

13th International Marketing Trends Conference – Venice

Le trottoir comme hétérotopie :

exploration d'une nouvelle utopie contemporaine dans la consommation

Dominique ROUX et Valérie GUILLARD

Dominique Roux
Professeur des Universités
Université Paris Sud
IUT de Sceaux
8 avenue Cauchy
92330 Sceaux
dominique.roux1@u-psud.fr
06 88 26 10 35

Valérie Guillard
Maître de Conférences
Centre de recherche DRM (CNRS - UMR 7088)
Université Paris-Dauphine
Place du Maréchal de Lattre de Tassigny
75775 Paris cedex 16
valerie.guillard@dauphine.fr
06 20 66 10 09

Le trottoir comme hétérotopie : exploration d'une nouvelle utopie contemporaine dans la consommation

Résumé :

Cet article a pour objectif de confronter le concept d'hétérotopie de Foucault (2001) – lieu physique d'une utopie – à un « nouveau » lieu de distribution d'objets d'occasion, informel et non institutionnalisé comme tel : le trottoir lors des jours d'encombrants. Une enquête qualitative constituée de 17 entretiens auprès de glaneurs urbains d'objets montre que ce lieu peut être révélateur de certaines utopies contemporaines. En reprenant les six traits distinctifs d'une hétérotopie, nous montrons que le trottoir 1) est à la fois une hétérotopie de crise et de déviation ; 2) a changé de fonction en étant désormais un lieu d'approvisionnement ; 3) est une juxtaposition de lieux, lieux de passage et d'approvisionnement, mais également d'histoires personnelles via celles des objets, voire de rencontres ; 4) est une hétérochronie, c'est à dire un moment qui suspend le temps et les pratiques traditionnelles ; 5) est un espace fermé entre le glaneur et le regard d'autrui réel et imaginé et 6) a une fonction d'approvisionnement mais aussi de dénonciation du système de consommation. Le concept d'hétérotopie souligne l'intérêt d'une meilleure prise en compte de l'espace dans le champ de la consommation, pas seulement en tant que lieu pris comme unité d'analyse, mais aussi sous la forme du dialogue que ces « contre-emplacements » entretiennent avec les formes conventionnelles qu'ils contestent.

Mots-clés : Glanage urbain – hétérotopies – modes alternatifs d'approvisionnement – marges de la consommation – critique marketing

The sidewalk as heterotopia: exploring a new contemporary utopia in consumption

Abstract

This article aims to confront Foucault's (2001) concept of heterotopia (2001) – the physical location of an utopia – with a "new," informal and non-institutionalized retail space for gleaning second hand items : the sidewalk during the time of bulky item collection. A qualitative survey conducted with 17 urban gleaners shows that this place may be indicative of some contemporary utopias. Drawing on six distinctive features that define an heterotopia, we show that the sidewalk 1) is both an heterotopia of crisis and deviation; 2) changed function over time in becoming now a place for provisioning; 3) is a juxtaposition of different places, places of transit and supply, but also of personal stories via those of objects and/or encounters; 4) is an heterochrony, i.e. a moment that suspends time and traditional practices; 5) is a closed space between the gleaner and the real and imagined gaze of the other; and finally 6) has a function of supply, but also of denunciation of the consumption system. The concept of heterotopia finally underscores the importance of space in the field of consumption, not only with places being the unit of the analysis, but also in the form of dialogics that these "counter-sites" maintain with more conventional forms.

Keywords: Urban gleaning – heterotopia – alternative modes of provisioning – margins of the consumption system – critical marketing

L'espace est une notion centrale dans la consommation (Daucé, 1998) car celle-ci marque, voire détermine l'usage que les individus font des lieux. Ainsi, manger seul dans sa cuisine ou dans un grand restaurant en famille définit la nature et les caractéristiques des activités – marchandes ou non, privées ou publiques, ordinaires ou extraordinaires, individuelles ou collectives – qui s'y déroulent. Qu'il soit personnel, public ou commercial, l'espace est donc sans cesse modelé par des occupations humaines qui ont pour centre l'achat, l'échange de services ou de biens, et la consommation de ces mêmes produits ou services.

Or, malgré l'importance de cette notion dans la consommation, les réflexions que le marketing lui consacre ne visent, en grande majorité, que les lieux de distribution dans leurs dimensions fonctionnelles et instrumentales. Hormis quelques exceptions portant sur l'espace domestique ou sur le « chez soi » (Desjeux, 2003 ; Giannelloni et Cova, 2012), les travaux ont prioritairement le commerce comme centre d'intérêt : la localisation des points de vente (Cliquet, 2003), les fonctions qu'ils remplissent (Badot, 2005), leur disposition et agencement intérieurs (Floch, 1989 ; Bonnin, 2000, 2003), les éléments sensoriels concourant à la production d'une atmosphère (Daucé et Rieunier, 2002 ; Graillot, 2005 ; Lemoine, 2005), ou la prise en compte d'autres environnements (comme la nature) susceptibles d'agir sur le comportement des clients (Robinot et Giannelloni, 2009). Entre également dans le champ des préoccupations des chercheurs et des praticiens la manière dont les individus investissent ces lieux (Ladwein, 2002) et parfois les détournent (Aubert-Gamet, 1996).

Ces recherches micro-spatiales sur les lieux de commerce éclairent peu les rapports que ceux-ci entretiennent avec d'autres espaces, marchands ou non, dont ils constituent le contrepoint. Des recherches montrent pourtant qu'en dehors de la distribution classique, les individus fréquentent des circuits alternatifs en raison de caractéristiques liées à l'offre, mais également aux dimensions ludiques, récréationnelles et sociales de ces lieux (Belk, Sherry et Wallendorf, 1988 ; Sherry, 1990). Ces espaces d'échanges forment en réalité ce que Foucault (2001) appelle des « hétérotopies ». Il les définit comme « des lieux réels, des lieux effectifs, des lieux qui ont dessinés dans l'institution même de la société, et qui sont des sortes de contre-emplacements, sortes d'utopies effectivement réalisées dans lesquelles les emplacements réels, tous les autres emplacements réels que l'on peut trouver à l'intérieur de la culture sont à la fois représentés, contestés et inversés, des sortes de lieux qui sont hors de tous les lieux, bien que pourtant ils soient effectivement localisables » (Foucault, 2001, 1574). Ces « contre-emplacements » dont certains, hors du champ de la distribution, constituent de magnifiques exemples d'hétérotopies (Belk et Costa, 1998 ; Kozinets, 2002), nous paraissent riches de sens pour appréhender les « autres lieux » que les individus fréquentent pour s'approvisionner. Le trottoir est de ceux-là, notamment les jours où des objets « encombrants » y sont déposés. Les municipalités permettent en effet de se débarrasser, à des dates et plages horaires définies, des déchets ménagers courants de dimensions ou de poids trop important pour être mis à la poubelle. Le trottoir, habituellement dédié à la circulation, devient alors temporairement un lieu que certains individus fréquentent pour y glaner des objets. Dans cette perspective, l'objectif de cette recherche est de mobiliser la notion d'hétérotopie pour montrer que certains espaces, impensés comme des lieux d'approvisionnement – ici le trottoir les jours d'encombrants –, constituent des « contre-emplacements » révélateurs de certaines utopies contemporaines. En dévoilant ce à quoi ils s'opposent, ils nous permettent en effet de saisir comment ces utopies se déploient au travers des espaces qu'elles investissent.

Après avoir présenté les six principes qui définissent une hétérotopie (Foucault, 2001), les résultats d'une étude qualitative montrent que les « encombrants » instaurent une forme de circulation d'objets dans un espace régi par le don. Nous concluons sur l'intérêt du concept d'hétérotopie à l'analyse de la distribution et de sa dynamique.

1. Cadre conceptuel – revue de littérature

Selon Foucault (2001), l'espace, plus encore que le temps, est structuré autour d'une série d'oppositions qui demeurent sacralisées, c'est à dire marquées par des relations, des prescriptions et des interdits. Nous ne vivons pas « dans une sorte de vide » (Foucault, 2001, 1574), mais « à l'intérieur d'un ensemble de relations qui définissent des emplacements irréductibles les uns aux autres et absolument non superposables », bien que frappé de frontières que « nous admettons comme toutes données ». En considérant l'espace comme hétérogène et investi de manière discontinue par les activités humaines, Foucault propose, au travers du concept d'hétérotopies, une manière de repenser notre rapport aux lieux et à ce qu'ils disent d'une société. Les hétérotopies se définissent par six traits distinctifs, qui portent sur leur nature, leur fonctionnement et les traits qui les opposent aux lieux ordinaires :

- *Premier principe* : « Il n'y a probablement pas une seule culture au monde qui ne constitue des hétérotopies. C'est là une constante de tout groupe humain. Mais les hétérotopies prennent évidemment des formes qui sont très variées ». De ces formes, Foucault (2001) distingue les *hétérotopies de crise* (« des lieux privilégiés, ou sacrés, ou interdits, réservés aux individus qui se trouvent, par rapport à la société, et au milieu humain à l'intérieur duquel ils vivent, en état de crise ») et les *hétérotopies de déviation* (« celles dans laquelle on place les individus dont le comportement est déviant par rapport à la moyenne ou à la norme exigée »). A cet égard, le trottoir constitue bien un exemple d'hétérotopie de crise. En effet, ceux qui s'y retrouvent – les clochards, les mendiants et les prostituées – vivent en marge de la société ou, comme les « sans domicile fixe », en sont plus ou moins durablement exclus (Damon, 2007).
- *Deuxième principe* : « Au cours de son histoire, une société peut faire fonctionner d'une façon très différente une hétérotopie qui existe et qui n'a pas cessé d'exister... ». Prenant l'exemple du cimetière, il montre que sa fonction a changé, actualisant différemment au fil du temps les rapports de la société avec ses morts. Il y a peu d'études consacrées au trottoir sous cet angle. Si Duneier (1999) a réalisé dans *Sidewalk* une monographie synchronique de la 6^{ème} avenue à New York, les approches diachroniques des usages du trottoir sont singulièrement absentes, hormis, en creux, dans les travaux sur la mendicité. Dans la gestion du vagabondage, Damon (2007) illustre par exemple incidemment ce deuxième principe : il montre qu'une hétérotopie de déviation – l'enfermement des clochards dans les dépôts de mendicité – dialogue de manière constante avec l'hétérotopie de crise qu'est le trottoir. Au travers de la prise en charge sociale du vagabondage, il témoigne de leur évolution symétrique : alors que les dépôts de mendicité disparaissent à la fin du 19^{ème} siècle à la suite de politiques éducatives et de luttes contre l'exclusion, la rue devient l'espace globalement toléré de quelques formes résiduelles de déviances urbaines (Laberge et Roy, 2001).
- *Troisième principe* : « L'hétérotopie a le pouvoir de juxtaposer en un seul lieu réel plusieurs espaces, plusieurs emplacements qui sont en eux-mêmes incompatibles ». C'est à travers le jardin que Foucault montre que cet espace récrée en un même emplacement un assemblage de différents lieux du monde. De la même manière, il semble évident que le trottoir a la capacité de faire coexister en un même point des gens de diverses origines ethniques et géographiques (Duneier, 1999). Les « encombrants » également présentent ce caractère « patchwork » en rassemblant temporairement des objets d'époques et d'origine différentes.
- *Quatrième principe* : « Les hétérotopies sont liées, le plus souvent, à des découpages du temps, c'est-à-dire qu'elles ouvrent sur ce qu'on pourrait appeler, par pure symétrie, des hétérochronies ; l'hétérotopie se met à fonctionner à plein lorsque les hommes se trouvent dans une sorte de rupture absolue avec leur temps traditionnel ». Reprenant l'exemple du cimetière, il qualifie ce lieu d'« hautement hétérotopique », « puisque le cimetière commence avec cette étrange hétérochronie qu'est, pour un individu, la perte de la vie, et cette quasi éternité où il ne cesse pas de se dissoudre et de s'effacer ». Découpage du lieu et

découpage du temps caractérisent de la même manière un grand nombre d'évènements qui se déroulent sur le trottoir. De nombreux auteurs ont montré, par exemple, que le carnaval (Bakhtin, 1970), mais aussi les foires, les marchés aux puces et autres braderies (Belk, Sherry et Wallendorf, 1988 ; Sherry 1990 ; Kozinets, 2002 ; Belk et Costa, 1998) suspendent et inversent le temps traditionnel et constituent le contrepoint éphémère des systèmes d'approvisionnement traditionnels. Les « encombrants » sont aussi un exemple d'hétérochronie pour trois raisons distinctes : en soi, ils constituent un moment particulier où des possessions privées, abandonnées par leurs propriétaires, séjournent dans l'espace public ; pour ceux qui déposent, ils marquent la mort de leur relation avec l'objet, le travail de « désidentification » (Gregson, Metcalfe et Crewe 2007, p. 685) et de distance symbolique qu'ils doivent accomplir (Lucas 2002), d'autant que les objets sont exposés temporairement au regard d'autrui ; pour ceux qui ramassent enfin, glaner peut être lié au chômage et associé à une rupture avec un temps social « normal ». Mais la pratique peut aussi marquer un basculement vers une autre vie : celle de la simplification, du recul de la consommation et du choix d'autres modes d'approvisionnement (Cherrier, 2009).

- *Cinquième principe* : « *Les hétérotopies supposent toujours un système d'ouverture et de fermeture qui, à la fois, les isole et les rend pénétrables* ». On n'y entre et on n'en sort pas « *comme dans un moulin* » nous dit Foucault. Pour certaines, il faut « *se soumettre à des rites* » pour y entrer et d'autres « *qui ont l'air de pures et simples ouvertures* » en réalité « *cachent de curieuses exclusions. Tout le monde peut entrer dans ces emplacements hétérotopiques, mais, à vrai dire, ce n'est qu'une illusion* ». Sous cet angle, le trottoir semble relever de l'espace ouvert. Or, les résultats de notre étude qualitative vont montrer qu'il présente d'invisibles barrières matérialisées par le regard d'autrui. Du fait que le trottoir est un prolongement du chez soi, il se présente comme une « *catégorie intermédiaire* » entre espace public et privé (Laberge et Roy, 2001) sur lequel il n'est pas naturel pour un glaneur d'empiéter.
- *Sixième principe* : « *Le dernier trait des hétérotopies, c'est qu'elles ont, par rapport à l'espace restant, une fonction* ». Foucault (2001) en isole deux : soit « *de créer un espace d'illusion qui dénonce comme plus illusoire encore tout l'espace réel, tous les emplacements à l'intérieur desquels la vie humaine est cloisonnée* », soit de créer « *un autre espace, un autre espace réel, aussi parfait, aussi méticuleux, aussi bien arrangé que le nôtre est désordonné, mal agencé et brouillon* » qu'il nomme *hétérotopie de compensation*. Nos résultats vont montrer que le trottoir constitue bien un espace d'illusion et en particulier de dénonciation du système de consommation : à la fois par les déposeurs qui muent le fait de jeter les objets, en don à ceux qui pourraient en avoir besoin, et par les glaneurs qui fustigent le gâchis engendré et dont les pratiques soutenables incarnent la dimension utopique (Kilbourne, McDonagh et Prothero, 1997).

Les résultats de l'étude présentée à la suite permettent d'illustrer en quoi le trottoir fonctionne comme une hétérotopie.

2. Méthode

Afin de comprendre les représentations et les pratiques du trottoir comme hétérotopie, une étude qualitative a été conduite sous la forme de dix-sept « entretiens longs » (McCracken, 1988) auprès de personnes qui glanent et/ou déposent des objets sur les trottoirs les jours d'encombrants (10 femmes, 7 hommes, d'âge compris entre 22 et 75 ans). Les répondants ont été recrutés dans l'entourage des chercheurs selon la technique dite en « *boule de neige* », c'est-à-dire en leur communiquant les coordonnées de personnes dont les comportements en termes de dépôt/glanage permettaient de contraster les profils et les pratiques (déposer et glaner simultanément, de manière exclusive ou pas du tout).

Les entretiens ont eu lieu au domicile des glaneurs/déposeurs ou encore à l'Université. Ils ont duré en moyenne une heure trente (de 45 minutes à 2h15) et ont été entièrement retranscrits pour l'analyse. Chaque entretien a débuté par des questions larges (McCracken, 1988) sur les pratiques de débarras ou de ramassage/récupération d'objets et la manière dont elles étaient vécues. L'entretien débordait sur d'autres comportements comme vendre, jeter à la poubelle et/ou donner, pour les mettre en perspective avec les précédentes pratiques lorsqu'évoquées par les répondants. Une analyse thématique a été conduite de manière croisée entre les chercheurs pour faire émerger les catégories d'analyse et confronter les résultats obtenus.

3. Résultats

3.1. Faire le trottoir : hétérotopie de crise et hétérotopie de déviation (premier principe)

Système en marge des circuits conventionnels, les « encombrants » constituent pour certains répondants un lieu d'approvisionnement privilégié et central en temps de crise. Géraldine, actuellement au chômage, illustre en quoi le trottoir est d'abord une hétérotopie de crise :

« Oui je ramasse les objets sur les trottoirs depuis que j'ai perdu mon emploi, plutôt même que j'ai tout perdu... Je ramasse depuis bientôt trois ans les objets jetés. Je me souviens de ma première fois comme si c'était hier, j'avais très honte, c'était pour moi quelque chose de difficile » (Géraldine, 30 ans).

Pour d'autres, en revanche, glaner est un choix délibéré marqué toutefois par des sentiments de honte. Ceux-ci soulignent que le lieu est également une hétérotopie de déviation, c'est-à-dire l'espace socialement stigmatisé où vivent les pauvres, les exclus, les marginaux auxquels on craint d'être assimilé (Goffman, 1975) :

« L'autre jour, mon voisin d'en face du coin de la rue – que je ne connais pas d'ailleurs – a vidé plein de trucs. J'ai pris son peignoir... C'est un peignoir d'homme. Je l'ai pris entre deux allées et venues lorsqu'il sortait ses affaires. ça faisait un peu... euh... « voleur » quoi ! Du genre la fille qui n'a même pas de quoi acheter un peignoir neuf à son mari. Un peu nécessiteux si je puis dire... » (Léa, 45 ans).

Pourtant, alors que le trottoir reste le lieu d'approvisionnement des « classes malpropres et dangereuses » (Faure, 1977), les discours des glaneurs montrent que le regard qu'on porte sur ces pratiques évolue, illustrant en creux le deuxième principe de transformation de cette hétérotopie.

3.2. Faire le trottoir : un regard en mutation sur le pauvre et le sale (deuxième principe)

Les glaneurs ne sont pas toujours issus d'un milieu où la pratique était habituelle. Soit, comme Géraldine, ils ont du s'y résoudre à un moment difficile de leur vie, soit ils en ont fait une activité délibérée, choisie et de conviction. Il est difficile, en réalité, de retracer le moment où le glanage est rentré dans la vie de nos répondants. Il peut s'agir, comme pour Léa, d'une première « trouvaille » qui lui a fait comprendre qu'un objet jeté n'était pas nécessairement un rebut, ce dont elle se souvient encore :

« Ah, ça oui, [je m'en souviens] très bien ! C'était à Vincennes où j'habitais étant étudiante. Je suis rentrée chez moi un soir et il y avait des encombrants je crois. En tout cas, il y avait un robot type éplucheur de carottes, fromage rapé, etc. qui était posé juste devant l'entrée, dans sa boîte. J'ai soulevé le couvercle, pour voir. Tout avait l'air en ordre, bien rangé. Je me suis dit : « il doit être cassé. Les gens ne jetteraient pas un truc qui fonctionne ». Mais quand même, par acquis de conscience, je l'ai remonté à la maison. Ça ne prend pas longtemps de brancher une prise et de voir si ça marche. Eh bien, je n'en revenais pas, mais il était impeccable ! Je l'ai gardé et il fonctionne encore » (Léa, 45 ans).

Quoi qu'il en soit, les représentations négatives habituellement associées au glanage ou les problèmes d'hygiène relatifs à la peur de la contamination témoignent d'une transformation du regard porté sur la pratique. Les glaneurs y sont globalement peu sensibles et s'emploient à catégoriser les choses qu'il est possible ou exclu de ramasser – les vêtements ou les objets en contact direct avec le corps en particulier –, ou mettent aussi en œuvre des rituels de

décontamination et de purification des objets glanés (Lastovicka et Fernandez, 2005; McCracken 1986). Mais c'est surtout à l'objet, et moins à la représentation sociale que les glaneurs attachent de l'importance en procédant, comme Léa, à son examen attentif avant usage en l'état, ou comme Amandine, étudiante en arts plastiques, à l'évaluation du potentiel créatif qu'il recèle :

«... Prendre des tas de trucs que... dans lesquels on va se servir, comme des planches de bois et puis on invente des millions de trucs à faire et ça vient aussi...oui, de ce besoin de créer... » (Amandine, 22 ans).

De fait, le trottoir devient alors un espace propice à la sérendipité (Fernandez, Brittain et Bennett, 2011), offrant un immense réservoir d'objets de tous lieux et de toutes époques.

3.3. Les « encombrants », juxtaposition d'espaces et de lieux hétéroclites (troisième principe)

Contrairement à ce qui est communément admis, les objets jetés aux encombrants ne sont donc pas seulement des choses cassées ou abîmées. Les répondants y voient, comme dans les brocantes, des singularités qui soulignent le caractère muséal du lieu (Sherry 1990). Eddy et Joël, par exemple, illustrent chacun l'historicité des objets qu'ils ont ramassés sur les trottoirs :

« Parce qu'on trouve de tout et de rien. Moi, j'ai trouvé des vieux vinyles que j'ai offerts à un copain qui scratche. C'est des vieux vinyles de Bob Marley, de trucs comme ça. C'est super de trouver des trucs comme ça. Ça pourrait être des disques de collectionneurs. J'en ai pris trois ou quatre que je connaissais et qui m'intéressaient. Je les ai embarqués et je les lui ai offerts. Il m'a dit « ouais, c'est trop bien ! » (Eddy, 23 ans)

« On descend et il se trouve qu'il y a un miroir, un beau miroir avec un cadre tout ça, on n'en a pas spécialement besoin, ici il y en a, et je ne suis pas obsédé par les miroirs, mais c'est vrai que ça fait de la peine, ce miroir... ça peut être une chaise, une table en métal, une lampe façon année 30 sur pied. J'ai fait un détour, j'ai remis mon rendez-vous pour la ramener » (Joël, 61 ans).

La profusion de styles et d'époques des objets glanés découle aussi du fait que les déposers se débarrassent d'une manière aléatoire de ce dont ils ne veulent plus, ce que Joël regrette :

« J'ai l'impression que les choses, les gens jettent facilement car ce sont des objets qui n'ont pas de valeur, beaucoup de choses pas très cher dont on se lasse vite. Mais les gens qui n'ont pas connaissance peuvent se débarrasser de choses extrêmement intéressantes. Ils les jettent car c'est vieillot » (Joël, 61 ans).

En réalité, jeter appelle un processus de détachement (Lucas, 2002) différent des modes de transmission que sont le don ou la vente. Il accompagne souvent un changement de vie. De même, pour le glaneur, ramasser constitue aussi une rupture, volontaire ou non, avec le système de consommation conventionnel et les circuits habituels d'approvisionnement.

3.4. Les « encombrants » comme hétérochronies (quatrième principe)

Mettre ses objets sur le trottoir va souvent de pair avec une hétérochronie. Du côté des déposers, il s'agit le plus souvent d'un déménagement ou d'un changement de décor, comme le décrit Philippe, 42 ans : « Je dépose également des objets dans la rue en cas de déménagement, le moment où je décide de changer mes meubles ». De manière plus banale, il peut aussi s'agir d'une transformation des pratiques liées à l'obsolescence des objets : « Une vieille valise : celle-là, elle n'a pas de roulettes. C'est par exemple quelque chose dont je ne me servirai plus jamais » (Léa, 45 ans). Déposer aux encombrants accompagne donc également une hétérochronie de l'objet – celle de sa disgrâce ou de sa mort – ce qu'illustre cette répondante en disant : « si je les jette, elles sont pourries, donc je considère qu'elles ont fini leur vie » (Anne, 50 ans).

Symétriquement pour les glaneurs, « faire le trottoir » accompagne souvent aussi des hétérochronies : perdre son emploi, éprouver des difficultés financières (Géraldine) ou comme Muriel, vivre un deuil dans lequel les objets viennent jouer un rôle substitutif :

« J'ai perdu quelqu'un de très cher à mes yeux... (Larme qui coule) Cela va te sembler bête, mais j'ai eu besoin de combler ce vide et de m'occuper, car je voyais très souvent cette personne. C'est à ce moment-là que

j'ai commencé à parcourir les rues à la recherche d'objets quelconques. Je ramassais tout et n'importe quoi et j'entassais tout, mais vraiment tout » (Muriel, 50 ans).

Pour autant, même si des impératifs financiers ou psychologiques poussent des individus à ramasser des objets, glaner ne va pas de soi. Au-delà du stigmat social, le regard que le précédent propriétaire jette sur le glaneur contribue à faire du trottoir un lieu partiellement fermé, comme l'énonce le cinquième principe.

3.5. *Le trottoir, espace ouvert, espace fermé (cinquième principe)*

Dans l'absolu, le trottoir est un espace public, donc ouvert. Les jours d'encombrants, les objets déposés sur les trottoirs sont considérés comme des *res derelictae* (articles 539 et 713 du Code Civil), autrement dit des biens « sans maître ». Légalement, ils donc susceptibles d'être récupérés par les glaneurs. En réalité, leur proximité avec le logement de leur précédent propriétaire fait que ces derniers ne savent pas toujours si les objets sont réellement réappropriables, comme l'indique Gosia :

« Un jour j'avais vu des objets qui m'intéressaient. J'avais très envie de les prendre. Je les regardais et en fait, il y avait une camionnette de déménagement... (rires) ça m'est arrivé deux ou trois fois mais en fait c'était à quelqu'un, c'était un déménagement, j'étais déçue » (Gosia, 34 ans).

Même lorsqu'il n'y a pas d'ambiguïté sur le fait qu'il s'agit bien d'objets jetés, le regard du déposateur sur le glaneur fait du trottoir un espace plus fermé qu'il n'y paraît, comme le décrit Amandine :

« L'autre jour c'était des gens un peu antipathiques, c'était la maison d'en face de chez mon père où j'ai trouvé ce pull-là. Et au moment où j'étais en train de l'étendre pour voir ce que c'était, la nana a rabattu son espèce de bâche qui couvre sa clôture pour ne pas qu'on voit son jardin et elle m'a jeté un œil... je ne l'ai pas trouvée très avenante » (Amandine, 22 ans)

Aussi, le trottoir est une hétérotopie dans le sens où il instaure des fermetures vis-à-vis de ceux auxquels on ne veut pas transmettre (Lastovicka et Fernandez, 2005), même lorsque les objets ont été volontairement abandonnés :

« Par contre, des fois, je suis agacée par les gens qui s'arrêtent avec leurs camions et qui viennent comme des rapaces presque vous enlever les objets des mains. Et je me suis vue attendre qu'il soit plus tard et qu'ils soient repartis pour sortir les objets » (Léa, 45 ans).

Cet extrait de discours esquisse l'idée que les « encombrants », en plus d'être un moyen pratique de se débarrasser des objets, sont aussi une modalité de leur remise en circulation. Le sixième principe permet d'éclairer la nature de l'illusion qui fait du trottoir une hétérotopie : celle d'une dénonciation du système de consommation à la fois par les déposateurs et les glaneurs.

3.6. *Les « encombrants » : une dénonciation croisée du système de consommation (sixième principe)*

L'analyse comparée des discours des déposateurs et des glaneurs montre que chacun nourrit un ensemble de représentations de l'autre. Du côté des déposateurs, ces représentations sont alimentées par une connaissance implicite des pratiques de glanage (« Je ne pourrais pas vous dire pourquoi mais je sais que c'est une pratique très courante dans le quartier » - Philippe, 42 ans), soit parce que les objets disparaissent avant leur enlèvement (« c'est un peu comme le triangle des Bermudes, le lendemain, avant qu'ils passent, la moitié des trucs avait disparu » - Hélène, 30 ans), soit parce que les répondants sont, comme Eddy, eux-mêmes glaneurs (« Je sais qu'il y a des gens qui vont les récupérer » - Eddy, 23 ans). D'une manière générale, le déposateur se fait une idée d'un glaneur nécessaire auquel il répond implicitement en « offrant » ses objets :

« Pour moi quand je laisse un objet dans la rue, c'est forcément un don que je fais pour les personnes qui en ont besoin... Donc pour moi tous les objets que je dépose sur le trottoir ont eu une utilité bien précise... Je les

dépose de manière naturelle, à quoi bon se cacher. Je n'ai pas honte de ce que je fais, j'en suis plutôt fier » (Paul, 49 ans).

A ce geste d'altruisme motivé par l'idée que le système de consommation n'est pas accessible à tout le monde, certains glaneurs répondent par une perception symétrique qu'ils reçoivent un « cadeau », « un don » comme l'exprime Gosia :

« Je remercie souvent les gens pour le geste qu'ils font. Oui je prends cela comme un don de quelqu'un qui est anonyme. Comment je nomme cet acte, euh, pour moi c'est de l'espoir. Oui j'ai l'impression de recevoir un cadeau de la vie car celle-ci n'est pas facile avec tout le monde » (Géraldine, 30 ans).

Vécue généralement comme une réciprocité généralisée (Fréméaux et Michelson, 2011), cette forme de don n'implique pas un retour direct vers le donateur, mais plutôt l'instauration d'un cycle anonyme et asynchrone d'échanges, comme le décrit Amandine :

« Voilà, c'est comme si la rue était un grand libre service et chacun...voilà, s'offre mutuellement ce dont il n'a pas besoin, ce qui ne vaut pas la peine d'être vendu » (Amandine, 22 ans).

Cependant, la reconnaissance éprouvée par les glaneurs lorsqu'ils trouvent de manière inattendue des objets de valeur ou d'intérêt coexiste aussi, pour certains d'entre eux, avec une incompréhension du geste du déposeur. Eddy par exemple indique :

« Le type, moi je comprends pas pourquoi il a jeté ça. Il s'est dit « c'est une vieillerie, j'en ai plus rien à faire ! » (Eddy, 23 ans).

Dans ce cas, l'incompréhension se double aussi d'une critique de la société de consommation, rendue responsable d'encourager le gaspillage et la paresse des consommateurs, comme il le précise ensuite :

« Si ça se trouve, c'est des feignants. Ouais, y'a un truc qui marche pas, un fil dessoudé ou quoi que ce soit, ils prennent, ils jettent » (Eddy, 23 ans).

De fait, le trottoir apparaît comme une hétérotopie anti-consommatoire qui permet à certains de transmettre leurs objets à ceux qui pourraient en avoir besoin, et à d'autres de les récupérer en diminuant leur fréquentation des circuits conventionnels :

« Enfin, on ne va pas aller acheter des planches super chères alors qu'il y a les mêmes qui sont déposées juste à côté, quoi ! ...Après, il y a tous les imprévus, tous les petits trucs auxquels on n'a pas pensé, on n'a pas forcément besoin, on n'a pas imaginé que hop, il se trouve là. Par exemple, un saladier ou un beau vase, on peut le récupérer pour le mettre à la maison. On est content, ça fait un truc » (Eddy, 23 ans).

En résumé, le trottoir fonctionne comme un « autre » circuit d'échange qui se présente comme un espace d'illusion, dénonçant celle des circuits conventionnels : illusion mimétique d'être un lieu quasi-similaire d'approvisionnement (Gosia), mais aussi illusion utopique d'être le contrepoint de leurs logiques calculatoires (Amandine)

« Oui je regarde. Il y en a plein (d'objets) que je ne vois pas adaptés pour chez moi, mais il y a des très beaux meubles » (Gosia, 34 ans)

« Oui ! Je pense qu'il y a cette liberté de se servir. Oui voilà ! Oui, c'est ça ! On est libre. C'est libre ! Et puis il n'y a aucune culpabilité, puisqu'on se dit que ce sont des objets rejetés et nous, on est super heureux de se dire qu'on peut on peut farfouiller, et la moindre cochonnerie qu'on trouve on la trouve super, hein ? Et on va la garder... avoir une tonne de matériaux sous la main, sans aucune contrainte d'un point de vue économique. Ça c'est clair, et voilà, de se dire : « sers-toi, c'est gratuit quoi ! » (Amandine, 22 ans)

4. Discussion, implications et voies de recherche

Cet article visait à montrer l'intérêt du concept d'hétérotopie, ces « autres » lieux ou « contre-emplacements », pour l'analyse de la circulation d'objets usagés. Au travers des six principes énoncés par Foucault (2001), il permet de rendre visibles des espaces qui resteraient inaperçus

et impensés comme lieux d'échanges. Etudier ces espaces où des circulations ont cours permet d'en comprendre la réalité, les logiques et de mettre au jour les utopies qu'elles véhiculent : utopie du don, utopie de la gratuité en marge du monde marchand.

En termes d'implications, ce travail ouvre des pistes pour une meilleure prise en compte de l'espace dans le champ de la consommation, pas seulement en tant que lieux pris comme unités d'analyse, mais aussi sous la forme du dialogue que ces « contre-emplacements » entretiennent avec les formes conventionnelles qu'ils contestent. Il esquisse également l'intérêt d'une perspective historique qui pourrait éclairer la dynamique des formes de distribution, les plus conventionnelles ayant elles-mêmes à un moment donné fonctionné comme des hétérotopies. On pourra à cet égard évoquer le grand magasin d'*Au bonheur des dames* (Zola, 1883/1971) qui, à l'hégémonie du commerçant dans sa boutique, oppose la liberté d'accès aux produits et la récréation de l'atmosphère du bazar. Du trottoir aux formes modernes de distribution, mais aussi de leur coexistence dans des espaces culturellement définis (Amine et Lazzaoui, 2009), une histoire des hétérotopies marchandes reste à écrire.

Références

- Amine A. et Lazzaoui N. (2009), Réactions des consommateurs aux formats de distribution alimentaire dans les pays émergents : résistance ou stratégie d'adaptation ?, in Marketing et résistance(s) des consommateurs, dir. D. Roux, Paris, Economica.
- Aubert-Gamet Véronique (1996), Le design d'environnement dans les services : appropriation et détournement par le client, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Droit, d'Economie et des Sciences d'Aix Marseille III.
- Badot O. (2005), Esquisse des fonctions socio-anthropologiques du commerce et de la distribution : les cas McDonald's, West Edmonton Mall et Wal-Mart, Thèse de Doctorat en Anthropologie, Faculté des Sciences Humaines et Sociales de La Sorbonne.
- Bakhtine M.M. (1970), *L'oeuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen Age et sous la Renaissance*, Paris, Gallimard.
- Belk, R. W. et Costa, J. A. (1998), The mountain man myth: A contemporary consuming fantasy, *Journal of Consumer Research*, 25, 3, 218-240.
- Belk R.W., Sherry J.F. et Wallendorf M. (1988), A Naturalistic Inquiry into Buyer and Seller Behavior at a Swap Meet, *Journal of Consumer Research*, 14, 4, 449-469.
- Bonnin G. (2000), Conceptualisation et exploration des rôles du comportement physique et de l'aménagement de l'espace, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Bourgogne, Dijon.
- Bonnin G. (2003), La mobilité du consommateur en magasin : une étude exploratoire de l'influence de l'aménagement spatial sur les stratégies d'appropriation des espaces de grande distribution, *Recherche et Applications en Marketing*, 18, 3, 7-29.
- Cherrier H. (2009), Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities, *Journal of Business Research*, 62, 2, 181-190.
- Cliquet G. (2003), Introduire l'espace dans la recherche et les décisions marketing (Éditorial), *Recherche et Applications en Marketing*, 18, 3, 6-7.
- Daucé B. (1998), Invitation à penser l'espace et le temps pour comprendre le comportement du consommateur, *Actes du 1er colloque E.THIL*, La Rochelle, avril, 36-43.
- Daucé B. et Rieunier S. (2002), Le marketing sensoriel du point de vente, *Recherche et Applications en Marketing*, 17, 4, 46-65.
- Damon J. (2007), La prise en charge des vagabonds, des mendiants et des clochards : une histoire en mouvement, *Revue de droit sanitaire et social*, 43, 6, 933-951.

- Del Bucchia C. (2010), Le repas familial, un cas de don polymorphe orienté vers l'enfance, Thèse pour l'obtention du Doctorat en sciences économiques et sociales, Université de Genève.
- Desjeux D. (2003), Réflexions sur la logique des innovations dans l'espace domestique. Une entrée anthropologique pour comprendre la consommation comme un processus social, *Actes des 2^{èmes} Journées Normandes de la Consommation*, Caen.
- Duneier M. (1999), *Sidewalk*, New York, Farrar, Straus et Giroux.
- Faure A. (1977), Classe malpropre, classe dangereuse ? Quelques remarques à propos des chiffonniers parisiens au 19^{ème} siècle et de leurs cités, *Recherches*, 29, Décembre, 70-102.
- Fernandez K., Brittain A.J. et Bennett S.D. (2011), Doing the Duck: Negotiating the Resistant-Consumer Identity, *European Journal of Marketing*, 45, 11/12, 1779-1788.
- Floch J.-M. (1989), La contribution d'une sémiotique structurale à la conception d'hypermarché, *Recherche et Applications en Marketing*, 4, 2, 37-59.
- Foucault M. (2001), Des espaces autres, in *Dits et écrits 1954-1988. II, 1976-1988*, Paris, Gallimard, collection « Quarto », 1571-1581.
- Fréméaux S. et Michelson G. (2011), 'No Strings Attached': Welcoming the Existential Gift in Business, *Journal of Business Ethics*, 99, 1, 63-75.
- Giannelloni J.L. et Cova V. (2012), Premières étapes de construction d'une mesure du sentiment de « chez soi » : génération des items et structure factorielle, *Actes des 11^{èmes} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Université de Rouen, Deauville, 22-23 novembre.
- Goffman E. (1975), *Stigmates, les usages sociaux des handicaps*, Paris, Editions de Minuit.
- Graillet L. (2005), Réalités (ou apparences ?) de l'hyperréalité : une application au cas du tourisme de loisirs, *Recherche et Applications en Marketing*, 20, 1, 43-64.
- Gregson N., Metcalfe A. et Crewe L. (2007), Identity, Mobility, and the Throwaway Society, *Environment and Planning D: Society and Space*, 25, 4, 682-700.
- Kilbourne, William E., Pierre McDonagh, and Andrea Prothero (1997), Sustainable Consumption and the Quality of Life: A Macromarketing Challenge to the Dominant Social Paradigm, *Journal of Macromarketing*, 17, 1), 4-25.
- Kozinets, R.V. (2002), The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities, *Journal of marketing research*, 61-72.
- Laberge D. et Roy S. (2001), Pour être, il faut être quelque part : la domiciliation comme condition d'accès à l'espace public, *Sociologie et sociétés*, 33, 2, 115-131.
- Ladwein R. (2002), Voyage à Tikidad : de l'accès à l'expérience de consommation, *Décisions Marketing*, 28, octobre-décembre, 53-63.
- Lastovicka J.L. et Fernandez K. (2005), Three Paths to Disposition: The Movement of Meaningful Possessions to Strangers, *Journal of Consumer Research*, 31, mars, 813-823.
- Lemoine J.-F. (2005), L'atmosphère du point de vente comme variable stratégique commerciale : bilan et perspectives, *Décisions Marketing*, 39, 79-81.
- Lucas G. (2002), Disposability and Dispossession in the Twentieth Century, *Journal of Material Culture*, 7, 5, 5-22.
- McCracken G. (1986), Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods, *Journal of Consumer Research*, 13, juin, 71-84.
- McCracken G. (1988), *The long interview*, Newbury Park; Beverly Hills: Sage.
- Robinot E. et Giannelloni J.-L. (2009), La prise en compte de l'environnement naturel dans les services. Une échelle d'attitude, *Recherche et Applications en Marketing*, 24, 2, 29-51.
- Sherry J.F. (1990), A Sociocultural Analysis of a Midwestern American Flea Market, *Journal of Consumer Research*, 17, 13-30.
- Zola E. (1883/1971), *Au bonheur des Dames*, Paris, Le Livre de Poche.