



HAL
open science

**Hervé Sciardet, Les marchands de l'aube. Ethnographie
et théorie du commerce aux puces de Saint-Ouen,
Economica, Paris, 2002 (218 p.)**

Pierre Francois

► **To cite this version:**

Pierre Francois. Hervé Sciardet, Les marchands de l'aube. Ethnographie et théorie du commerce aux puces de Saint-Ouen, Economica, Paris, 2002 (218 p.). Sociologie du Travail, 2005, 47 (2), pp.285-286. 10.4000/sdt.26516 . hal-03458845

HAL Id: hal-03458845

<https://sciencespo.hal.science/hal-03458845>

Submitted on 27 Oct 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License

Compte rendu :

Hervé Sciardet, *Les marchands de l'aube. Ethnographie et théorie du commerce aux puces de Saint-Ouen*, Economica, Paris, 2002 (218 p.)

Pierre François, Sciences Po, Centre de sociologie des organisations (CSO), CNRS, Paris, France

19, rue Amélie, 75007 Paris, France

Adresse e-mail : p.francois@cso.cnrs.fr

In : *Sociologie du travail*, Vol. 47 - n° 2 | 2005, p. 285-286

DOI : <https://doi.org/10.4000/sdt.26516>

URL : <http://journals.openedition.org/sdt/26516>

Le livre d'Hervé Sciardet est susceptible de faire l'objet d'au moins trois niveaux de lecture. On peut tout d'abord le lire comme la monographie exemplaire d'un univers marchand singulier, celui du marché aux puces de Saint-Ouen. L'auteur rend compte de la complexité d'un système d'échange et de son insertion dans une économie dont il décrit les principaux acteurs — brocanteurs, antiquaires, chineurs, biffins, zonards. Le commerce de brocante, dont l'auteur montre qu'il est avant tout orienté vers l'amont, s'inscrit dans des circuits d'approvisionnement qui le font jouxter une économie parallèle, celle du vol et de la toxicomanie. L'auteur reconstitue la carrière des objets le long de circuits de commercialisation qui les font sortir de leur patrimoine d'origine et qui les reclasse dans des patri-moines de destination. Fort de nombreux extraits d'entretiens et de comptes rendus ethno-graphiques appuyés sur un travail de terrain précis et rigoureux, il évoque les faces composites de ce monde singulier — suivant en cela une logique que l'on souhaiterait, il est vrai, parfois plus transparente : la chine et ses itinéraires, les biffins et les zonards, la distribution spatiale de l'activité commerçante, les différents modes de commercialisation de cet univers marchand (l'étalage, le déballage, l'économie des contacts).

Mais le propos d'H. Sciardet va bien au-delà du simple compte rendu d'enquête ethnographique — au fil de la lecture sont abordées de nombreuses questions qui sont au cœur de la sociologie des marchés. La question des compétences marchandes des acteurs, de leur acquisition et de leurs limites, est ainsi l'un des leitmotivs de l'ouvrage : l'auteur montre comment, dans le travail de la chine, s'articulent les compétences des généralistes et celles des spécialistes, dont l'art est de connaître simultanément les objets et leurs classifications érudites, et les clients susceptibles de les acquérir. Précieuses lorsqu'il s'agit de dénicher les objets, les compétences sont aussi nécessaires lorsque le commerce se tourne vers l'aval et qu'il s'agit de négocier les objets avec les clients — dans ces interactions, d'ailleurs, les collectionneurs forment parfois les brocanteurs qui les approvisionnent. En reconstituant la diversité des mécanismes d'échange, l'auteur en vient par ailleurs à proposer une théorie de la formation des prix au sein de cet univers marchand. Lors de la vente à l'étalage, où les brocanteurs vendent leurs marchandises aux badauds et aux petits collectionneurs, les transactions sont standardisées et les prix, pour l'essentiel, conventionnels : les prix ne se forment pas directement dans les interactions entre vendeurs et acheteurs, mais sont définis dans l'expérience des professionnels en amont de la transaction, au fil de la répétition des échanges et des apprentissages qui en résultent. Le déballage, temps professionnel où les brocanteurs vendent à des marchands, est quant à lui un mode de commercialisation fortement ritualisé, dont les règles tacites sont plus contraignantes que la réglementation commerciale officielle. Les prix annoncés par les brocanteurs quand ils s'engagent dans une procédure de marchandage, nous dit l'auteur, sont « rationnels » : ils correspondent aux prix pour lesquels plusieurs marchands sont au bord de la décision d'achat. Ils sont eux aussi le résultat d'un processus d'apprentissage, mais d'un apprentissage fortement idio-syncrasique : c'est par leur expérience personnelle des négociations et de l'effet qu'engendre l'annonce d'un prix que les brocanteurs apprennent les prix en vigueur lors du déballage marchand.

Mais le cœur théorique de l'ouvrage, avancé d'ailleurs dans son titre, concerne moins la sociologie des marchés que l'opposition proposée par l'auteur entre l'échange et le commerce, et par le lien qu'il établit entre théorie du commerce et théorie de l'entrepreneur. Dans la situation d'échange, les biens sont acquis ou vendus en fonction des préférences des acteurs sous contraintes monétaires. En s'inspirant de l'économie autrichienne (et plus précisément des travaux de Ludwig Von Mises et d'Israël Kirzner), H. Sciardet montre que les transactions qui se déroulent sur le marché aux puces de Saint-Ouen ne peuvent pas être saisies comme des échanges : ce sont des transactions *commerciales* au cours desquelles ce qui se joue est la formation d'un profit. Pour les auteurs autrichiens, le profit n'est pas le prix de quelque chose (i.e., la rémunération que reçoit un producteur contre la livraison d'un bien ou d'un service), mais un écart de prix pour la même chose : le profit se forme quand un acteur économique (l'entrepreneur) est capable de repérer un écart de prix potentiel entre deux situations auxquelles il a accès. En l'occurrence, l'écart s'établit entre le prix qu'il faut payer aux propriétaires initiaux de l'objet pour l'extraire de sa classe d'appartenance de départ et le prix que son acheteur final acceptera de verser pour l'insérer dans sa classe d'appartenance d'arrivée. L'entrepreneur étudié par H. Sciardet n'est pas un spéculateur, ce n'est pas non plus un innovateur schumpétérien, c'est un *commerçant* : le profit qu'il engendre « résulte de la possibilité d'identifier le même dans des zones d'échange différentes, séparées par des barrières de droit, de valeurs, de pouvoir, de statuts, et d'envisager pratiquement les moyens de faire passer l'objet d'une zone à l'autre » (p. 189). Mais s'il emprunte à l'économie autrichienne cette intuition, H. Sciardet s'en éloigne sur un point capital : alors que, pour I. Kirzner, la capacité à repérer des écarts de prix et à engendrer du profit renvoie avant tout à la subjectivité et au « génie » de l'entrepreneur — et qu'elle est à cet égard assez peu étudiée — il faut, pour H. Sciardet, s'interroger sur les conditions sociales d'institution de ces écarts. Ces écarts sont rendus possibles par l'existence de *cadres sociaux du commerce*, qui introduisent une discontinuité au sein du monde social (discontinuité d'où peuvent surgir des occasions de profit) et qui donnent aux acteurs des cadres interprétatifs qui leur permettent d'apprécier leurs chances de profits. Cette double théorie du commerce et de l'entrepreneur constitue la trame d'un ouvrage qui articule efficacement un travail de terrain d'une grande finesse et un questionnement théorique stimulant.