



HAL
open science

Entre ancrage et déambulation, les tactiques socio-spatiales du marchand de rue. Le cas des lieux de transit à Istanbul.

Joël Meissonnier

► **To cite this version:**

Joël Meissonnier. Entre ancrage et déambulation, les tactiques socio-spatiales du marchand de rue. Le cas des lieux de transit à Istanbul. . Yves Bocquet, René-Paul Desse (éds.), 2010, Commerce et mobilités, Actes du colloque 2007 de la commission de géographie du commerce, Éditions Universitaires de Dijon, coll. 'Sociétés', pp. 71-87, 2010, 978-2-915611-62-5. halshs-01778311

HAL Id: halshs-01778311

<https://shs.hal.science/halshs-01778311>

Submitted on 25 Apr 2018

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.

Entre ancrage et déambulation, les tactiques socio-spatiales du marchand de rue

Le cas des lieux de transit à Istanbul.

Joël Meissonnier

Résumé

S'appuyant sur les résultats d'une enquête de terrain qualitative, la contribution fait état d'une typologie possible des pratiques socio-spatiales de commerce de rue dans la mégapole d'Istanbul. L'auteur montre que si l'accès aux lieux dont la zone de chalandise est la plus large constitue le premier enjeu, l'accès à une forme de légitimité sociale constitue incontestablement le second enjeu du commerce de rue. Lorsque le degré de légitimité est maximal, il permet de faire de l'espace un territoire alors que lorsqu'il est minime, il suffit juste à traverser le territoire d'autrui sans s'arrêter longtemps. Lorsque le niveau de mobilité est maximal, le marchand va vers le client, alors que lorsqu'il est minimal, c'est le client qui vient au marchand. L'analyse se focalise finalement sur le cas du commerce de rue dans les lieux de transit pour déterminer ce que l'activité commerciale informelle en ces lieux a de particulier : une temporalité plus erratique, une présence plus éphémère, une offre plus conjoncturelle, une plus grande liberté apparente mais aussi une propension plus importante à faire l'objet de répressions policières.

Mot-clés : Istanbul, commerce de rue, mobilité, territoires, lieux de transit.

Abstract

On the basis of a qualitative fieldwork in Istanbul this paper suggests a typology of 'street traders' socio-spatial behaviours in Istanbul urban areas. The author shows that if the spatial mobility leading to shopper-endowed areas is probably the main stake, access to a social legitimacy is also a very important issue. As a high level of social legitimacy enables to build territories, a low level of social legitimacy only just suffices to pass through a space without long stops in others' territories. As a high level of spatial mobility enables street sellers to go towards shoppers, a low level of spatial mobility means sellers just have to wait for shoppers. Then, the analysis focuses on specificities of street selling in transit or staging areas in order to determine how informal trade activities in such places is characterized : a more erratic temporality, a more faddish presence, a quicker goods renewal, an apparent wider liberty but also more frequent likely repression measures due to the municipality police.

Keywords : Istanbul, street trading, mobility, territories, staging areas.

Le commerce ambulant est une activité généralement informelle à la croisée des thèmes du colloque : commerce et mobilités spatiales. Notre propos se fonde sur une recherche compréhensive menée à Istanbul auprès de vendeurs ambulants entre 2003 et 2006, dans une perspective socio-anthropologique. L'approche, qualitative¹, a consisté à recueillir une quarantaine de témoignages par entretiens en face-à-face semi-directifs auxquels se sont ajoutés des suivis d'itinéraires. L'étude de la présence spatiale des vendeurs de rue stambouliotes a révélé chez eux une capacité subtile à saisir les rythmes sociaux comme les logiques spatiales des modes de vie urbains bien qu'issus, pour la plupart, d'un exode rural des plateaux anatoliens récents (Déli, 2000 et Déli, Pérouse, 2002).

Si ces travaux ont déjà fait l'objet de deux publications (Meissonnier, 2006 et 2007), l'implication que la forme urbaine peut avoir sur la pratique commerciale informelle n'avait pas été mise en évidence explicitement. Le propos vise ici à présenter une typologie des comportements socio-spatiaux des vendeurs de rue pour en dégager quelques spécificités relatives aux commerces informels sur les lieux de transit en particulier. En effet, il s'agira, d'apporter un éclairage stambouliote au débat sur la spécificité, la redondance ou la complémentarité du commerce de « centre-ville » relativement au commerce sur les « lieux de transit ». Au préalable, quelques précisions sémantiques s'imposent afin de délimiter les contours de la population et des espaces étudiés.

1 – Les notions employées

1.1 – La population étudiée

Tout d'abord, nous qualifions d'informels des individus qui s'improvisent commerçant dans le cadre d'une économie de subsistance mais qui n'ont pas bénéficié d'une inscription officielle au registre du commerce. Toutefois, nous nous accordons avec la plupart des travaux en sciences sociales sur l'économie informelle pour dire la difficulté à placer une limite claire entre le formel et l'informel². Ces individus représentent la très grande majorité des vendeurs, considérés comme nuisibles par la Municipalité du Grand Istanbul (MGI). De façon concomitante avec une accentuation de la politique « d'éradication »³ des vendeurs informels trop visibles officiant sur les places publiques qui constituent des hauts lieux symboliques, on note depuis 2004 une attitude ambiguë de la MGI qui, dans le cadre d'une politique de folklorisation de l'activité commerçante des rues, accorde à quelques vendeurs privilégiés un statut légal. Il convient de préciser que notre propos ne concerne pas ces

¹ La recherche a été réalisée dans des conditions de recueil délicates (exclusivement en extérieur) auprès d'interlocuteurs hésitants, souvent farouches (se sachant stigmatisés par leur accent ou leur analphabétisme) ou traqués par les forces de l'ordre. La solution a consisté à n'utiliser ni note ni magnétophone et à se dire « écrivain », le terme de chercheur risquant d'effrayer ou de susciter la méfiance. Menés en compagnie d'un enquêteur turc bilingue, les entretiens ont été immédiatement retranscrits de mémoire. Cette double « oreille » a permis une fidélité plus grande dans la retranscription des propos et une traduction immédiate du turc vers le français.

² Monnet et Steck (2008) nous invitent à « dépasser les nombreux flottements et contresens qui entourent la notion [d'informalité], notamment autour de couples aussi discutables et discutés que légal-illégal, organisé-inorganisé, planifié-spontané, traditionnel-moderne, local-mondial... ». Incontestablement, les frontières entre formel et informel sont floues. Où situer par exemple ce vendeur qui déclare aller à la mairie pour y chercher une autorisation : « Tu te présentes, tu fais des rencontres. Ensuite on te dit qu'il faut verser 60 millions par mois sur un numéro de compte et si tu acceptes, on te donne un papier officiel. Après t'es tranquille... en cas de contrôle, il suffit de montrer le papier », mais qui ajoute aussitôt : « C'est du *back-chiche* parce que l'argent, je le verse sur un numéro de compte personnel. Tout le monde essaye de se faire sa petite caisse noire. Au gouvernement c'est pareil, tous des pourris » ?

³ Voir Cross (1998) pour plus d'informations sur l'éventail des positionnements politiques possibles des institutions face au commerce de rue et aux activités commerciales informelles (le cas du Mexique).

vendeurs dont la présence est « légalement » légitime. En second lieu, la notion de « vendeur ambulant » sera indifféremment utilisée avec celle de « marchand de rue » dans la mesure où tous les commerçants étudiés disposent de la possibilité de se déplacer (à l'aide d'un véhicule comme une charrette, par exemple). Il va de soi, cependant, qu'ils présentent des niveaux de mobilité forts différents les uns des autres, certains étant très labiles, d'autres presque immobiles au cours de leurs journées.

A Istanbul, les marchands de rue font du commerce de fruits, de légumes, de sandwiches, d'articles ménagers, de jouets ou de DVD. Selon la saison, ils vendent châtaignes grillées, maïs bouilli, chaussettes, bonnets, parapluies ou casquettes. Cette population quasi-exclusivement masculine d'« entrepreneurs sans entreprise » (Granovetter, Swedberg, 2001) anime des filières marchandes en commercialisant des produits d'usage licites et illicites indifféremment. Les acteurs de cette activité commerciale parallèle sont très généralement issus d'un exode rural récent. L'activité permet ponctuellement de rembourser une dette ou de payer une traite. Mais plusieurs migrants s'installent plus durablement dans cette condition et en font un mode de subsistance malgré son caractère officiellement illicite.

1.2 – Définition des notions de « centre » et de « lieu de transit »

Nous désignerons par « lieu de transit » des lieux dotés de plateformes d'échange multimodales empruntées par les usagers des réseaux de transports en commun ou des croisements majeurs du réseau routier (carrefours). Si la définition de la notion de « lieu de transit » est sans équivoque⁴, il est beaucoup plus délicat de s'entendre sur la notion de « centre-ville ».

Sauf à le chercher sous le Bosphore, la mégapole d'Istanbul ne présente pas de centre évident, géométriquement parlant. La notion ne peut être comprise que par abstraction et doit être déclinée selon les pratiques que l'on a des espaces. A Istanbul, il nous faut parler de centralités (au pluriel) ce qui rend la notion particulièrement ambiguë. Si l'on tient à utiliser la notion de « centre-ville », il convient d'en distinguer deux formes. Dans un cas, la notion s'oppose à celle de « lieu de transit » mais pas dans l'autre.

Cette notion peut désigner des places animées où se tiennent inmanquablement des salons de thé pour homme et une mosquée. Ce sont les carrefours de la convivialité urbaine, conçus pour y stationner. Ils donnent envie d'y demeurer. Le rythme de la vie y est relativement paisible et les véhicules ne peuvent les traverser sans ralentir significativement. Cette définition du centre-ville entre en contradiction avec la notion de « lieu de transit » qui désigne des espaces connectés au reste du tissu urbain, davantage conçus pour le passage (visant à ce qu'il soit le plus fluide et le plus rapide possible).

Mais la notion peut également désigner des hauts lieux⁵, des places ou des rues piétonnes chargées d'une importance symbolique particulière (économique et financière, historique et touristique). Or, ces centralités n'entrent pas véritablement en contradiction avec la notion de « lieux de transit » dans la mesure où elles présentent une excellente accessibilité et sont nécessairement dotées de plateformes multimodales ou de carrefours à proximité immédiate (ou en sous-sol). A Istanbul, selon l'acception du « centre » dont on se dote, on désigne des

⁴ Pour plus de détails, voir : Bellanger et Marzloff (1996).

⁵ Nous faisons référence à la notion de « haut lieu » telle que définie par Chantelat et *alii* (1998).

espaces qui sont relativement compatibles avec la notion de « lieu de transit » ou davantage contradictoire.

En outre, le relief d'Istanbul a largement contribué à modeler la morphologie urbaine. C'est bien souvent la topologie escarpée de la ville qui a dicté sa logique aux hommes dont on peut aisément faire une lecture :

- Crêtes et fonds de vaux sont des rues commerçantes et des axes de communication routiers principaux. Souvent engorgés, ces axes dégagent une atmosphère tumultueuse si l'on en juge par l'usage sans retenue des avertisseurs sonores. C'est à l'intersection de ces crêtes ou lorsqu'un val débouche sur la mer que l'on trouve généralement **un lieu de transit**, parfois accompagné d'une centralité urbaine (au sens de haut lieu).
- Les coteaux, plus calmes, sont principalement résidentiels. Ils présentent un maillage de **ruelles en pentes** (*yokuş*), moins accessibles, rarement desservies par les transports en commun.
- Au cœur de ces quartiers résidentiels, les quelques replats que présentent les collines constituent souvent des **places animées**. Ils constituent des centralités (au sens de carrefour des sociabilités).
- Si ces replats sont desservis par des **rues plus passantes et plus commerçantes**, elles ne constituent pas des lieux de transit pour autant dans la mesure où les flux sont essentiellement locaux.

L'espace de notre étude a été choisi de manière à disposer d'une diversité de ces différentes formes urbaines. Il va du sud de l'arrondissement de Şişli à l'est de l'arrondissement de Beyoğlu, jusqu'aux rives de la Corne d'Or au sud et aux rives du Bosphore à l'est. On dispose là d'un éventail de places animées, coteaux résidentiels et lieux de « transit ».

La diversité de ces formes urbaines n'induit-elle pas un certain nombre de logiques spatiales présidant au dessin des itinéraires de vendeurs ambulants ?

2 - Entre partir et rester : des logiques spatiales

L'observation des pratiques socio-spatiales des vendeurs de rue à l'aide de relevés d'itinéraires permet de mettre à jour des logiques spatiales, c'est-à-dire des faisceaux d'attitudes convergentes déterminées spatialement qui sont autant de tactiques commerciales alternatives.

Ces logiques révèlent l'implication que l'une des formes urbaines décrites (lieux de transit, places animées et rues passantes, ruelles escarpées peu animées) peut avoir sur l'attitude socio-spatiale du vendeur (stationnement ou déambulation).

On est	en stationnement...	en déambulation...
...sur les lieux suivants :		
Les lieux de transit aux flux intenses	Oui, fréquemment	Non, rarement

Les places animées	Oui, fréquemment	Peu
Les rues passantes	Peu	Oui, fréquemment
Les ruelles escarpées peu animées	Non, rarement	Oui, fréquemment

Tableau : Des logiques spatiales

A Istanbul, comme dans tous les pays où il se pratique, un lien est à faire entre le commerce de rue et la mobilité. On rencontre à la fois des vendeurs quasi immobiles et d'autres vendeurs particulièrement labiles. Laurence Husson (1994), par exemple, à l'occasion d'une recherche en Indonésie sur les trottoirs de Surabaya, subdivise la population des vendeurs de rue en deux catégories :

- les stationnaires, qui attendent à un endroit fixe le client ou qui se postent dans différents lieux au cours de la semaine ;
- et les ambulants, qui couvrent un quartier défini de jour en jour ou effectuent de plus vastes parcours.

A Istanbul, on peut établir une relation entre cette catégorisation des attitudes socio-spatiales et les formes urbaines qui les présupposent ou non. Cette influence de la forme urbaine sur les modalités d'appropriation du territoire commercial tient à deux enjeux en tension : l'accès aux clients d'une part, l'accès à une forme de légitimité d'autre part.

2.1 - Le niveau de chalandise du lieu : une explication réelle mais insuffisante

Prenons deux exemples. La déambulation sur un lieu de transit est difficile de par l'importance du flux humain. Elle risquerait davantage d'importuner le chaland que de le séduire. Au contraire, le stationnement dans une ruelle peu animée est vain, par manque de client. On comprend donc que le niveau de chalandise du lieu est une donnée incontournable que le marchand prend en compte pour ajuster son attitude socio-spatiale à la tactique commerciale qu'il met en oeuvre.

Une question se pose alors. Comment expliquer que le stationnement sur des lieux de transit, ne soit pas particulièrement plébiscité ? Car finalement, à premier examen, cette logique spatiale paraît optimale. Elle donne accès à un nombre important de clients tout en réclamant assez peu d'efforts physiques. Or, quand on sait la topographie accidentée de la ville et qu'on réalise le poids d'une charrette à bras supportant plusieurs dizaines de kilo de marchandises, rester sur les lieux de transit présente un avantage significatif.

On peut expliquer la coexistence d'une diversité de logiques spatiales en comprenant qu'aucune n'est idéale. En effet, pour saisir le « manège » des vendeurs de rue, il faut replacer leur activité au cœur d'un autre enjeu qui oriente significativement le dessin de leurs itinéraires dans l'espace urbain : l'acquisition d'une légitimité sociale.

2.2 - Faute de légitimité légale...

Les agents de la police municipale en charge de la répression du commerce informel sont craints. Leur rencontre constitue un risque majeur. Lorsqu'ils sont assistés de forces armées, certains vendeurs sont victimes de brimades (expulsion à la matraque) ou, plus grave pour le marchand, de confiscations (au mieux de la balance ou de la recette du jour, au pire de la

charrette et de son chargement). Le prix d'une charrette pouvant équivaloir à une recette de 15 jours de travail, il va sans dire qu'agents de la municipalité et marchands ambulants « jouent » au chat et à la souris dans l'espace urbain.

Les vendeurs se sont construits une représentation spatialisée de ce risque. Ils ont souvent en mémoire les évacuations musclées et simultanées de toutes les grandes places d'Istanbul (hauts lieux symboliques) en 2002, en 2004, et lorsque de grands événements donnent à la ville l'occasion de faire « peau neuve » (la venue du pape ou du président américain). Ils s'accordent à penser ces lieux dotés d'une accessibilité excellente comme les plus soumis au contrôle policier. Cette menace qui pèse sur les lieux de transit attenants pousse le vendeur à déambuler dans les ruelles escarpées et peu passantes.

Mais ces lieux plus isolés confrontent le marchand à un autre risque, celui du manque à gagner. En effet, dans les ruelles résidentielles, il faut non seulement accepter de circuler mais aussi parvenir à établir l'indispensable relation de confiance⁶ avec le client. Or, celle-ci ne se décrète pas du jour au lendemain et ne se construit qu'au prix d'une présence récurrente et d'une grande ténacité du vendeur. Le risque de mévente tendrait donc, au contraire, à repousser les marchands vers les lieux de transit anonymes pour y stationner. Les lieux placent donc les vendeurs dans une tension permanente s'apparentant à une injonction paradoxale⁷.

2.3 - ... se construire une légitimité sociale.

Les vendeurs de rue ont également maille à partir avec les autres usagers de l'espace urbain. Lorsqu'un conflit naît, avec un automobiliste gêné par la charrette par exemple, le marchand est souvent victime de mépris, parfois d'insultes. Généralement conscient de n'être qu'un acteur toléré dans l'espace urbain, il supporte sans mot dire. Le marchand peut alors recevoir l'injonction de partir. Il tentera à nouveau sa chance quelques heures plus tard. Généralement admise comme une fatalité, la précarité de la légitimité du vendeur ambulant semble intériorisée.

Toutefois, les marchands ambulants sont rarement isolés dans l'espace urbain. A Istanbul, ils entretiennent des relations avec des membres de leur famille (plus ou moins éloignés) ainsi qu'avec de nombreuses connaissances du « pays »⁸ (*hemşeri*) issus d'une même contrée anatolienne. Ces liens ont souvent permis au marchand de s'installer à Istanbul et de prendre ses premières marques (logement, achat de la charrette, premières tournées). Ainsi, le marchand se représente l'espace urbain comme un ensemble de « lieux-ressources » où il sait pouvoir trouver une forme d'entraide, éventuellement une assistance, au moins une présence rassurante. Le lien qui unit deux co-originaires est un lien faible mais conformément à ce qu'a pu montrer Granovetter (1973), cette faiblesse dissimule une force, notamment pour mettre en place une entraide mutuelle dans le cadre d'activités économiques.

Ainsi, le marchand peut faire en sorte que sa déambulation journalière croise un certain nombre de personnes-ressources sédentaires (clients résidents ou commerçants patentés) souvent issues du même « pays ». Elles se tiennent garantes de sa bonne moralité et justifient sa présence dans l'espace urbain. Elles l'aident à se reconstruire une légitimité sociale, faute de légitimité légale. Si l'accès aux lieux dont la zone de chalandise est la plus large constitue

⁶ Saadi Lahlou (1993) considère que le consommateur est à l'affût de tous les « signes de qualité » pour lui permettre de choisir en situation d'incertitude. Il accorde à chacun une valeur prédictive pour des raisons objectivement fondées ou pas, mais rationnelles « de son point de vue ».

⁷ Cette même tension est aussi repérée par S. Tonnelat (2007) qui décrit les tactiques socio-spatiales des vendeurs de rue sénégalais sur Times Square à New York.

⁸ *Au sens de région*

le premier enjeu, l'accès à une forme de légitimité sociale constitue incontestablement le second enjeu du commerce de rue.

3 – Une typologie des vendeurs de rue à Istanbul

En asseyant notre analyse socio-anthropologique des pratiques commerciales informelles sur les notions de « mobilité » et de « légitimité sociale » à la fois, il nous a semblé possible de faire sourdre une typologie à valeur heuristique :

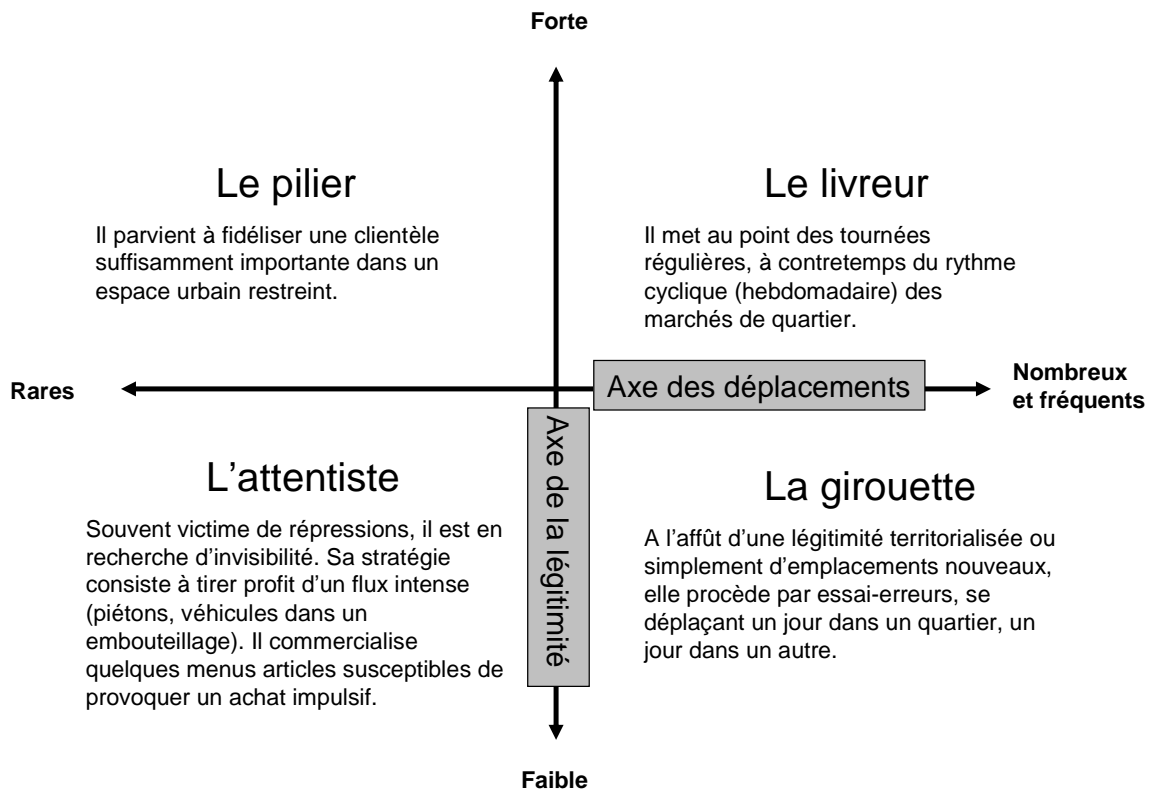


Figure 2 : Des logiques spatiales

3.1 - Quatre figures idéal-typiques

Pour présenter les résultats, nous avons opté pour le modèle wéberien (1917) de l'idéal-type⁹ car les vendeurs ambulants se répartissent aisément sur deux axes croisés et discriminants :

⁹ D'après Weber, « l'idéal-type est un tableau de pensée, il n'est pas la réalité historique ni surtout la réalité authentique. Il n'a d'autre ambition que d'être un concept limite, purement idéal, auquel on mesure la réalité pour clarifier le contenu empirique de certains de ses éléments importants, et avec lequel on la compare ». On obtient un idéal-type, disait Weber, « en accentuant unilatéralement un ou plusieurs points de vue et en enchaînant une multitude de phénomènes donnés isolément, diffus et discrets, que l'on trouve tantôt en grand nombre, tantôt en petit nombre et par endroits pas du tout, qu'on ordonne selon les précédents points de vue choisis

l'un faisant état de leurs degrés de mobilité et l'autre de leurs degrés de légitimité sociale. L'axe horizontal oppose les vendeurs qui se déplacent fréquemment à ceux qui se déplacent rarement. L'axe vertical oppose ceux qui disposent d'une reconnaissance sociale les rendant légitimes dans l'espace urbain qu'ils occupent à ceux qui ne sont pas parvenus à se forger cette légitimité.

Lorsque le degré de légitimité est :

- maximal, il permet d' « apprivoiser » un espace, d'en faire son territoire propre ;
- minimal, il suffit juste à traverser le territoire d'autrui sans s'arrêter longtemps ;

Lorsque le degré de mobilité est :

- maximal, le marchand va vers le client ;
- minimal, le client vient au marchand.

Sur ces axes sont positionnées quatre figures idéal-typiques dont on peut aisément situer la présence spatialement sur une forme urbaine identifiée. Après une rapide évocation de chacune de ces figures, nous focaliserons notre attention sur 'l'attentiste', au centre de la problématique des lieux de transit.

3.2 - A chacun son espace de prédilection

Le **'pilier'** ne se déplace guère. De par son expérience généralement longue, il a gagné la légitimité suffisante pour fidéliser une clientèle dans un territoire restreint qu'il fait sien. Disposant de plusieurs personnes-ressources en un lieu donné – et pas seulement des co-originaires – il tire partie d'un lieu situé aux croisements des rues passantes des quartiers résidentiels dont la place de la mosquée, en tant que scène sociale, est l'archétype.

C'est parce qu'il se sait légitime qu'un 'pilier' peut dire : « Bien sûr, d'autres vendeurs de sandwiches peuvent passer par ici. Rien ne les en empêche. Mais moi, tout le monde me connaît ici. Alors c'est à moi qu'on vient acheter des sandwiches ! »

Le 'pilier' a conscience que sa légitimité acquise localement est peu contestable. Elle lui permet d'exercer son activité commerciale « au grand jour », sans craindre avec trop d'anxiété le passage de la police municipale. Quoi qu'il arrive, les habitués de la place prendraient fait et cause pour lui. Son statut est si incontesté que le 'pilier' accorde des crédits à ses clients sans crainte. C'est un bon indicateur montrant que sa place dans l'espace urbain se rapproche de celui du commerçant patenté.

Le **'livreur'** sillonne la ville avec une préférence pour les quartiers résidentiels, les ruelles en pentes à l'écart des flux principaux. Il tire sa légitimité de la régularité de ses tournées en se donnant une « identité » visuelle et/ou sonore originale. Il dispose d'un cri distinctif, rigoureusement identique d'un jour sur l'autre, d'une corne inimitable ou d'un véhicule ne passant pas inaperçu tel que l'attelage d'une charrette à un cheval. Ces particularités lui garantissent de laisser un souvenir dans la mémoire des habitants. A son approche, ceux-ci sortent des immeubles ou demandent le prix des marchandises en criant par la fenêtre. Même si la pratique tend à disparaître, quelques client(e)s laissent descendre de leur fenêtre un panier suspendu à un fil contenant de l'argent. Le commerçant n'a plus qu'à garnir le panier et à rendre la monnaie. Le 'livreur' met au point ses tournées de manière stratégique. Il tire un

unilatéralement, pour former un tableau de pensée homogène. On ne trouvera nulle part empiriquement un pareil tableau dans sa pureté conceptuelle : il est une utopie » : on force donc le trait des grandes lignes qui semblent structurer la réalité observée.

bénéfice des lieux peu accessibles (rues en pente) et peu passantes pour se créer des opportunités commerciales à l'écart des rondes des forces de l'ordre.

La **'girouette'** se déplace en tous sens, sans suivre une logique claire. D'un point de vue spatial, l'itinéraire n'est jamais le même. D'un point de vue temporel, l'alternance des déplacements et des stationnements n'a aucune régularité. Certaines girouettes cherchent leurs marques dans l'espace urbain. Procédant par essai-erreur, elles tentent de construire une légitimité qu'elles n'ont pas encore. Mais plusieurs en font leur deuil et se résignent à entreprendre une « chasse » chaque jour différente. A l'affût d'emplacements ou de quartiers accueillants, la 'girouette' se déplace un jour dans un quartier, le lendemain dans un autre. Peut-être trouvera-t-elle un jour des personnes-ressources qui l'inviteront à rendre ses déplacements routiniers. Mais pour l'heure, elle tourne sans logique précise. Si la labilité de certains commerçants tient d'une mobilité efficace, stratégique ou produisant du changement, celle de la 'girouette' tient de l'errance, c'est-à-dire du déplacement dans « l'ailleurs et plus tard » faute de client dans l'« ici et maintenant ». (Lautier, 2000)

Un vendeur 'girouette' s'est arrêté dans une rue piétonne « parce qu'il y avait de la place ». Il vend des fruits secs : « Mes clients ne sont pas des habitués. Si dans un quartier je ne vends pas, je repars. Mais est-ce qu'il vaut mieux marcher ou rester sur place ?... on ne peut jamais savoir ! ».

'L'attentiste' est la figure d'un marchand peu mobile et peu légitime. Souvent victime de répressions, 'l'attentiste' est en recherche « d'invisibilité ». Les lieux qui recueillent ses faveurs sont les zones de transit.

Sa tactique consiste à tirer profit d'un flux piéton intense et de l'hospitalité paradoxale des lieux sans hôtes (Bordreuil, 2000). Il s'installe à la sortie d'une bouche de métro, dans une rue piétonne commerciale très passante ou à l'entrée d'un pôle d'échange multimodal. Il commercialise quelques menus articles susceptibles de provoquer un achat impulsif. Contrairement aux autres vendeurs, il ne dispose généralement pas de charrette ni d'aucun autre véhicule. Son instrument de travail se limite souvent à une bâche ou un sac en plastique. Lorsqu'il dispose d'un stand portatif, il est très maniable et peut être replié et replacé sur l'épaule en un temps record.

Quand ces lieux de transit donnent accès à des hauts lieux symboliques, l'attentiste s'approche dangereusement de ces lieux plus « interdits » que les autres : les grandes places que la municipalité du Grand Istanbul met un point d'honneur à débarrasser de ces importuns, mais aussi les rues piétonnes célèbres comme *Istiklal Caddesi* (la rue de l'indépendance) qui sont des « vitrines » qu'on veut rendre « présentables »¹⁰. Il se produit alors une sorte de « danse » des vendeurs attentistes qui contournent l'interdit au sens propre comme au figuré. Ils passent, s'approchent, puis s'installent à la limite de l'interdit¹¹. Ils se font « petits » pour mieux se faire accepter.

Dans des lieux extrêmement sujets aux contrôles des agents municipaux, anonymat et fuite garantissent à l'attentiste sa survie. La force des 'attentistes' réside souvent dans leur capacité à stationner en nombre au même endroit. Si l'un est « sacrifié », les chances des autres d'échapper aux agents de la municipalité sont plus grandes. Les expressions employées par les vendeurs 'attentistes' sont particulièrement imagées. « Vivre, de toute façon, c'est

¹⁰ Comme le mentionne Stéphane Tonnelat (2007), cette politique ne manque pas de rappeler la mode hygiéniste qu'a connue l'Europe au XIX^e siècle.

¹¹ Ce jeu avec le feu n'est pas une exclusivité stambouliote. Une manière similaire de flirter avec l'interdit a été remarquée à São Paulo où certaines rues très fréquentées par les piétons sont interdites aux camelots, qui, comme aimantés par cet interdit, s'agglutinent à leurs abords (Denoncourt, 2002).

résister ». Ou encore : « Le pain est dans la bouche du lion »¹². On est ici au cœur d'une lutte pour la survie¹³.

'L'attentiste', souvent ignoré ou méprisé, est en quête d'une relation sociale « de transit ». Là, il n'y a pas de « personne-ressource ». Il privilégie l'anonymat auquel coopèrent les clients-passants lors de la micro-interaction sociale en un lieu « sans hôtes » qui, tout compte fait, lui apparaît hospitalier.

Photographie 1 : La déambulation du vendeur de maïs bouilli.

Photographie 2 : Un lieu de rendez-vous quotidien autour de la charrette de riz pilaf.

Photographie 3 : Avec son mât, le vendeur de barba à papa est paré pour la mobilité : une pause en compagnie d'une de ses 'personnes-ressources'.

Photographie 4 : Un vendeur de pain au sésame, manifestement peu mobile.

4 - Commerce de rue et lieux de transit

Pour finir, risquons une réponse, nécessairement partielle, à l'une des questions posées à l'occasion de ce colloque : « qu'est-ce qui différencie le commerce de « centre-ville » du commerce du « lieu de transit » ?.

Dans le cas de la vente ambulante, il faut tout d'abord mentionner que le lieu de transit se caractérise par une temporalité plus aléatoire. Bien entendu, la temporalité des lieux de transit n'est pas complètement aléatoire, les vendredis soirs sont plus embouteillés que les autres jours de la semaine. Le marchand de rue a d'ailleurs parfaitement saisi cette structure

12 Yaşamak direnmektir ; ekmek arslanın ağzında.

¹³ La seule enquête quantitative à notre disposition (Akgeyik et alii, 2004), réalisée dans l'arrondissement d'Eminönü, indique que 95% des vendeurs de rue ne souhaitent pas transmettre leur activité à leurs propres enfants, contrairement aux pratiques de transmission générationnelle des métiers artisanaux en Turquie.

temporelle générale. Mais un vendredi l'embouteillage commence à 15h alors que le suivant, il commence à 18h... sans explication évidente. La temporalité du 'livreur' qui sait pouvoir se poster à la sortie d'une école et compter sur la régularité de l'heure des sorties est beaucoup moins aléatoire. Jean-Samuel Bordreuil (1987) précise à juste titre qu'un lieu de transit peut ne « faire centralité » qu'à certaines heures. Ses travaux sur la production sociale de centralité montrent qu'il s'agit de « fragiles équilibres, fruits d'effets temporaires, de polarisations des flux qui convergent à tel moment sur tel nœud d'un réseau ». Concrètement, un carrefour devient le rendez-vous de certains vendeurs ambulants à l'heure, incertaine, où les véhicules ne peuvent avancer qu'à vitesse réduite dans les embouteillages.

Ce caractère aléatoire de la temporalité commerciale nous amène à aborder une seconde caractéristique propre aux commerces sur les lieux de transit : son caractère plus conjoncturel. Un même 'attentiste' peut vendre des parapluies un jour de pluie, de l'eau en bouteille s'il fait chaud, des roses s'il a bénéficié à bon compte d'un lot de fleurs à écouler et des mouchoirs le reste du temps. Par conséquent, même si l'automobiliste peut espérer trouver un vendeur à tel carrefour tel jour à telle heure, il n'est jamais complètement certain de ce qu'il vendra. L'activité d'un 'pilier' – qui a sa clientèle d'habitues à satisfaire et un stock plus important dont il doit faire la gestion – est nettement moins conjoncturelle.

Ce point nous amène à la troisième caractéristique du commerce sur les lieux de transit. Les lieux n'étant détenus par personne, le poids du contrôle social y est moindre et l'opportunité d'y entreprendre une activité commerciale illicite y paraît plus grande. Peu de passants s'arrogent le droit ou la responsabilité de condamner, ne serait-ce que par le regard, le fraudeur. Ce sentiment de liberté, particularité des « lieux faibles¹⁴ » sans hôtes, est rassérénant pour un vendeur manquant de légitimité sociale.

Mais cette faiblesse du contrôle social suscitant une apparente liberté dissimule mal le revers de la médaille. La répression policière peut s'y produire presque en toute impunité. Personne pour venir plaider et témoigner en faveur du vendeur comme cela se produit sur le lieu « de vie » qu'est une place où des personnes-ressources s'adressent aux forces de l'ordre en ces termes : « lui, c'est un bon gars, il est différent, je le connais depuis longtemps... ». Par conséquent, les forces de l'ordre privilégient ces lieux de transit pour sévir. Leur action bénéficie d'une grande publicité sans craindre une opposition organisée (puisque chacun est un inconnu pour l'autre). Les marchands interpellés sont, par conséquent, plus sévèrement et plus souvent traités « pour l'exemple » qu'ailleurs.

Enfin, la dernière caractéristique du commerce sur les lieux de transit est sans doute son caractère éphémère. Les 'attentistes' doivent développer des compétences à la fluidité spatiale. Ce n'est pas qu'ils déambulent (nous venons de montrer que ça n'était pas le cas) mais leur présence est plus fluide au sens où ils doivent savoir fuir et se redéployer, au gré des menaces qui pèsent sur eux.

Photographie 5 : Au second plan, un vendeur « attentiste » profite des embouteillages pour vendre des mouchoirs.

5 - Conclusion

¹⁴ On doit la notion de « lieu faible » à J. Levy (2000) venant nuancer celle de « non lieu » proposée par M. Augé (1992)

En préalable à une identification des spécificités du commerce sur les lieux de transit relativement au commerce de centre ville, l'étude du commerce de rue à Istanbul nous enjoint à des choix sémantiques. Selon la définition que l'on donne au terme « centre ville », on désigne des espaces qui parfois relèvent aussi de la notion de « lieu de transit ».

Si l'on entend par « centre-ville » les hauts lieux symboliques (places centrales, rues piétonnes) *stricto sensu*, il n'y a quasiment plus lieu de poser la question du commerce informel qui est proscrit par la municipalité et placé sous haute surveillance par la police municipale (des caméras ont été récemment installées pour parfaire le dispositif sécuritaire). Mais si on élargit un petit peu notre regard, ces centralités symboliques étant situées à proximité immédiate de plateformes multimodales ou d'importants carrefours, on y voit des vendeurs qui s'en approchent dangereusement. Dans notre modélisation idéal-typique, nous avons été amenés à les qualifier d'« attentistes ». Ils ne s'installent qu'aux abords du haut-lieu, prêts à fuir dans le dédale des réseaux de transport à tout moment. La dichotomie entre « commerce de lieu de transit » et « commerce de centre-ville » n'apparaît alors pas pertinente.

Si l'on entend par « centre-ville » les places animées au cœur de quartiers résidentiels, on y trouve alors des vendeurs de rue qui sont parvenus à se construire une légitimité beaucoup plus grande. Ils se rapprochent du profil idéal-typique du 'pilier' dont le comportement socio-spatial présente un curieux mimétisme avec les activités commerciales patentées, bien loin des pratiques commerciales informelles observées sur les lieux de transit.

Les profils idéal-typiques du 'pilier' et de 'l'attentiste' s'opposent donc radicalement et n'ont finalement guère de points communs, si ce n'est leur labilité plutôt faible. Deux autres profils idéal-typiques que nous avons dénommés 'girouette' et 'livreur' se détournent de la première forme de centralité comme de la seconde dans leurs pratiques de l'espace urbain. Tous deux sont caractérisés par une importante mobilité et si on les croise sur une centralité donnée, ils ne font que la traverser le plus furtivement possible. Ce qui distingue ces deux profils n'est pas tant spatial que social : il s'agit du niveau de reconnaissance sociale capitalisé – que nous avons qualifié de « légitimité sociale » par opposition avec la légitimité « légale » –. Le 'livreur', au contraire de la 'girouette', est parvenu à se forger cette forme de légitimité au moyen de personnes-ressources opportunément distribuées le long de son itinéraire.

L'examen approfondi des pratiques socio-spatiales du profil idéal-typique de 'l'attentiste' nous permet d'apporter des éléments de réponse à la question posée de la spécificité du commerce sur les lieux de transit. Dans la typologie présentée, il est intéressant de noter que c'est bien la nature du lieu qui implique la pratique commerciale « à la sauvette » propre au profil socio-spatial de 'l'attentiste'. A Istanbul, si l'on se fie à la perspective qu'offre le commerce de rue, un lieu de transit se distingue d'autres lieux de commerce par :

- une temporalité erratique liée à des rythmes plus aléatoires ;
- une offre plus conjoncturelle ;
- une plus grande liberté apparente ;
- une propension plus grande à faire l'objet d'une répression policière ;
- une présence éphémère liée à une plus grande vulnérabilité des commerçants.

Il nous est en revanche apparu plus complexe de caractériser la spécificité du commerce de rue de « centre-ville » dans la mesure où, comme nous l'avons montré, il convient d'abord de

s'entendre sur la signification de la notion. À Istanbul, elle ne constitue pas une évidence et ne peut s'employer au singulier.

BIBLIOGRAPHIE

Akgeyik T., Yavuz A., Ersöz H. Y., Özdemir S., Şenocak H. (2004). *İşportacılar – İstanbul'da Enformel Sektör – Eminönü İlçesinde Bir Alan Araştırması*, Istanbul, Erguvan Yayınevi.

Augé M. (1992). *Non-lieux - Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, La librairie du XXème siècle, Seuil.

Bellanger F., Marzloff B. (1996). *Transit- Les lieux et les temps de la mobilité*, La tour d'Aigues, L'aube.

Bordreuil J-S. (2000). « Micro-sociabilité et mobilités dans la ville ». In : Bonnet M., Desjeux D. dir., *Les territoires de la mobilité*, Paris, PUF, pp. 109-125.

Chantelat P., Fodimbi M., Camy J., (1998). « Lieux et déplacements sportifs auto-organisés dans la ville ». In : *AGORA débats / jeunesse, « Jeunes et mobilités urbaines »*, Paris, L'harmattan, n° 13, 3ème trimestre, p. 15-28.

Cross J. C. (1998). *Informal Politics: Street Vendors and the State in Mexico City*, Stanford, Stanford University Press.

Denoncourt C. (2002). « Conflit pour l'usage de l'espace central. Le cas des camelots de Sao Paulo ». In : *Grafigéo*, Paris, Prodig, n° 20.

Déli F. (2000). « Les flux migratoires des populations originaires de Mardin vers Istanbul ». In : Rigoni I. dir., *Turquie : les mille visages*, Paris, Syllepse, pp.177-187.

Déli F., Pérouse, J-F. (2002). « *Migrations internes vers Istanbul : discours, sources et quelques réalités* », *Les dossiers de l'IFEA* n°9, Istanbul, Observatoire Urbain d'Istanbul.

Erman T. (1998). « Becoming 'urban' or remaining 'rural'. The views of Turkish rural-to-urban ». In : *International Journal of Middle East Studies*, Cambridge University Press, n° 30, pp. 541-561.

Granovetter M. (1973). « The Strength of Weak Ties », *American Journal of Sociology* n°81, pp. 1287-1303.

Granovetter M., Swedberg R. dir. (2001). *The Sociology of Economic Life*, Colorado, Westview Press.

Husson L. (1994). « Portraits et parcours de migrants, biographies de Madurais à Surabaya (Indonésie) », *Cahiers des Sciences Humaines*, n° 30-4, pp. 707-730.

Lahlou S. (1993). « La logique du consommateur », *Sciences Humaines*, Hors série n°2, mai 1993, pp. 41-42.

Lautier F. (2000). « Les transformations des espaces de travail et la mobilité urbaine ». In Bonnet M. ; Desjeux D. – dir., *Les territoires de la mobilité*, Paris, PUF, pp. 69-83.

Levy J., Lussault M. dir. (2000), *Logiques de l'espace, esprit des lieux – Géographies à Cerisy*, Paris, Belin, coll. Mappemonde.

Meissonnier J. (2006). « Marchands de rue à Istanbul – présence urbaine d'une offre commerciale en perpétuelle recomposition spatiale », *Les dossiers de l'Iféa*, n°19, Istanbul, IFEA - Ege yayın evi, 76 p.

Meissonnier J. (2007). « Territoires commerciaux des vendeurs ambulants à Istanbul : entre détention d'une portion d'espace urbain et circulation d'une forme spatiale à l'autre... quel équilibre pour quelle relation à autrui ? », *Espaces et sociétés*, Paris, Erès, n°127, pp. 145-163.

Monnet J., Steck J-F. (2008). « Projet de recherche interdisciplinaire et international ville, informalité, innovation : demandes urbaines et offres de services », document de travail non publié.

Reginensi C. (2005) « Une figure du territoire en mouvement : le vendeur ambulant transfrontalier en Amazonie ». In : Capron G., Cortès G., Guétat-Bernard H. (éds.), *Liens et lieux de la mobilité, ces autres territoires*, Paris, Belin, pp. 291-316.

Tonnelat S. (2007) « Keeping space public : Times Square (New York) and the Senegalese peddlers ». In : Cybergeog, Ambulantage et métropolisation, article 367, mis en ligne le 09 mars 2007, modifié le 23 avril 2008. URL : <http://www.cybergeog.eu/index4792.html>.

Weber M. (trad. fr. 1992). *Essais sur la théorie de la science*, Paris, Plon.