibilité de se l'approprier.

Comme dans toute opposition, nous pourrions dire que l'équilibre est à trouver entre la contrainte et la liberté, l'efficacité gestionnaire collective et l'implication individuelle, l'égalitarisme et la différenciation. Cela paraît cependant difficile tant que le statut du « carré » restera ambivalent. Effectivement, il doit prendre en charge certaines des contraintes d'un espace marchand classique comme l'inscription, le placement, le paiement (bien que modique), tout en n'étant pas reconnu comme un véritable espace marchand. L'organisation spatiale rappelle que nous sommes dans un « marché de la misère » et d'ailleurs les acheteurs potentiels ne manquent pas de jouer sur cette ambivalence pour négocier les prix vers le bas, ce dont se plaignent légitimement les biffins.

Une des raisons invoquées dans l'implantation des carrés est une maitrise du territoire, c'est-à-dire clairement sa « pacification », par une sorte de division socio-spatiale entre les biffins, les « vrais » et les autres, appelés « vendeurs à la sauvette ». Une fois les deux populations séparées spatialement, il serait plus facile de contrôler l'une par la gestion de l'espace (carré biffin) et réprimer l'autre par l'éviction de l'espace (intervention policière systématique dans l'environnement en dehors du carré). Pourtant, la séparation entre « biffins » et « sauvettes » semble artificielle puisqu'une partie des biffins des carrés (que cela soit dans le 18ème ou dans le 14ème), vend aussi « à la sauvette » à côté du carré à des heures différentes pour des raisons économiques. Les appellations « biffin » et « sauvette » ne

[54] Le dernier rapport de présentation de la démarche d'Aurore est par ailleurs disponible en téléchargement ici : http://insereco93.com/IMG/pdf/MAIRIE18-DP_BIFFINS.pdf

séparent donc pas deux catégories de la population, qui en réalité sont sociologiquement identiques, mais simplement deux espaces, l'un semi-légalisé sans intervention policière et garantissant une sécurité relative, l'autre considéré comme illégal et sauvage. Ensuite, il suffit d'aller du côté « sauvette » pour comprendre par une simple observation confirmée en entretien qu'il s'agit du même espace marchand ; c'est-à-dire du même cycle de l'objet. En conséquence, si nous devions reprendre notre nomenclature au début du rapport, nous ne qualifierons pas ces vendeurs de « sauvette » même s'ils vendent « à la sauvette », mais de « biffins » qui pour des raisons différentes n'accèdent pas au carré.

Cette segmentation de l'espace conduit à une construction sociale de la réalité en opposant les vendeurs par catégories prédéfinies. Au lieu de s'appuyer sur une dynamique unitaire de l'espace marchand, sa division empêche une pensée écosystémique au profit d'une logique de contrôle par l'espace. Cela ne peut mener qu'à une impasse. Car au lieu de permettre au biffin « d'absorber un espace », on demande au « territoire d'absorber la biffe », en le limitant à un périmètre précis. Il n'est pas plus facile de retenir la biffe dans un carré qu'il est facile de retenir l'eau dans les paumes de ses mains. Face au débordement inévitable tout autour du carré, les réponses seraient, soit quantitatives par l'augmentation sans fin du nombre de places ou de carrés, soit répressives par l'accroissement des interventions policières hors-carré. Le carré accorde une certaine « paix » non pas en soi, mais par opposition entre un espace contrôlé et un autre incontrôlé. Il est illusoire d'imaginer que l'un des espaces peut fonctionner sans l'autre. Cette approche crée une relation un peu schizophrénique, qui sous-entend un discours d'opposition entre les deux univers, alors que certains biffins vendent sur les deux espaces, ou achètent sur un espace (la « sauvette ») pour revendre dans l'autre (le « carré »). Exclure du carré, comme cela semble se produire dans le 14ème, ceux qui ont cette double pratique, n'est évidemment pas non plus la réponse et signe d'une certaine façon l'échec du but intégrateur du carré.

B. Critères d'attribution des places : conditions sociales ou conditions marchandes ?

Une des bases de légitimation du système carré (mode de gestion, contrôle de l'espace) est qu'il fonctionne à partir de critères objectifs d'attribution. Les personnes qui répondent à ces critères peuvent alors recevoir une carte de vendeur nominative dans la limite des places disponibles. Les principaux critères sont le niveau de ressources de l'intéressé, le respect de la charte de vente (pas de produits neufs ou périssables, uniquement des produits d'occasion) et la proximité du lieu d'habitation. Si nous devions faire la comparaison avec un marché traditionnel, il existe bien entendu une attribution de place, mais qui n'est pas obligatoirement formatée et peut être négociable avec le placier. Mais surtout l'espace n'est pas concédé au titre d'une considération sociale, mais marchande. C'est sans doute là tout le problème : doit-on accorder une place à un biffin parce qu'il est pauvre ou parce qu'il a une compétence à vendre ; c'est-à-dire une maitrise par rapport au cycle de l'objet qu'il représente au même titre que le serait un brocanteur ou un antiquaire ? Évidemment, les professionnels (brocanteurs) ne manqueront pas de rétorquer que ce serait une concurrence déloyale

d'accorder ainsi un statut à moindres frais puisque ces vendeurs n'ont pas une activité économique déclarée et ne payent pas en particulier de patente. Rappelons cependant que la biffe est à l'origine historique de ces métiers. Surtout, le barème de ressources apparemment objectif ne permet ni de mesurer le degré de dénuement tel qu'il est vécu, ni le degré d'importance en terme de socialisation ou de sociabilité placé par le vendeur pour participer à ce type de marché. D'autres problèmes se posent également quant aux critères d'attributions des carrés. Evoquons celui de la nécessaire proximité du lieu d'habitation. Comme nous le soulevions dans la partie consacrée au rapport au territoire, l'espace marchand biffin n'est pas un marché de quartier, il joue un rôle de « sas » entre des populations et des territoires. Restreindre l'accès des vendeurs selon ce critère a de fâcheuses conséquences. C'est le cas pour les personnes qui n'ont pas d'adresse fixe ou durable, en particulier les sans-domiciles ou hébergées dans des foyers ou temporairement dans des logements. Ensuite, une partie des biffins a pour habitude de se déplacer dans plusieurs marchés parisiens. Enfin, pour un tiers et peut-être plus, cette circulation s'inscrit dans une relation entre Paris et banlieue. Empêcher ce mouvement par des critères territoriaux enlève une possibilité de réguler les marchés par la circulation entre plusieurs places et cela conduit inévitablement à des situations d'engorgement d'un côté ou de vide de l'autre. D'une manière générale, les critères d'attribution tels qu'ils sont posés pour l'accès au carré peuvent favoriser individuellement certains profils et en dissuader d'autres. Même certaines personnes dont la situation pourrait correspondre aux critères peuvent se montrer finalement rétives, soit parce qu'elles n'acceptent pas les contraintes de gestion et estiment que la liberté de l'espace marchand est constitutive de la culture de la biffe, soit simplement parce qu'elles estiment que ce n'est pas intéressant économiquement.

C. Prise en compte écosystémique

Nous venons de remarquer qu'une gestion trop stricte des carrés risque de faire perdre la propriété intégrative de l'espace marchand, cette gestion étant un peu écartelée entre un contrôle social/territorial et la prise en compte de l'activité de la biffe comme économie du recyclage. Il nous semble que la seule façon de dépasser cette contradiction est de détacher l'obtention d'un statut pour les biffins, du mode de gestion territoriale des marchés. L'obtention de la carte du « vendeur-éco-développeur » couvrirait alors une dimension régionale et serait donc délivrée par une autorité régionale. L'aménagement local de l'espace se ferait par la médiation d'un animateur territorial associatif ou municipal, en fonction de la typologie de chaque marché et des surfaces disponibles. Nous pouvons ainsi envisager une autre gestion de l'espace en fonction des règles de civilité du cadre de vie et des négociations préalables sur la maitrise d'usage avec les habitants et les autorités, tout en évitant le cadre rigide et peu opératoire de carrés numérotés. La prise en compte de cette dimension régionale permettrait de faciliter une circulation et donc une régulation entre les places marchandes, en partant de celles existant sur Paris (Pte Montmartre, Barbès, Belleville-Ménilmontant, Pte de Montreuil-Bagnolet, Pte de Vanves). Ceci n'empêche pas de tester de nouvelles places tout en respectant les forces centrifuges et centripètes que nous décrivions dans le chapitre consacré aux espaces populaires dans les territoires. Une exploration serait intéressante à réaliser sur ces critères à

partir de cercles concentriques, allant de Paris vers la moyenne banlieue en s'inspirant des relevés de l'étude géographique. Précisons également que le comité des biffins de l'Est parisien explore par lui-même de nouveaux lieux. Le mieux effectivement est de toujours s'appuyer sur les principaux intéressés qui sont les mieux placés pour repérer les circuits de la biffe et évaluer les emplacements.

Les conditions d'obtention de la carte régionale devraient être également revues pour ne pas être basées sur des critères statiques de statut social, mais sur des critères dynamiques prenant en compte une démarche socio-économique. Autrement dit, il s'agit de passer d'une logique « d'aide aux nécessiteux », qui ne prend pas en compte les compétences acquises, à une logique d'innovation sociale permettant aux principaux intéressés de répondre à leurs besoins en mobilisant leurs ressources tout en améliorant les services collectifs. Réintroduire ainsi le cycle de l'objet des biffins dans l'économie générale du recyclage est une manière de leur donner une place et une responsabilité. Évidemment, cette charte d'éco-développement n'est tenable que si l'ensemble du cycle est pensé et non pas seulement l'espace marchand. Les biffins possédant une carte pourraient ainsi s'engager à respecter ce cycle et éventuellement se former dans ce sens. Cette proposition nous paraît beaucoup plus pertinente en termes de responsabilisation que par exemple inscrire l'interdiction sur les marchés de vendre des produits neufs. Obligation qui, nous avons pu le constater, est relativement facile à contourner comme tout interdit d'ailleurs. Le renouvellement de la carte tous les 6 mois ou 1 an donnerait l'occasion d'une évaluation par exemple sous la forme de sessions collectives. La carte n'est pas en cela un statut professionnel, mais ouvre la voie pour les personnes qui le désirent soit à une Validation d'Acquis d'Expérience (VAE), soit à la possibilité de s'engager dans un processus professionnalisant dans un métier touchant à l'économie du recyclage, à la valorisation du cadre de vie ou d'autres voies existantes ou à créer.

Dans tous les cas, nous pouvons ainsi envisager un accompagnement social et professionnel intégré au cycle économique dans une conception globale. C'est sans doute la difficulté que doit rencontrer l'équipe de travailleurs sociaux d'Aurore, sur le carré des biffins de la Porte Montmartre, dont l'activité d'accompagnement n'est pas intégrée, mais juxtaposée au circuit du recyclage avec ce rôle ambigu de gestion territoriale. Leurs compétences seraient bien mieux exploitées et prendraient un sens bien plus fort pour les professionnels concernés dans le cadre de ce type de proposition. Effectivement, l'espace marchand reste le lieu privilégié, car c'est le seul espace-temps de visibilité pour capter cette population, la rencontrer et la sensibiliser. Casser ou réprimer les marchés biffins revient donc à éparpiller dans la nature les personnes et rendre encore plus compliquée la possibilité d'une réintégration dans un cycle économique. Ce qui revient à définir l'acceptation d'un seuil de tolérance envers les personnes qui viendrait « poser » leurs marchandises sur les places sans avoir de cartes. Les exclure selon une division territoriale ne servirait à rien, comme nous venons de le constater. Il est important d'aménager des sas, l'espace marchand étant le premier, et s'appuyer sur une dynamique. Concrètement, les personnes déjà encartées et engagées dans cette démarche d'écodéveloppement vont servir naturellement d'interface, et plus elles seront nombreuses, plus cet interface jouera son rôle. Comme nous le remarquions dans le chapitre consacré à la socioculture de la biffe, il s'agit d'un

développement en réseau. Même si ce réseau ne peut être comparé à la structuration syndicale des chiffonniers d'antan, c'est une forme sociale structurante et efficace.

Les réseaux en somme n'apparaissent pas comme des formes sociales morphologiquement stables, au même titre que les liens communautaires, mais au contraire comme des formes de mobilisation du lien social impliquant, d'une part des visées stratégiques et des projets, d'autre part des registres de compétences. Le partage de ces ressources peut générer des débats ou des conflits sur les choix à effectuer, mais constitue en tous cas une source de mise en relation, d'échanges, de positionnement des uns et des autres. Autrement dit, il importe de ne pas rester simplement à une approche individuelle au cas par cas, mais de prendre en compte les dynamiques collectives d'intégration par l'économie marchande, en s'appuyant sur les personnes qui peuvent jouer le rôle d'interface auprès de ces groupes. La négociation concernant l'acceptation de vendeurs non encartés doit pouvoir être faite en finesse avec les autorités territoriales et de maintien de l'ordre. En agissant ainsi à l'intérieur de l'espace marchand, nous pourrions mieux orienter le rapport au territoire.

Disons simplement que tolérer sur les marchés une « zone grise » entre légalité et illégalité, ce n'est pas encourager le trafic illicite, mais s'appuyer sur la capacité de discernement de tous les protagonistes de l'espace public ; en commençant par les biffins eux-mêmes entre place « libre » et place « statutaire ». Plus il y aura de badges visibles dans l'espace marchand, plus le curseur de la « zone grise » se déplacera jusqu'à ce que cette zone devienne minoritaire. C'est aussi partir d'un principe de réalité, sachant que toutes les initiatives jusqu'à maintenant ont mené au mieux à un *statu quo* (« système carré ») sinon à un échec. Nous ne cachons pas que la mise en place de cette dynamique prend du temps. Ce développement ne peut se faire que progressivement par étapes, mais nous sommes tout à fait en mesure d'élaborer les outils adéquats pour évaluer la pertinence et l'efficacité du processus en cours. Il est nécessaire aussi de mettre en synergie les réflexions et les expériences des uns et des autres.

D. Rue marchande et tourisme culturel

Une manière complémentaire d'envisager l'intégration de l'espace marchand biffin est d'élargir l'espace marchand à la rue commerçante et ainsi concevoir une continuité plutôt qu'une opposition entre une culture patrimoniale à travers ses bâtiments et l'architecture urbaine et une culture de l'espace d'un commerce mobile. C'est une manière de faciliter une négociation d'un cadre de vie et d'une maitrise d'usage dans une articulation entre domaine privé et domaine public : la logique marchande des lieux entraîne une fréquentation extraterritoriale avec un dispositif commercial qui empiète sur l'espace public et peut constituer des points de tension. Cette occupation de l'espace à géométrie variable induit des contraintes fortes et complique la cohabitation entre les différents usagers du quartier. Seule une « réinvention du marché en plein air », en assouplissant les contraintes spatiales et réglementaires, permettrait de dépasser ce débat récurent et redynamiser le commerce de proximité. Le maire réglemente l'activité des commerçants ambulants sur les voies

publiques et arrête les conditions dans lesquelles des permis de stationnement peuvent leur être délivrés. De manière générale, le maire ne doit pas porter une atteinte illégale à la liberté du commerce et de l'industrie en édictant des interdictions trop générales ou absolues. Ainsi, il ne peut interdire totalement l'exercice du commerce ambulant que sur une partie du territoire de sa commune ou à certaines heures. Les restrictions ainsi créées doivent être justifiées par des motifs de tranquillité, de sécurité ou de salubrité publique.

Parmi les points à négocier, citons la sécurité, la circulation (stationnement, cheminements piétonniers et circulations douces), le transport, le tourisme et la culture (pole information, ressource), la jeunesse (insertion, activité), la propreté (hygiène, aménagement de WC publics), le commerce (boutiques, échoppe, étal, artisanat, espace marchand), le paysage urbain (mobilier urbain, réaménagement de l'espace public, éclairage), l'emploi (requalification, formation), etc. Il serait aussi opportun de rationaliser le stockage de proximité des marchandises ; c'est autant faciliter la question du nettoyage en réduisant la quantité des marchandises abandonnées. La création de ces mini-entrepôts serait envisageable à condition qu'ils s'intègrent dans le quartier et ne nuisent pas à son paysage urbain. L'échoppe est un objet urbain ordinaire, mais qui pose de véritables problèmes d'attribution, car l'objet lui-même est difficile à définir. Est-il caractérisé par ses matériaux fragiles ? S'il s'agit d'objets de petite voirie, mobiles et légers, ils s'inscrivent dans un temps qui n'est ni celui de la ville de pierre, ni celui de la circulation des hommes et des marchandises. Dans ce sens, nous pourrions tester autrement le concept de « mini-boutique », tel qu'il avait été développé pendant une période dans le métro parisien, mais ici sous la forme de véritables étals pour les biffins qui poseraient alors une passerelle avec les boutiques en dur. Ils reconstituent de la sorte un espace familier marqué de leur empreinte personnelle. Ils partagent, même si ce n'est que d'une façon brève, le même espace. La proximité des stands offre une protection et facilite l'entraide. Malgré l'absence de murs autour des stands et le flou des limites physiques, une gestion de l'espace se régule à travers un réseau serré de dépendances mutuelles, par exemple la surveillance des étalages. Remarquons que l'agencement inédit entre boutiques ouvertes sur la rue et les marchands ambulants participe à l'originalité et l'attractivité de territoires comme les puces. Toucher les marchandises, sentir les odeurs, parler aux gens, contribuent à cette identité de la rue marchande entre concentration, accessibilité et diversité. Il n'y a plus effectivement à démontrer l'attrait touristique des marchés aux puces et le rôle de support qu'il pourrait jouer pour d'autres activités.

Tout ceci participe au patrimoine urbain tout en « fabricant de la ville ». Une des caractéristiques de ces quartiers populaires, c'est que la rue avec ses cafés, ses commerces, ses marchés, peut être considérée comme le prolongement du logement (logement souvent petit ou surpeuplé). Elle est le principal support de la sociabilité. L'activité professionnelle se déploie en pleine rue ou dans son prolongement immédiat et le quartier semble renvoyer à une organisation urbaine, dans laquelle la sociabilité s'appuyait sur la présence physique et le déplacement pédestre dans l'espace public. La densité de fréquentation de l'espace public forme une culture immatérielle qui amène de plus en plus de visites touristiques dans les quartiers populaires où l'on redécouvre, avec l'histoire de ces

quartiers, que Paris n'est pas simplement une « ville-musée ». C'est une manière de valoriser et de maintenir la vie populaire des quartiers autrement que par l'aspect patrimonial et culturel classique qui favorise un phénomène de gentrification. Les marchés biffins appartiennent de plein droit à cette histoire et il n'est pas antinomique de faire rimer cette dimension populaire avec l'attractivité des territoires. C'est aussi une manière de dire que chacun peut être spectateur comme acteur de cet espace.

Il existe donc une économie populaire qui pourrait instaurer de nouvelles liaisons entre les espaces et les rues marchandes, dans le cadre du développement de pôles touristiques. Cette revalorisation de l'espace public demanderait aussi d'accompagner autrement les rénovations urbanistiques. Par exemple, les Portes entre Paris et la banlieue revêtent un enjeu symbolique fort dans la mesure où elles peuvent participer à l'identification de la commune. Historiquement, les portes ont toujours été les endroits de Paris, au-delà desquelles était rejeté ce dont ne voulait pas la ville. Nous pouvons les concevoir autrement comme « interface » entre Paris et sa banlieue. Nous pensons par exemple au mail de la rue Binet près de la Porte Montmartre qui aurait été suffisamment large pour accueillir une extension de l'espace marchand en harmonie avec le paysage urbain. Les marchés, comme nous venons de le remarquer, sont des hauts lieux où se consomme l'identité de la ville et nous pourrions envisager créer des « zones de protection patrimoniale de la culture immatérielle », comme le classement qui existe pour le patrimoine architectural, urbain et paysager. Il s'agirait ainsi de contribuer à l'accessibilité des emplacements, au cadre de vie et à la valorisation économique et touristique de l'activité. Cela pourrait également contribuer à une action culturelle permettant aux habitants de se réapproprier leur culture populaire et l'histoire de leur quartier comme les fêtes à travers les bals et les goguettes.

6.4 Autres voies économiques

A. Vide-greniers, braderies

Les autres voies économiques de la récupération vente ou s'inscrivant autour du cycle de l'objet et de l'espace marchand peuvent représenter également des éléments de réponse. Elles ne présentent pas de solutions générales, qui pourraient satisfaire l'ensemble des personnes concernées par cette économie, mais peuvent toucher des profils particuliers selon les parcours d'expériences des uns et des autres. Les vide-greniers, braderies et autres foires à la brocante offrent la possibilité ponctuellement d'élargir l'espace marchand des biffins. Le principe des vide-greniers consiste à sortir sur la voie publique et à proposer à la vente les objets usagés que des particuliers ne désirent plus conserver. Les objets « fatigués » en tout genre peuvent y trouver une « seconde vie » : vaisselle, livres, couvre-lits, vases, catalogues de mode, tableaux, armoires, cendriers, fusils de chasse, vinyles, etc. On rattache l'origine rurale des vide-greniers à la disparition du dernier occupant d'une maison dans le sens d'un partage familial des biens. C'était aussi une manière pour le village de se rassembler. Historiquement, il s'agit donc moins de gagner de l'argent que de s'obliger à transmettre

des objets dont on souhaite se séparer. De ce point de vue, les vide-greniers ne sont pas des brocantes, encore moins des foires pour antiquaires. On y fait des trouvailles, on y échange des histoires au milieu d'objets de peu[55]. Les vide-greniers sont d'apparition assez récente, sauf la célèbre braderie de Lille. Ils ont commencé dans les années 1970, pour se développer dans les années 1980. Ils correspondent aussi à la demande croissante d'un public constitué aussi bien de particuliers intéressés par se procurer une diversité d'objets de seconde main à moindre prix que de collectionneurs avertis. Aujourd'hui, ces marchés tendent à perdre ce qui les singularise et deviennent des pratiques d'amateurs sur des objets anciens ainsi qu'une économie informelle pour des personnes plus dans la nécessité qui trouvent ici l'opportunité d'obtenir quelques ressources complémentaires.

La densité de la région parisienne fait qu'il se produit des vide-greniers régulièrement. Les biffins ont pris l'habitude pour se renseigner des dates de consulter les journaux, les affiches et bien sûr le bouche à oreille qui est le plus efficace. Légalement, les vide-greniers sont des manifestations organisées par des associations dans un lieu public ou ouvert au public deux fois par an au plus, en vue de la vente ou de l'échange d'objets mobiliers usagés, d'objets mobiliers acquis de personnes autres que celles qui les fabriquent ou en font commerce. L'organisateur doit en outre tenir un registre des vendeurs permettant l'identification de tous ceux qui offrent des objets à la vente ou à l'échange. Les biffins cherchent parfois à négocier individuellement leur place, mais cela se passe plus ou moins bien suivant les circonstances. Le mieux est de négocier collectivement avec les structures organisatrices pour aménager des places. C'est le cas par exemple avec l'association « Macaq » qui estime que tout le monde a droit à une place. Elle propose gratuitement ou à prix modique des places dont le nombre correspond environ à 10% du total ; c'est-à-dire entre 30 et 80 places suivant l'importance des vide-greniers. Elle aimerait que cette procédure soit officialisée pour que les biffins soient acceptés et pas simplement tolérés. Sachant que les vide-greniers sont aussi des activités de proximité, une action culturelle et sociale pourrait l'accompagner dans le sens d'une autogestion de l'espace marchand de la biffe intégrée à d'autres actions d'un quartier dans une logique d'entraide.

B. Ressourceries

La « recyclerie » ou « ressourcerie » met en œuvre des modes de collecte des déchets qu'elle trie, contrôle, nettoie, répare pour les rénover et les vendre. Elle s'approvisionne chez les particuliers ou à partir d'enlèvements à domicile. Sur un même site se côtoient généralement un centre de collecte, un atelier de réparations et un magasin de vente d'objets restaurés. Le dispositif comporte généralement une dimension éducative et de sensibilisation à l'environnement. Les ressourceries essaiment peu à peu en France, il y en a 80, dont 11 en Ile de France[56]. Cette forme de récupération se couple

[55] GABEL Philippe, DEBARY Octave, *Vide-greniers*, Créaphis, 2011.

[56] L'association l'Interloque gère deux magasins du réemploi à Paris. Ils proposent à la vente des biens de consommation accessibles, permettant aux ménages de s'équiper à moindre coût. Elle propose un atelier de pièces détachées de vélos. Le fruit des ventes a permis de pérenniser 3 postes et de créer deux postes supplémentaires en 2009.

généralement avec des sites Internet qui permettent de donner une visibilité à l'action, faire comprendre la démarche et faciliter les modes de collecte des objets. Elle instaure une filière économique sur la valorisation des rebuts résidentiels, commerciaux ou industriels : mobiliers, luminaires, vêtements, bicyclettes, matériaux de construction. Des associations se sont aussi spécialisées dans la récupération d'appareils électriques et électroniques. Dans le secteur de la fripe, les vêtements sont triés et parfois raccommodés, lavés, repassés puis revendus. Des « vestiaires » ou des « vestiboutiques », généralement tenus pas les réseaux d'institutions caritatives[57], sont ouverts à tous les publics. Dans un cadre et un accueil convivial, elles permettent de choisir, d'essayer librement et d'acquérir pour un prix modique des vêtements, des chaussures, du linge de maison, de la vaisselle ou encore des jouets. D'une autre manière, des ateliers de rénovation peuvent servir de support à des entreprises intermédiaires assurant une qualification professionnelle comme le « projet Social et Solidaire » du réseau envie (www.envie.org). Ce dernier, depuis 2006, favorise l'accès au monde du travail et de la formation des personnes éloignées de l'emploi, en récupérant les équipements électriques et électroniques usagés pour les rénover et les revendre à petits prix et recycler tous les déchets dans le respect de l'environnement. De même, l'association « Coups de main » appartenant au réseau Emmaüs va développer progressivement une ressourcerie selon les mêmes principes.

C. Déchetteries

Une déchetterie est un site d'accueil qui joue un rôle de transit et d'orientation vers des lieux de traitement, de recyclage ou de stockage. Elle est gérée par les collectivités territoriales. C'est un espace clôturé et aménagé. Les visiteurs répartissent dans des bacs et des bennes, toutes sortes de choses et ustensiles embarrassants : meubles et matelas hors d'usage, appareils déglingués, vélos cassés, gravats, résidus de jardin. Ils y amènent aussi des déchets « spéciaux » : solvants, peintures, huiles de vidange, piles, batteries, produits d'entretien et de bricolage, bombes aérosols et autres déchets polluants, explosifs, nocifs pour la santé et l'environnement. Le plus souvent, aucune fouille dans les bacs de récupération n'est possible pour des raisons de sécurité, de propreté et d'organisation. Nous pourrions cependant imaginer de négocier avec les responsables de ces lieux, la possibilité de troc et de récupération pendant les heures d'ouverture. Effectivement, les objets restent quelques jours à la disposition des visiteurs dans des conteneurs spéciaux avant d'être dirigés vers les filières de recyclage. Par exemple, à la déchetterie du Mornant dans le Rhône, l'association locale de réinsertion « Autres choses » est autorisée à récupérer des objets pour les réparer et les revendre. Cette association organise des débarras chez les particuliers et des brocantes mensuelles. Sur la déchetterie test, l'association est chargée de récupérer pour revente ou réparation de divers objets (meubles, ferronnerie, etc.)

[57] Après la Seconde Guerre mondiale, la communauté Emmaüs développa « la chine » sur une vaste échelle pour financer ses œuvres : récupération des objets délaissés dans les greniers, les caves, les débarras. Emmaüs est devenue une entreprise structurée qui rassemble, en France, des « compagnons » dans des « communautés ». Chacune est un lieu de vie, disposant de logements, magasins et ateliers de menuiserie, de couture, d'encadrement, où sont triés et réparés les objets donnés. Les textiles conditionnés en ballots sont livrés à des grossistes et les objets, meubles et bibelots, sont vendus à des particuliers. Les communautés autonomes s'autofinancent par leur activité et assument leur gestion.

D. Transformation artistique ou « l'art d'accommoder les restes »

Des biffins développent une activité de transformation qui pourrait s'apparenter à une forme artistique. Même si cette activité peut être considérée comme minoritaire, elle n'en demeure pas moins significative d'un type de rapport à l'objet et à l'économie que cela peut générer. Il existe par ailleurs des artistes qui s'intéressent à l'univers des biffins et travaille sur les matériaux de récupération. « L'art d'accommoder les restes » est une manière d'indiquer que des éléments disparates peuvent être réunis en une unité qui fait sens. Autrement dit, le recyclage n'est pas seulement une façon de récupérer des objets destinés au rebut et de les réintroduire dans un cycle où ils trouvent une nouvelle utilité, cela peut être aussi une transformation de l'objet. Alors l'utilité ne se place plus dans l'objet lui-même, mais dans l'acte de transformer. C'est le cas en matière d'œuvre artistique. Ces rebuts sont détournés, assemblés, compressés, emballés, déchirés, fragmentés, pétrifiés, plastifiés, collés, triturés, colorés, accumulés, animés, déconstruits et reconstruits, manipulés. Ils donnent naissance à autre chose. Le caractère esthétique de cette métamorphose nous renvoie à notre rapport au beau et au laid, lorsque nous parlons d'ordures et au statut des déchets. Même les ordures ont une histoire, car on y trouve des objets qui ont été élaborés, qui ont vécu, qui ont existé. Cela renvoie également à la fonction d'un art contextuel, brut, populaire qui se nourrit des matériaux de l'environnement. Cela engage une réflexion sur la société de consommation en détournant chaque objet de son sens et de sa fonction initiale et provoque un décalage du regard sur une réalité nouvelle. Nous connaissons la fameuse phrase de Paul Klee : « l'art ne reproduit pas le visible, il rend visible ».

Dire des choses qu'elles ne sont pas uniquement déterminées par leur usage initial, c'est aussi indiquer que la condition humaine, en particulier celle des travailleurs des déchets, n'est pas uniquement liée à un déterminisme social. C'est pourtant un art souvent considéré comme mineur comme le collage qui est une technique très ancienne, mais classée dans les occupations dites « divertissantes ». C'est peut-être aussi parce que c'est un art qui dérange, ces artistes de la transformation transgressent les conventions de la représentation et élaborent des œuvres souvent insolites, bien éloignées des styles académiques. Nous pourrions imaginer des ateliers collectifs de type ateliers de « Recup'art » où à partir de matières et d'objets abandonnés, nous sommes invités à découvrir, inventer et créer. Chacun peut passer de l'état de spectateur et de consommateur à celui d'acteur et de créateur. Il existe une fonction médiatrice de l'œuvre artistique, au même titre que la fonction médiatrice de l'objet dans l'espace marchand, dans le sens où elle peut réunir des univers différents. Les déchets comme matériaux de création n'investissent donc pas seulement un champ ludique, c'est aussi un champ socioéconomique qui peut servir de terreau à des projets innovants. À titre d'exemple, « La réserve des arts[58] » dans le 20^{e} arrondissement est une plateforme de récupération et de valorisation de rebuts d'entreprise pour fournir les professionnels de la création. Elle s'adresse aux étudiants en arts ou artistes peu fortunés et leur propose à faible coût des matériaux récupérés, qui peuvent être réutilisés pour promouvoir « une pratique artistique

[58] http://lareservedesarts.org

responsable». À travers ses activités (collecter, valoriser, vendre et sensibiliser), elle répond à un triple objectif : réduire les déchets, soutenir le secteur culturel par une aide matérielle et promouvoir le réemploi.

Éléments de proposition en guise de conclusion

Au moment de conclure ce rapport, nous espérons avoir donné un aperçu de toute la richesse et de toute la complexité des problématiques engagées par les récupérateurs-vendeurs et l'économie du recyclage. Tous ces éléments confirment que les espaces marchands se placent plutôt du côté de la « solution » que du « problème ». Ne pas s'appuyer sur ces espaces, leur cycle et leur réseau, nous priverait de la compréhension du processus socioéconomique sous-jacent et de la capacité de poser des alternatives, particulièrement en termes d'innovation sociale, de gouvernance des territoires et d'écodéveloppement. Il s'agit donc en même temps de forger de nouveaux outils conceptuels, méthodologiques et opérationnels pour accompagner ce mouvement. Nous résumons ici quelques éléments de proposition invitant à approfondir plusieurs pistes.

- Pour une économie intégrée

Nous ne pouvons pas séparer la biffe d'une économie du recyclage, elle-même intégrée à une problématique urbaine. Cela commence par favoriser la récupération et le tri sélectif. L'aménagement d'espaces intermédiaires entre les espaces collectifs des immeubles et l'espace public de la rue pourrait prendre la forme de mini-points de collecte de proximité, avant que l'objet abandonné devienne « déchet ». Les concierges ou d'autres acteurs locaux peuvent jouer un rôle de médiation. Il peut y avoir aussi des collecteurs dans des ateliers de tri de type ressourcerie, facilitant également un travail créatif sur les matériaux ou une transformation artisanale des objets de récupération. Des « artisans-formateurs » aux entrepreneurs sociaux, des expérimentations à l'écodéveloppement, le champ de l'innovation sociale n'attend pas tout des pouvoirs publics, mais il est important de créer les conditions favorables à cet essor et lever les barrières qui le freinent.

- Pour une Carte d'activité régionale d'éco-développeur

Proposons ensuite la création de nouveaux statuts, liés à de nouveaux profils socioéconomiques, voire la mise en place de coopératives. Les biffins ne sont pas uniquement des personnes « pauvres », ce sont surtout des travailleurs du recyclage. Il ne s'agit pas pour autant de définir et d'imposer un cadre d'insertion professionnelle classique. Redéfinir les critères d'attribution d'une carte personnalisée du biffin, en séparant les critères d'activités économiques de la gestion territoriale du marché, permettrait de prendre en compte leur compétence dans une démarche participative de coréalisation d'un circuit économique. On comprendra qu'il ne s'agit pas simplement d'une carte de « vendeur », mais de valider une expertise sur le cycle de l'objet, à l'échelle régionale qui favorise une mobilité. Déjà, cette étude révèle des ressources et des volontés, mais elle pourrait se poursuivre autrement pour identifier et valoriser des savoir-faire. Effectivement, les biffins ne pourront accéder à

une autonomie et à une forme autogestionnaire, sans pouvoir, à un moment, faire valider leur compétence et leur capacité d'expertise. Cette démarche peut ensuite se concrétiser sous la forme d'un accompagnement par l'autoformation pour les personnes qui le désirent (formation à divers métiers dont ceux de l'entreprise sociale, l'information sur des formes de recyclage ou sur des techniques de transformation des matériaux récupérés, etc.).

- Pour une maitrise d'usage de l'espace public

L'espace public local est « négociable ». Imaginer des dispositifs de concertation où sont négociés les différents usages de l'espace ne peut que favoriser une intelligence sociale collective et les échanges interdisciplinaires. L'espace marchand se place au cœur, en constituant la partie émergée du cycle de l'objet et son économie du recyclage, mais aussi par extension avec la rue marchande comme outil d'un développement territorial (économique, social et culturel). La définition de nouveaux espaces marchands sur le territoire régional pourrait ainsi se faire en concertation, tout en respectant les logiques de mobilité. L'économie intégrée dont nous parlions est ainsi inséparable de la ville et de sa gouvernance.

- Pour une innovation sociale par l'expérimentation

Il semble que nous soyons apparemment désarmés dès qu'il s'agit de réfléchir et travailler sur une dimension collective en termes de développement communautaire autonome et de comprendre le rôle des minorités actives. Cette approche nous contraindrait de traiter le social au-delà de cas individuels et d'aborder les dimensions d'une économie informelle, de forger de nouveaux outils méthodologiques adaptés à cette réalité et non pas à ce que nous aimerions qu'elle soit ; bref à adopter une approche plus pragmatique de type laboratoire social de recherche-action, de psychosociologie clinique et autres sciences de l'action et des pratiques d'intervention (praxis). À ce titre, un rapprochement coopératif avec l'expérience sociale et scientifique de pays dits « émergeant », pour qui ce type de réalité est pris en compte couramment, serait sans doute pertinent. Cette démarche de recherche-action pourrait s'accompagner judicieusement par la création de pôles de ressources mettant en relation les différentes expériences et permettant aux principaux intéressés de développer de la stratégie économique. Enfin, il est indispensable d'élaborer des outils pour accompagner des expérimentations ensuite généralisables à partir de l'expérience.

Ressources documentaires

1. Personnes ressource rencontrées

Personnes ayant une action directe ou indirecte auprès des biffins susceptibles d'apporter une connaissance complémentaire (associations militantes, structures d'accompagnement, travaux d'étude, etc.).

- ASSOCIATIONS BIFFINS (présidents) : LALAOUI Djamel (association Porte Didot), ZOUARI Mohammed (association Sauve qui peut)
- COMITE DE SOUTIEN AUX BIFFINS EST PARISIEN : LECOEUR Samuel, LESCUYER Thibault, MARTIN Renaud
- ÉQUIPE DE TRAVAILLEURS SOCIAUX de l'Association Aurore – Carré des Biffins : Pascale CHOUATRA (chef de service, éducatrice spécialisée), Nadine CHAMBERT (chargée d'insertion sociale et professionnelle), Fouzia MAACH (monitrice éducatrice), Florian FERNANDEZ (stagiaire assistant social), Clémence SIMON (stagiaire éducatrice spécialisée), Brigitte CARPENTIER (éducatrice spécialisée), Mathias HUDBERT (éducateur spécialisé), Hugo ROUYER (stagiaire éducateur spécialisé), Flore GENIAUT, Guillaume MUÑOZ
- MÉDIATRICES POUR LA POPULATION ROMS : CREACH Gaelle (résidante de Montreuil), FOLSCHWEILLER Cécile (traductrice), STUDER Jeanne (association Ecodrom93)
- STRUCTURES : FORCEL Victor (association Macaq), PLANTAT Laugan - AUGER Christophe - Juan RODRIGUEZ (Emmaüs coup de main), Juliette GUIGBARD – Fanny GARELLE (Serria Production), DEHOVE Claire (WOS agence des hypothèses, expérience des marchés africains des étals)
- UNIVERSITAIRES : BALAN Hélène (doctorante), DUCLOS Mélanie (doctorante), MILLIOT Virginie (laboratoire d'anthropologie Nanterre), PASDELOUP Lauriane (Master 2)

2. Bibliographie et autres supports

A. Ouvrages & articles de revue

- ALINSKY Saul D., *Rules for radicals :* a *Pragmatic Primer for Realistic Radicals*. Random House (1971). Version française : l*e manuel de l'animateur social*. Seuil, (1976)
- ARESSY Lucien, PARMÉNIE Antoine, *La cité des épaves. Le marché aux Puces*, Éditions littéraires et artistiques, 1943
- BARBERET Jules, *Monographies professionnelles*, Paris, Berger-Levrault, 1887, t. 4.

- BARLES Sabine, *L'invention des déchets urbains : France 1790-1970*, Champ Vallon, 2005, (Milieux)
- BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Gallimard, 1978 (Tel)
- BAZABAS Dingan, *Du marché de rue en Haïti : le système urbain de Port-au-Prince face à ses entreprises "d'espace-rue",* L'Harmattan, 1997, (Villes et entreprises)
- BEAUNE Jean-Claude (Sous la Dir.), *Le déchet, le rebut, le rien*, Champ Vallon, 1999, (Milieux)
- BEDEL Jean, *Les Puces ont cent ans. Histoire des chiffonniers brocanteurs et autres chineurs du Moyen-Âge à nos jours*, Cany : Presses de l'imprimerie Gabel, 1985
- BERTOLINI Gérard, DELALANDE Claire, *La poubelle et le recyclage : A petits pas*, Actes Sud Junior, 2007 (actes sud junior)
- BERTOLINI Gérard, *Économie et gestion des déchets ménagers*, L'Harmattan 2000, (Environnement)
- BERTOLINI Gérard, *Le déchet, c'est les autres*, Erès, 2006, (Même pas vrai)
- BERTOLINI Gérard, *Le marché des ordures : économie et gestion des déchets ménagers,* L'Harmattan, 2000, (Environnement)
- BERTOLINI Gérard, *Les déchets ménagers, entre privé et public. Approches sociologiques*, L'Harmattan, 2002 (Sciences Humaines et Sociales)
- BERTOLINI Gérard, *« Les vêtements d'occasion et leurs pérégrinations - Passé, présent et avenir de la friperie »* in Géographie et Cultures n°56, L'Harmattan, 2006, pages 71-89
- BLUM LE COAT Jean-Yves, CATARINO Christine, QUIMINAL Catherine, « Les gens du voyage : errance er prégnance des catégories » in *Villes et hospitalité : Les municipalités et leurs "étrangers*", Maison des Sciences de l'Homme, 2004
- BONJEAN Olivier, *De l'or dans nos poubelles*, Carbonnier-Quillateau, 2011
- BOUILLON Florence, *Le squat : problème social ou lieu d'émancipation ?,* Rue d'Ulm, 2011, (La rue ? Parlons-en !)
- BRODY Jeanne (Ss la Dir.), *La rue,* Presses universitaires du Mirail, 2005, (Socio-logiques)
- CANS Roger, *Le monde Poubelle*, F1rst documents, 1990
- CÉSAR Christine, « Faire les poubelles pour manger : l'écosystème fragile du glaneur » in *La santé de l'homme No 402*, 2009, pages 33-35
- CHARMES Jacques, *Secteur informel, emploi informel, économie non observée : méthodes de mesure et d'estimation appliquées aux économies en transition,* C3ED - Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines, 2002
- CLÉBERT Jean-Paul, MOLINARD Patrice, *Paris insolite*, Attira, 2009
- CORTEEL Delphine, LE LAY Stéphane, *Les travailleurs des déchets*, Erès, 2011 (Clinique du travail)
- COSTES Laurence, « Quels sens donner aux métiers ethniques ? », *Panoramiques*, n°65, 4e trimestre 2003
- COSTES Laurence, *L'étranger sous terre : commerçants et vendeurs à la sauvette du métro parisien,* L'Harmattan, 2000, (Logiques sociales)

- DESJEUX Dominique, GARABUAU-MOUSSAOUI Isabelle (Sous la direction de), *Objet banal, objet social : les objets quotidiens comme révélateurs des relations sociales*, L'Harmattan, 2000 (Dossiers)
- DUBOIS Claude, *La Bastoche : une histoire du Paris populaire et criminel*, Librairie Académique Perrin, 1997 (Tempus)
- ESPACES ET SOCIÉTÉS (n° 144-145), *Usages populaires de l'espace*, Érès, 2011
- FAURE Alain, « Classe malpropre, classe dangereuse ? Quelques remarques à propos des chiffonniers parisiens au XIXème siècle et de leurs cités », *Recherches*, n° 29, 1977, pp. 79-102
- FAURE Alain, « Un peuple dans sa ville ou le cours d'une longue recherche », *Genèses* 1/2001 (n°42), p. 92-105
- FODOUOP Kengne, *Le marché de la friperie vestimentaire au Cameroun*, L'Harmattan, 2006, (Études Africaines)
- FONTAINE Laurence, *Pauvreté et stratégies de survie : une conférence-débat de l'Association Emmaüs*, Rue d'Ulm, 2008, (La rue ? Parlons-en !)
- FRANÇOIS Sébastien, *« Les vendeurs à la sauvette sur le parvis de la Tour Eiffel (observation) »*, 2/2004 (n° 7), p. 25-43
- GABEL Philippe, DEBARY Octave, *Vide-greniers*, Créaphis éditions 2011 (Foto)
- GARABUAU-MOUSSAOUI Isabelle, DESJEUX Dominique (Sous la dir.), O*bjet banal, objet social. Les objets quotidiens comme révélateurs des relations sociales,* L'Harmattan, 2000 (Collection : Dossiers)
- GARGOV Philippe, *Poubelle la ville, Chroniques des villes agiles#3*, BlogChronos, 2011
- GASTAUT Yvan, *« Les bidonvilles, lieux d'exclusion et de marginalité en France durant les trente glorieuses »* Cahiers de la Méditerranée 69-2004
- GEERTZ Clifford, *Le souk de Sefrou : sur l'économie du bazar*, Bouchène, 2003 (Intérieurs du Maghreb)
- GIROLA Claudia, *Vivre sans abri. De la mémoire des lieux à l'affirmation de soi,* Rue d'Ulm, 2011
- GODBOUT J.T., *Le don, la dette et l'identité*, La Découverte, 2000, (Bibliothèque du MAUSS)
- GODBOUT J.T., *L'Esprit du don*, la Découverte, 1992, (Sciences humaines et sociales)
- GONZALEZ-LAFAYSSE Linda *« Les chiffonniers bordelais à la fin du XIXème siècle »,* Ethnologie française 3/2010 (Vol. 40), p. 521-530
- GRANOVETTER Mark et al, *Sociologie économique*, Seuil, 2008, (Économie humaine)
- GRANOVETTER Mark, *Le marché autrement : recueil d'essais*, Desclée de Brouwe, 2000, (Sociologie économique)
- HALFEN Sandrine, *Situation sanitaire et sociale des « Roms migrants » en Île-de-France*, Observatoire régional de santé d'Île-de-France, 2012
- HASSOUN Jean-Pierre « La place marchande en ville : quelques significations sociales », *Ethnologie française* 1/2005 (Vol. 35), p. 5-16
- HAZAN Éric, *L'invention de Paris : il n'y a pas de pas perdus*, Seuil, 2002 (Points)

- HAZAN Éric, *Paris sous tension*, La Fabrique éditions, 2011
- HILY Marie-Antoinette et RINAUDO Christian « L'expérience des vendeurs migrants sur le marché de Vintimille », *Revue Française des Affaires sociales* 2/2004 (n° 2), p. 165-180
- JOSEPH Isaac (Textes réunis par), *Prendre place : espace public et culture dramatique*, (Colloque de Cerisy), Recherches Plan Urbain, 1995
- JULIEN Marie-Pierre, WARNIER Jean-Pierre, *Approche de la culture matérielle : corps à corps avec l'objet,* L'Harmattan, 1999 (Connaissance des hommes)
- KASSA Sabrina, *Nos ancêtres les chibanis ! Portraits d'Algériens arrivés en France dans les Trente Glorieuses,* Éditions Autrement, 2006, (mémoire/histoire)
- LA PRADELLE (de) Michèle, *Les Vendredis de Carpentras, faire son marché en Provence ou ailleurs*, 1996, Fayard
- LALLEMENT Emanuelle (2010), *La ville marchande*. *Enquête à Barbès*, Paris : Téradère
- LE HALLÉ Guy, *Histoire des fortifications de Paris*, Horvath, 1995
- LHUILIER Dominique, COCHIN Yann, *Des déchets et des hommes*, Desclée de Brouwer, 1999, (Sociologie clinique)
- MALOT Hector, *En famille*, Édition Le Goût de l'être, 1893
- MERCKLÉ P., *Sociologie des réseaux sociaux*, la Découverte, 2004, (Repères)
- MERMIER Franck, PERALDI Michel, *Mondes et places du marché en Méditerranée*, Karthala, 2010, (Hommes et Sociétés)
- MOSCOVICI Serge, *Psychologie des minorités actives*, PUF, 1979, (Sociologie)
- MOZERE Liane, *Travail au noir, informalité : liberté ou sujétion - une lecture de travaux relatifs à l'économie,* L'Harmattan, 2000 (Logiques sociales)
- MUSSO Pierre, *Réseaux et société*, PUF, 2003 (La politique éclatée)
- OFFNER Jean-Marc, PUMAN Denise, (Sous la dir.), *Réseaux et territoires : significations croisées*, L`aube, 1996, (Territoire)
- OLIVERA Martin, *Rom en (bidon) villes*, Rue d'Ulm, 2011, (La rue ? Parlons-en !)
- PAULIAN Louis, La *hotte du chiffonnier*, Hachette, 1896
- PÉRALDI Michel , FOUGHALI Nouara, SPINOUSA Nancy, « Le marché des pauvres, espace commercial et espace public » in *Revue européenne de migrations internationales.* Vol. 11 N°1. Marseille et ses étrangers. pp. 77-97
- PICHON Pascale, « Survivre la nuit et le jour. La préservation de soi face au circuit d'assistance », *Politix. Vol. 9, N°34* . Deuxième trimestre 1996. pp. 164-179
- PIERRE Magali, *Les déchets ménagers, entre privé et public. Approches sociologique*, L'Harmattan, 2002, (Dossiers sciences humaines et sociales)
- PROST Barbara « Dissimuler, montrer, oublier nettoyage et nettoyeurs », *Hypothèses* 1/2006, p. 67-75
- PYAT Félix, *Le chiffonnier de Paris*, Calmann-Lévy, 1884
- ROSSELIN Céline, JULIEN Marie-Pierre, *La culture matérielle*, La Découverte, 2005 (Repères)

- SAUVADET Thomas et al, *Usages populaires de l'espace*, Espaces et sociétés N° 144-145, Erès, 2011
- SCIARDET Hervé, « De l'autre côté du trottoir, le commerce de brocante aux puces de Saint-Ouen » in *La rue,* Presses universitaires du Mirail, 2005, (Socio-logiques)
- SCIARDET Hervé, *Les marchands de l'aube : ethnographie et théorie du commerce aux Puces de Saint-Ouen,* Economica, 2003 (Etudes sociologiques)
- SILGUY de) Catherine, *Histoire des hommes et de leurs ordures : du Moyen âge à nos jours,* Le Cherche Midi, 2009, (Documents)
- SIMON Boris, *Les Chiffonniers d'Emmäus*, Michalon, 2004 (Action Sociale)
- TAUVERON Albert*, Les années poubelle*, Presses Universitaires de Grenoble, 1984, (Influences)
- VIALLE Catherine, GOUTEL Béatrice (de), *Guide du chineur parisien*, Parigramme , 1994
- VIDOCQ Eugène François, *Les voleurs : physiologie de leurs mœurs et de leur langage.*.., Volume 1, Edité par l'Auteur, 1837
- WACQUANT Loïc, *Punir les pauvres : le nouveau gouvernement de l'insécurité sociale*, Agone, 2004, (Contre-feux)
- WEBER Florence, DUFY Caroline, *L'ethnographie économique*, La Découverte,2006 (Repères)

B. Rapports de recherche & études

- ADIE, chiffonniers, récupérateurs, vendeurs de la Porte de Montmartre, « Étude-action sur les Biffins », l'ADIE, Août 2008
- CERPHI, Les glaneurs alimentaires, Rapport d'étude qualitative Remis à la DIIESES pour le Haut Commissariat aux Solidarités Actives contre la Pauvreté, 2009
- CHATTON Tiphaine, Le marché aux puces de Saint-Ouen : une esquisse de projet urbain, DESS d'aménagement et d'urbanisme, Universités de Paris I et Paris VIII, 2000
- DUCLOS Mélanie, Pour ne pas être "de l'autre côté de la barrière", Le marché de la Porte Montmartre, Université Paris Diderot Paris 7, UFR Sciences Sociales – Laboratoire URMIS, 2011
- MILLIOT Virginie, Les archipels de la goutte d'or. Analyse anthropologique d'une « métropolisation par le bas », Programme de recherche « Culture et Territoires en Ile-de-France », 2010
- PASDELOUP Lauriane, L'occupation de l'espace public par les biffins à Paris, Mémoire de Master 2 de Maîtrise d'ouvrage des projets urbains UPEC Université paris-Créteil – Institut d'urbanisme de Paris, 2011
- ROUSTAN Mélanie, Acheter d'occasion sur Internet. Parcours de consommateurs, vies d'objets, Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie, Cahier de recherche N° 239, Décembre 2007, Département « Cons ommation »

C. Documentaires & reportages vidéo

- ARTE ; *Petites histoires de nos ordures*, (France, Canada, 2011, 43mn), Réalisateur: Nick Quinn)
- BONDY BLOG, *« Soldes toute l'année au marché de Bondy nord »* http://www.dailymotion.com/video/x417ex_soldes-toute-l-annee-au-marche-de-b_news
- DIRECT 8, *Les marchés de la misère*, Enquête inédite du 02/11/09, 18' http://www.dailymotion.com/video/xb1gwc_enquete-inedite-les-marches-de-la-m_news
- FRANCE 5, *Les misérables du roman à la réalité,* (Documentation fiction, 88', Didier Martiny, 2011)
- FRANCE 5, *Les uns, les autres - Consommer en France*, (Magazine de 52' présenté par Juan Massenya, réalisé par Guillaume, 2011)
- GONIN Adeline, *Papa Ben* (France – 2011 – 22') « Entre trésors et poubelles, commerce et solidarité, l'univers fragile de Ben, un biffin, est menacé ». (Site Internet : ateliersvaran.com)
- M6, *Marché aux puces, l'envers du décor*, Enquête exclusive, 18', reportage de Charlotte Perry, émission de Daniel Permet http://www.dailymotion.com/video/x80ynm_les-biffins-de-la-porte-montmartre_news
- Manif. des biffins à la Mairie de st Ouen http://www.dailymotion.com/video/xbp7rf_manif-des-biffins-a-la-mairie-de-st_news
- SEIFERT Jeremy, DIVE ! , 53', 2009, USA (glanage et gaspillage alimentaire)
- VARDA Agnès, *Les Glaneurs et la glaneuse*, Documentaire, 2001, France, 1h18
- VILLE DE PARIS 18, *Carré des Biffins de la Porte Montmartre*, http://www.dailymotion.com/video/xbi1tc_carre-des-biffins-de-la-porte-montm_news

D. Articles de presse

- ARNAUD Didier, A. Belleville, La chasse aux « gueux» est déclarée, Libération du 30.05.2011
- AZAN Eric, Le marché de la misère aux portes de Paris prend de l'ampleur et exaspère, in http://veilleur.blog.lemonde.fr du 13.05.2010
- CHAHINE Marwan, Paris: la course au toit, Libération du 27.07.11
- CHAMPENOIS Michèle, Préhistoire du périphérique, le Monde du 25.01.92
- COLLECTIF, Les écologistes parisiens veulent aider les biffins, in www.marianne2.fr 02.06.11
- DE CHENAY Christophe, Les Puces de Clignancourt indisposent parfois Saint-Ouen, le Monde du 05/08/2000
- DOYERE Josée, Le grand saut des Puces, le Monde du 04.03.89
- FALL Amadou, Les vendeurs à la sauvette et les biffins, vus de Dakar, Sénégal, in www.dixhuitinfo.com 20.06.10
- FERRARY M., PESQUEUX Y. [2004], Organisation en réseau, mythes et réalités, Paris : PUF, 294 p., (La politique éclatée).
- GROSRICHARD François, Les drôles de boîtes du préfet Poubelle, Le Monde du 09.11.97
- KEMPF Hervé, Les petits collecteurs d'ordures des pays du Sud veulent faire valoir leur rôle dans la lutte contre l'effet de serre, Le Monde du 06.01.11
- LARIVE Jean, Portraits de biffins sur le Carré de la porte Montmartre, in www.dixhuitinfo.com 07.02.11
- LE CŒUR Samuel, A propose de l'article « Les sauvettes de Belleville », Le Monde du 08.04.11
- LEDÉSERT Soline , « Je vends ces conserves pour acheter des fruits à mes gosses » in Rue 89 http://eco.rue89.com/print/110919 13/07/09
- PAILLOT Fabien, Le marché aux biffins, Libération du 14.06.10
- PATRIARCA Eliane, Au Brésil, les « Catadores » recyclent par nécessité, Libération du 17.12.05
- RAZEMON Olivier, Les chiffonniers déploient leurs carrés dans Paris, Le Monde du 10.11.09
- ROLLOT Catherine, Les « sauvettes » de Belleville, Le Monde du 29.03.11
- SITNIKOW Valérie, « Le marché de l'inquet pas la foire d'empoigne » in www.ladepeche.fr du 06.11.98
- THÉVENIAUD Pauline, Aux portes de Paris, le marché de la misère, in 20minutes du 10.05.10

E. Sites Internet

- ANIMAL SOCIALISATION, Innovation sociale, entreprendre autrement, développement durable, http://lien-social.blogspot.com

- ART GENS, recyclage artistique, www.artgens.net
- AVISE, agence d'ingénierie et de services pour entreprendre autrement, http://www.avise.org
- BROCANTES : www.quefaire.be/brocantes , www.brocorama.com , www.ouchiner.com
- CNIID, Centre national d'information indépendante sur les déchets, http://www.cniid.org
- COLLECTIF DES BROCANTEURS ET ANTIQUAIRES, http://cba.servhome.org/phpBB3/index.php
- CONSOGLOB (échangew) http://donne.consoglobe.com
- CONSOMMATION, http://www.actionconsommation.org
- DÉCHETS ET CITOYENNETÉ, ramasseurs de matériaux recyclables, gestion des déchets, économie sociale et solidaire, http://www.dechets-citoyennete.org
- DIXHUITINFO*, Magazine d'information 18e*, http://www.dixhuitinfo.com
- DON, http://donnons.org
- DON CONTRE-DON, http://www.doncontredon.fr
- ECODROM93, atelier atelier Eco-fer avec les Roms, http://ecodrom.org
- ÉCO-SYSTÈMES, dispositif de collecte et de traitement, www.eco-systemes.fr
- EMMAÜS, http://www.emmaus-france.org
- ENVIE, projet Social et Solidaire, www.envie.org
- FREECYCLE (recyclage), http://fr.freecycle.org/accueil
- LA DEUXIÈME VIE DES OBJETS, Anthropologie et sociologie des pratiques de récupération, http://dvo.hypotheses.org
- LES-BIFFINS-de-la-porte-Montmartre, http://biffins.canalblog.com
- L'INTERLOQUE, www.interloque.com
- MONTPARNASSE RENCONTRES BRADERIE, http://www.montparnasserencontres.fr/braderie.html
- MOUVES, Mouvement des entrepreneurs sociaux, http://mouves.org
- MUSÉE HISTORIQUE DE L'ENVIRONNEMENT URBAIN, http://www.mheu.org/fr
- RECUPE, http://www.recupe.net
- RÉDUCTION DES DÉCHETS, http://www.reduisonsnosdechets.fr
- RELAIS recyclage, http://www.lerelais.org/paris
- RESERVE DES ARTS, http://lareservedesarts.org/
- RESSOURCERIE INTERLOQUE, http://interloque.com
- RESSOURCERIE LA ROQUETTE, http://www.lapetiterockette.org/la-ressourcerie.html
- RESSOURCERIE PARIS, http://www.paris.fr/pratique/ordures-menageres-tri/recyclage/ressourcerie/rub_5434_stand_49418_port_11682
- RESSOURCERIE STUDIO CARTON, http://maressourcerie.fr/
- RESSOURCERIE, http://ressourcerie.fr
- SIERRAPROD*, Documentaire sur le quartier Porte Montmartre*, www.sierraprod.com/pages/JOURNAL_DE_REPERAGES_CHEZ_LES_BIFFINS-5027006

- SUD, Sociétés Urbaines et Déchets, http://sud.crevilles.org/
- SYNDICAT NATIONAL DU COMMERCE DE l'ANTIQUITÉ ET DE L'OCCASION, http://www.sncao-syndicat.com
- VIDE VIDE-GRENIERS : vwww.vide-greniers.org