



**HAL**  
open science

## La mise en patrimoine de l'ambiance des puces de Saint-Ouen. Une analyse de cas

Virginie Milliot

### ► To cite this version:

Virginie Milliot. La mise en patrimoine de l'ambiance des puces de Saint-Ouen. Une analyse de cas. Ambiances, tomorrow. Proceedings of 3rd International Congress on Ambiances. Septembre 2016, Volos, Greece, Sep 2016, Volos, Grèce. p. 939 - 944. hal-01414212

**HAL Id: hal-01414212**

**<https://hal.science/hal-01414212>**

Submitted on 13 Dec 2016

**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.

# La mise en patrimoine de l'ambiance des puces de Saint-Ouen

## Une analyse de cas

Virginie MILLIOT

LESC UMR 7145, virginie.milliot@u-paris10.fr

**Résumé.** *The website of the Grand Paris's tourist's office presents the Saint-Ouen flea market as "the only urban site, in France, classified for its atmosphere." The area classified as "Area of Architecture and Heritage Value" (formerly ZZPAUP) is protected from all destruction and modification that are subject to a regulation since 2001. In this paper we propose to analyze from an ethnographic view of this first classification of an atmosphere as a heritage. After examining the spirit of the place, we will question the perspectives of different stakeholders in this market space and see how they take advantage of this classification.*

**Keywords:** *patrimonialisation, ambiance, ethnographie*

Une Zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager a été créée à Saint-Ouen en 2001 pour assurer la pérennité du marché aux puces. Il n'y a pourtant ni édifice, ni bâtiment historique notable dans ce secteur. Ce classement vise à protéger « une ambiance, un paysage particulier, la spécificité de chacun des marchés constitués, quelques bâtiments ; mais tous ces éléments tangibles sur le terrain dépendent entièrement de l'activité pucière, donc des gens qui y travaillent. Sans eux, pas de patrimoine » expliquent Élisabeth Blanc et Daniel Duché<sup>1</sup> en charge de la maîtrise d'œuvre. Ce classement est une première. Aucun espace marchand n'avait jusqu'alors été classé et aucun site ne l'avait été pour son atmosphère. L'idée même de patrimonialiser une ambiance semble a priori paradoxale. Chacun selon son histoire n'a-t-il pas un rapport différent au lieu ? Ce qui caractérise une ambiance à un moment donné peut-il faire l'objet d'une objectivation et d'une transmission sans que cette tentative ne vienne immédiatement modifier ce que l'on cherche à préserver ? Comment peut-on fixer ce qui est nécessairement diffus et vague ? Le sensible peut-il être objectivé et préservé ? « Face à la contradiction inhérente à la nature même du processus de patrimonialisation, le souhait de retenir, de préserver voir de piéger l'ambiance d'un lieu devient absurde » (Simonnot 2012). Nous nous intéresserons ici aux conséquences pratiques de la mise en œuvre de cette patrimonialisation paradoxale. Nous commencerons par interroger l'esprit des lieux. Non pas en cherchant à définir l'ambiance des puces

---

1. « Saint-Ouen : le quartier des puces, protection et projet urbain » (accessible sur : <http://www.icomos.org/victoriafalls2003/papers/C3-6%20-%20BLanc%20et%20Duch%20E9%20%2B%20photos.pdf>)

mais en questionnant la manière dont elle offre des prises pour l'action et contribue à nous définir (Thibaud 2010). Nous analyserons ensuite les transformations générées par cette patrimonialisation de l'ambiance des puces. Nous verrons comment les marchands se sont saisis de ce classement pour revaloriser l'authenticité de cet espace commercial tout en critiquant les effets de la mise en tourisme du site. Nous exposerons enfin comment les biffins (chiffonniers) se sont efforcés d'obtenir le droit de vendre légalement dans cet espace en revendiquant une continuité avec l'histoire des puces.

### *Atmosphère, atmosphère... Y a-t-il un esprit des lieux ?*

Il semble évident à tous les acteurs du marché, vendeurs et habitués, qu'il existe aux puces une ambiance particulière. Le marché aux puces de Saint-Ouen n'est pourtant pas un espace continu et homogène. Il est constitué d'une dizaine de marchés couverts —de douze à quinze selon les interlocuteurs — qui ont chacun leur spécificité. Le marché Antica ne regroupe qu'une dizaine de petites boutiques organisées sur le modèle de la galerie marchande, le marché Jules Vallès présente 120 stands de brocante débordant sur deux allées dans un ancien bâtiment industriel. Si l'on entre dans le marché d'art et d'antiquité Biron en foulant un tapis rouge, Vernaison est un dédale de petites ruelles présentant plus de trois cent stands hétéroclites de brocante sur 9 000 m<sup>2</sup>. Le marché Dauphine est une halle de verre où cent cinquante boutiques présentent des antiquités classiques et modernes, des objets du XXe siècle comme de l'art contemporain. Paul Bert Serpette est un marché de prestige et d'avant garde, on y trouve du mobilier classique comme de la haute couture, des objets d'art premiers comme des meubles Louis XVI. Le marché Malik regroupe des boutiques de vêtements, du vintage, de la création comme du prêt à porter. Dans les rues alentours s'installent d'autres marchands, récupérateurs vendeurs et forains. Des étals installés sur le trottoir présentent des blousons en cuir, de l'outillage, de la fripe, de la petite brocante et de plus en plus de chaussures et de vêtements de sport neufs. Du côté de la rue Lecuyer et de la Porte Montmartre, des biffins vendent à même le sol des objets hétéroclites principalement récupérés dans les poubelles de Paris. Il semble difficile on le voit d'identifier l'unité du lieu. L'agencement des espaces de vente diffèrent d'un marché à l'autre. Les modes de présentation des objets varient du stand désordonné où sont rassemblés des objets de brocante hétéroclites et quelques cartons de fripe à fouiller à la boutique agençant des marchandises d'un type ou d'un style particulier jusqu'au magasin présentant des objets d'exception, antiquité de luxe, meubles de design ou œuvres d'art.

Pourtant les touristes américains comme les habitués du marché des biffins, les clients fortunés du marché Paul Bert Serpette comme les chineurs amoureux du marché Vernaison affirment tous aimer ce marché pour son ambiance et en parle en des termes étrangement similaires. Tous viennent aux puces comme en promenade. Dans les allées des différents marchés, les visiteurs marchent d'un pas lent, le regard flottant et se laissent guider par leurs découvertes. Ce sont des espaces de flânerie où l'on déambule avec un esprit d'ouverture. La densité bruyante des marchés de rue contraste avec la fluidité et le calme des marchés couverts. Les rapports y sont cadrés par l'urgence et donnent lieu à des négociations vives, des échanges parfois tendus (Milliot 2016 a) alors que les discussions autour des objets sont beaucoup plus policées dans les marchés couverts. Mais les arpenteurs de ces différents

espaces ont en commun cette attitude d'exploration et de disponibilité. La marche est rythmée par la découverte d'objets qui sont toujours « à discuter » — selon des modalités qui varient entre les différents marchés. Les échanges autour des objets, et les jeux de négociation sont des éléments constitutifs de ce que chacun expérimente comme une ambiance caractéristique. Tous les amateurs de ces marchés parlent avec enthousiasme des « trésors » qu'ils y trouvent. Ceux qui sont chinés sur les marchés de biffins n'appartiennent pas à la même classe d'objets que les trouvailles des amateurs d'antiquités, mais il y a des équivalences qui nous semblent intéressantes à relever. Le plaisir de la chine consiste pour les particuliers à chercher et découvrir des objets singuliers. Le fait qu'ils soient moins chers sur ces marchés de brocante et d'antiquité a son importance. L'économie potentielle réalisée donne un autre sens à l'achat en transformant la dépense en acte productif. Mais le plaisir est surtout lié au fait de dénicher des objets au fond d'un carton, sur un stand désordonné, dans une boutique encombrée. Le chineur fait apparaître un objet qui n'est pas directement accessible, disponible et le recrée en lui donnant de la valeur en référence à d'autres cadres. Enfin, le plaisir de la chine est lié au fait de trouver des objets non standardisés. Des « objets de peu » porteurs de mémoires qui témoignent du passage du temps et nourrissent des nostalgies (Debary, Tellier 2004) comme des objets uniques qui permettent de se singulariser et de se distinguer. S'il apparaît impossible de définir une ambiance qui tienne compte de la diversité des espaces et des objets, de l'extrême hétérogénéité sociale des différents acteurs du marché, nous voyons pourtant que cet environnement marchand offre des prises spécifiques pour l'action. Dénicher des objets dans le bazar — socialement organisé — des puces est une action à rebours de l'acte d'achat d'objets standardisés. L'écologie sensible du marché aux puces trouve ses coordonnées entre ces différents mots-clefs de l'expérience qu'elle recouvre : la flânerie, la découverte d'objets singuliers, la conversation avec des inconnus.

## **Vers un musée à ciel ouvert ?**

Le projet de classement a été porté par l'association de défense et de protection des puces de Paris. « Ils étaient dans une perspective de classement pour protéger les puces de toute velléité expansionniste de l'immobilier » raconte l'actuel président du Marché aux Puces de Saint-Ouen<sup>2</sup> (entretien 13 juin 2016). Ce vaste espace construit de bric et de broc aux portes de Paris avait du mal à résister à la densification de la capitale. « Y'avait que cette fenêtre là pour classer le site en ZPPAUP », la spécificité de l'ambiance du site a permis de le préserver : « Ça a protégé le site, ça a figé les choses en fait, c'est à dire que physiquement les puces n'ont pas bougé depuis cette époque là » (idem). Ce classement fut concomitant de deux autres événements dont les répercussions furent désastreuses pour l'activité des puces. Après les attentats de 2001, les marchands racontent qu'ils ont perdu beaucoup de gros clients américains avec qui ils réalisaient une part conséquente de leur chiffre d'affaire. Le développement de la vente d'occasion sur internet a par ailleurs reconfiguré le marché de la brocante et nombre d'amateurs de brocante ont disparu des puces. Les premières années 2000 ont été particulièrement difficiles et beaucoup ont dû mettre la clef sous la porte. Pour sortir de la crise, les membres du

---

*2. Structure associative regroupant les associations de marchands et de propriétaires des différents marchés*

MAP ont fait le choix « de monter en gamme » pour faire face à la concurrence d'internet et de communiquer sur le caractère unique de ce site — « le plus gros marché de brocantes et d'antiquités du monde » — classé pour son atmosphère. Ce classement leur permettait de labelliser l'authenticité non seulement du lieu, mais également des marchandises. Il leur permettait de se démarquer des autres marchés aux puces de plus en plus inondés par des produits manufacturés à bas prix. L'activité a repris entre 2005 et 2006 et les différents marchés évoluent progressivement. Les déballages « au cul du camion » se font rares. Le désordre des stands de brocante apparaît de plus en plus organisé, esthétisé. Des galeries d'art contemporain sont apparues et leur mode de présentation des objets s'est diffusé. L'antiquité haut de gamme se rapproche de plus en plus du design et de l'art contemporain. Ce classement a également été saisi par la Municipalité comme une opportunité de développement touristique. Sur les différents sites et documents édités à cette fin, l'ambiance des puces est qualifiée de « typique » et de « pittoresque ». Le « pittoresque » est ce que l'on reconnaît de loin comme appartenant à un type ou une catégorie (Topalov 2015). Les puces font partie des cartes postales de Paris que les touristes viennent découvrir et photographier à leur tour. Sur les sites touristiques américains il est fréquemment rappelé que Picasso s'y promenait pour chercher l'inspiration et que Woody Allen y a réalisé une scène romantique dans *Midnight in Paris*. Le thème de la recherche de trésor à bas prix y est également décliné mais la chine est plus généralement présentée comme une expérience esthétique. Cet espace est aujourd'hui le quatrième site touristique de France, plus de 5 millions de visiteurs s'y rendent chaque année. Ces touristes étrangers ne sont pas toujours appréciés des marchands. La majorité de ceux qu'ils dénomment avec mépris les « sac-à-dos » consomment l'ambiance des puces sans rien dépenser : ils admirent les objets, demandent des renseignements sur leur histoire, prennent des photos et repartent. Quelques marchands ont installé des pancartes pour interdire toute prise de vue de leur stand et refusent d'être photographié.



Figures 1 et 2: Stand du marché Vernaison (gauche), Stand de rue (droite), photos V. Milliot

## Quelle place pour les biffins ?

Aux pourtours du marché aux puces — sous le pont du périphérique de la Porte Montmartre, rue Lecuyer et le long du périphérique — des marchés informels d'objets de récupération ont toujours existé. Des biffins y vendent chaque fin de semaine les objets qu'ils glanent dans les poubelles de Paris depuis trente ans. Ce commerce de rue constitue une économie de survie pour des personnes dont la situation varie du dénuement le plus extrême à une grande précarité. Mais pour les vendeurs les plus installés dans cette activité, la biffe constitue également, tout un art de vivre. « *Delanoë ne veut pas de pauvres sur sa commune, il veut Paris-plage, mais le Paris-village il est ici* » m'expliquait un biffin. Leur présence était tolérée et leur activité intégrée aux marges du commerce des puces (Sciardet 2003). Mais les descentes de police se sont fait de plus en plus fréquentes au début des années 2000. Quelques années après ce classement, en 2006, une association « Sauve qui Peut » fut créée par des biffins épuisés par la répression dont ils faisaient l'objet. Ils ont été fortement soutenus dès 2007 par des habitants indignés par la violence avec laquelle les policiers les chassaient et détruisaient leur marchandise. « Je ne vois pas pourquoi le droit coutumier ne s'appliquerait pas pour les biffins, d'autant plus que les puces sont classées pour leur ambiance et tous les historiens signalent qu'au départ des puces c'est les biffins, les chiffonniers, donc... » m'expliquait une habitante de Saint-Ouen, membre active du comité de soutien de l'association (entretien 22 avril 2010). C'est en tant qu'acteur écologique mais également en tant que « patrimoine vivant » que les biffins furent défendus auprès de la Mairie. Ils se sont mobilisés durant plusieurs années pour obtenir le droit de vendre légalement des objets récupérés quelques jours par semaine sous le pont du périphérique de la Porte Montmartre. La Mairie de Saint-Ouen a refusé de prendre en considération ces vendeurs dont le nombre croissant devenait un problème public et fait le choix d'interdire — par des barrières et des renforts de police — l'accès aux trottoirs occupés par ce marché informel. La Mairie du 18<sup>e</sup> arrondissement a fini par accepter un compromis et ouvert en 2009 un « carré des biffins ». Cet espace expérimental, encadré par des travailleurs sociaux légalise en partie cette activité pour quelques centaines de vendeurs. Les biffins y sont redéfinis comme des personnes à insérer. Tout autour, les sans places cherchent toujours à s'installer. L'espace des puces comme celui du carré ne sont « préservés » de ces installations que par de régulières interventions policières (Milliot 2016 b).

Pour les architectes en charge de la maîtrise d'œuvre, le classement visait également à « engendrer la perdurance de ce qui constitue l'âme des puces : ce bric-à-brac spontané, dans lequel cohabitent les grands marchands, sollicités par les antiquaires de renom et les déballages de trottoir, par lesquels tout marchand pucier qui se respecte dit avoir démarré sa carrière »<sup>3</sup>. Cette patrimonialisation a participé de la réorganisation de l'économie des puces, l'authenticité est devenue un label commercial, la chine une expérience esthétique de spectateur et les chiffonniers des vendeurs à la sauvette ou des personnes à insérer. Ce classement a ainsi contribué à cloisonner des milieux sur la coopération desquelles reposait l'organisation et l'atmosphère spécifique des lieux. C'est dans le désordre d'objets hétéroclites, le

---

3. « *Saint-Ouen : le quartier des puces, protection et projet urbain* » (accessible sur : <http://www.icomos.org/victoriafalls2003/papers/C3-6%20-%>)

dédale de chemins non balisés, les rencontres imprévues d'un milieu hétérogène que se déployait l'atmosphère des puces. La patrimonialisation de l'ambiance des puces ne l'a pas réduit à une « image désincarnée » (Simonnot 2012) car les différents acteurs du site se sont saisis de cette valorisation afin de développer des stratégies commerciales et touristiques ou donner une légitimité aux luttes des chiffonniers du 21<sup>e</sup> siècle. L'ambiance est devenue un label, un décor, un argument de vente mais aussi de luttes. Ce classement a contribué à transformer l'écologie sociale du site, mais sans ce levier cette zone d'activités n'aurait peut-être pas survécu.

## Références

- Debary O., Tellier A. (2004), « Objets de peu. Les marchés à réderies dans la Somme » in *L'Homme*, 2/170, pp 117-137
- Milliot V. (2016 a), « Petites histoires de trottoirs. Les médiations du récit sur les marchés informels de Paris » in Catherine Courtet, Mireille Besson, Françoise LAVOCAT et Alain Viala (dir), *Mises en intrigues* CNRS éditions, Paris, 2016, pp 163-183)
- Milliot V. (2016 b), « Une intenable bureaucratie de la rue : les travailleurs sociaux face aux débordements des marchés informels », *Tsantsa*, pp 19-31
- Sciardet H. (2003), *Les marchands de l'aube. Ethnographie et théorie du commerce aux Puces de Saint-Ouen*, Paris, Economica
- Simonnot N. (2012), « Le paradoxe de la patrimonialisation des ambiances », in Thibaud, Jean-Paul et Siret, Daniel. *Ambiances in action/Ambiances en acte(s) - International Congress on Ambiances, Montreal*, Sep 2012, Montreal, Canada. International Ambiances Network, pp.33-38
- Thibaud J-P. (2010), « la ville à l'épreuve des sens » in Coutard Olivier, Lévy Jean Pierre (eds), *Écologies urbaines : États des savoirs et perspectives*, Paris, Economica. Anthropos, pp 198-213
- Topalov C. (2015), *Histoires d'enquêtes. Londres, Paris, Chicago (1880-1930)*, Paris, Classiques Garnier

## Auteure

Virginie Milliot est Maître de Conférences à l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense. Elle est rattachée au LESC (UMR 7186). Ces recherches portent sur les processus d'émergence sociale et culturelle dont les villes sont le creuset et sur les politiques de reconnaissance et d'institutionnalisation dont ces dynamiques font l'objet.