



HAL
open science

Transmissions et déplacements des stands au Marché de la Libération (Nice)

Caroline Pardo, Gustavo Trelles Velasquez, Lucas Genolini

► **To cite this version:**

Caroline Pardo, Gustavo Trelles Velasquez, Lucas Genolini. Transmissions et déplacements des stands au Marché de la Libération (Nice). Habiter, 2025, La Place (3). <hal-05374585>

HAL Id: hal-05374585

<https://hal.science/hal-05374585v1>

Submitted on 20 Nov 2025

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

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



Distributed under a Creative Commons CC BY-NC-SA 4.0 - Attribution - Non-commercial use - ShareAlike - International License



Transmissions et déplacements des stands au Marché de la Libération (Nice)

Caroline PARDO, Gustavo TRELLES VELASQUEZ, Lucas GENOLINI

Résumé :

La présente recherche porte sur l'étude de l'occupation de l'espace et de la transmission des stands au Marché de la Libération ou « *La Libé* » à Nice. Le marché en tant que tel est un espace de transit et de création d'interactions sociales. Les clients habituels qui viennent avec leurs vendeurs habituels, les nouveaux clients qui découvrent le marché par hasard, entre autres exemples. C'est pourquoi, dans un premier temps, nous nous sommes interrogés sur les origines et les divers processus de transformation qu'a connus le marché. Puis, dans un second temps, nous nous interrogeons sur la manière dont chaque marchand commence à « s'approprier » son « stand »/« espace ». Enfin, cela nous a amenés à explorer les différents processus de transmission des stands. Ceux-ci répondent à des dynamiques internes et externes entre les marchands et la mairie. D'un point de vue méthodologique, la recherche est basée sur une ethnographie du marché et des entretiens semi-structurés.

Mots-clefs : marché, ville, Nice, transmission, anthropologie

Abstract :

This research focuses on the study of the occupation of space and the transmission of stands at the Marché de la Libération or “La Libé” in Nice. The market as such is a space of transit and creation of social interactions. Regular customers who come with their usual sellers, new customers who discover the market by chance, among other examples. This is why, firstly, we questioned the origins and the various transformation processes that the market has undergone. Then, secondly, we wonder about the way in which each merchant begins to “appropriate” their “stand”/“space”. Finally, this led us to explore the different stand transmission processes. These respond to internal and external dynamics between merchants and the town hall. From a methodological point of view, the research is based on market ethnography and semi-structured interviews.

Keywords: market, city, Nice, transmission, anthropology

Transmissions et déplacements des stands au Marché de la Libération (Nice)

Introduction

Le marché de la Libération, en face de la gare du Sud à Nice, est un lieu de rencontre et de partage. « *Cette grande machinerie organisée pour la distribution de masse est en quelque sorte un prolongement de la vie domestique : on n'y parle qu'aux siens. Les individus et les groupes familiaux se croisent, coexistent, mais sans vraiment se rencontrer* » (La Pradelle 1981 : 41). Chaque matin, diverses personnes y viennent pour effectuer leurs achats. On sait que la présence de la gare du Sud a eu une forte implication dans le processus d'institutionnalisation du marché. Les plus anciens commerçants disent que ce sont leurs parents et grands-parents qui ont commencé à vendre leurs productions sur ce marché, par souci d'accessibilité, depuis la vallée du Var. La signification du marché dans la ville a une place très importante : « *la richesse de la ville est fonction de l'essor de son marché, dont le rôle essentiel consiste à approvisionner la cité ('le plus pauvre des citadins [passant] obligatoirement par le ravitaillement du marché')* » (Bradel, in La Pradelle, 1981 : 73). Peu à peu, la localisation du marché s'est stabilisée ainsi que l'emplacement des maraîchers dans celui-ci. Aujourd'hui, il est situé autour le long de la place qui porte la statue de Charles de Gaulle et s'étend en parallèle de la ligne 1 du tram. Quelques stands sont aussi présents dans des rues adjacentes (fig.1 ci-dessous).

Le marché de Libération présente un aspect ouvert (un marché installé en plein rue) par contraste avec la partie fermée fondée vers 1920 qui se trouve à quelques mètres de celui-ci dans un bâtiment. Tous les stands ne sont pas nécessairement ouverts tous les jours, car certains commerçants-producteurs ne peuvent pas être présents quotidiennement contrairement aux revendeurs. D'un jour à l'autre, certains stands ne sont pas non plus positionnés au même endroit. Notre travail a commencé par cette question du positionnement et de l'emplacement des stands. Cela répond-il à une logique comme celle de placer les étals aux poissons, à côté des bouches d'égout pour évacuer eaux et glace ? Pour y répondre, nous nous interrogeons sur la question de l'organisation des stands ce qui nous amène à analyser les règles de transmission de l'espace.

Occupation de l'espace

Le marché se situe au cœur de la vie sociale : lieu d'élection des accords d'affaires ou de famille, lieu privilégié des embauches, occasion de satisfaire aux obligations civiques, espace de rencontre et d'expression régulière d'une communauté, il est aussi une zone frontière où l'on associe le « hors groupe », le forain, c'est-à-dire l'étranger, et un territoire mitoyen par lequel la campagne réinvestit partiellement la ville (Azémar & La Pradelle, 1981 : 76).

Le marché comme tel est un espace de rencontres et de différentes interactions sociales, dont l'occupation de l'espace doit répondre à cette question : Comment les maraîchers occupent-ils l'espace au sein du Marché de la Libération ? Certains d'entre eux sont amenés à changer plusieurs fois d'emplacement de stand au cours de leur carrière, et ce, pour différentes raisons : localisation d'un stand, opportunité d'un meilleur emplacement qui se libère dans autre zone, etc. Il y a aussi des déplacements réguliers et courts. C'est le cas pour deux marchands qui possèdent deux emplacements au sein du marché : en fonction des jours, ils peuvent donc choisir s'ils utilisent les deux emplacements ou non. D'autres déplacements encore sont liés aux changements d'ampleur qu'a connu le marché et donc indépendants de la volonté des vendeurs. Le marchand d'œufs explique que lorsqu'il s'est installé pour la première fois, les marchands n'avaient pas d'emplacements attribués et qu'ils s'installaient chaque jour aux endroits restés libres. Pendant plusieurs années, le marché était « *ambulant* », terme repris par d'autres vendeurs, non pas que le marché se serait délocalisé, mais parce que sa structure interne changeait quotidiennement. Ces types de marchés permettent la rencontre directe entre les mêmes producteurs, consommateurs et vendeurs. *Depuis fort longtemps existent des formes de négoce qui se développent parallèlement et en rupture avec l'open-market, ce marché public transparent plaçant face à face le producteur/vendeur et l'acheteur/consommateur* (Azémar & La Pradelle 1981 : 74).

Ce mode de fonctionnement a pris fin lorsque la mairie a mis en œuvre un projet de chantier sur le marché. Ces travaux ont créé de grands bouleversements au sein de celui-ci et plusieurs stands ont dû être déplacés. Toutefois, l'élément majeur de ce changement, c'est l'attribution d'un emplacement fixe et numéroté à chaque marchand. Le caractère mobile du marché a changé d' « *ambulant* » à « *numéroté* ».

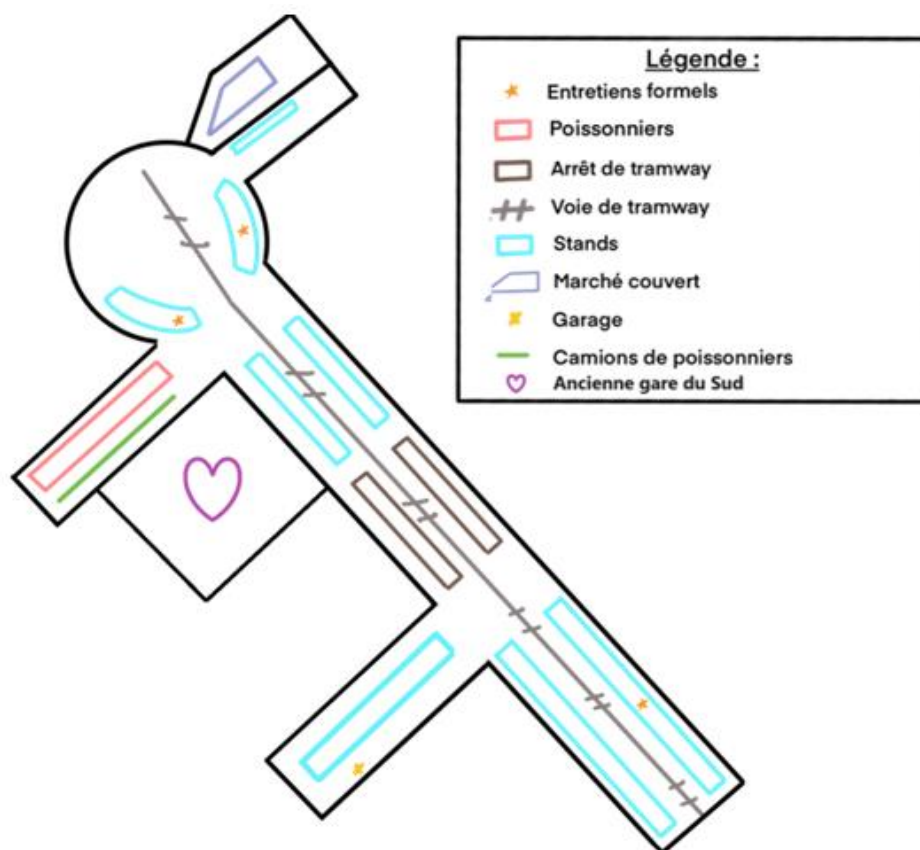


Fig.1 – Plan du marché de la Libération en 2023
Croquis de Caroline Pardo

Une fois le chantier du tramway terminé, il y a eu une nouvelle attribution des emplacements en fonction de l'ancienneté des marchands. Le marchand d'œufs ne figurait pas encore parmi les anciens et il a dû attendre le départ d'un autre marchand pour obtenir son emplacement actuel. Les poissonniers ont été déçus par leur nouvel emplacement qui n'est plus une position centrale dans le marché. En fait, chaque personne interrogée a son lot de raisons pour apprécier ou non son emplacement.

Si un marchand juge qu'il est bien placé, il sera plus apte à apporter des modifications à son stand. Il s'appropriera et investira dans cet espace. On constate une différence d'appropriation des lieux selon que le stand est « fixe » ou « démontable ». Le stand est fixe s'il est implanté dans le sol et doté d'une structure métallique, et démontable lorsqu'il faut l'installer et le désinstaller quotidiennement. Sur un stand fixe, le marchand peut effectuer des modifications durables. Avec un stand démontable, le marchand se concentre sur l'essentiel nécessaire pour gagner du temps lors de l'installation et du rangement. Il est donc plus habituel et facile d'installer des tables supplémentaires, des parasols, des pare-soleil ou encore des cagettes, pour les stands fixes.

Un marchand est installé au « centre » du marché. Il vend des fruits et des légumes. Sa famille composée de sa mère et de ses trois frères occupe plusieurs stands de poissons. Lui-même a commencé au stand de poissons avec ses parents, avant d'acheter le stand d'une cousine. Il affirme qu'il est content à son emplacement : il est à côté de sa famille et il y a beaucoup de passage dans la zone où il se situe. Il pense qu'il vend mieux que s'il occupait un autre emplacement. Le fait d'être situé à proximité de sa famille lui permet de lui envoyer ses propres clients et inversement de la part des poissonniers de sa famille, en créant une mobilité interne des clients.

Sur ce marché, les stands sont de deux formats : les grands s'étalent sur six mètres linéaires et les petits sur trois. Un grand stand permet une meilleure visibilité, d'exposer plus de produits, même s'il coûte plus cher. Une telle surface nécessite d'avoir le statut de micro-entrepreneur. Un marchand, producteur, possède un tel étalage et explique qu'il a dû devenir « *acheteur-revendeur* ». Il se sert de la totalité de l'espace de son stand pour exposer les fruits et légumes qu'il cultive lui-même.

Il a apporté des modifications à son stand, l'a équipé d'un velum pour avoir de l'ombre pour lui et sa marchandise lors des fortes chaleurs. Autrement dit, en plus d'éviter que la marchandise ne se gâte, le pare-soleil permanent offre à son propriétaire un confort notable. Certains marchands se servent aussi du velum pour promouvoir leur nom et faire savoir qu'ils occupent l'emplacement même quand ils ne sont pas là (fig.2).



Fig.2 – Le vélum d'un marchand avec nom et indication de la marchandise vendue

Photo Caroline Pardo

Finalement, occuper l'espace, le traiter et le transformer, c'est aussi le libérer un jour. Certains vendeurs disent vouloir revendre leur emplacement, d'autres pensent le rendre à la mairie lorsqu'ils ne seront plus capables de le tenir. L'occupation d'un espace revêt donc aussi une notion de temporalité. Si un espace est propice à sa réutilisation, alors le cycle de l'occupation peut recommencer.

Transmissions de l'espace

La dynamique du processus de transmission de l'espace répond à deux variables. La première est liée au stand quand celui-ci est transmis et la deuxième procède de la libération d'un emplacement dans une « meilleure zone ». Pour approfondir ce sujet, les diverses expériences des marchands sont utiles. Les vendeurs parlent de la façon dont ils ont obtenu leurs stands. Une dame explique que le stand qui est en face de la gare appartient à son mari tandis que le sien se trouve dans la zone piétonne. Son stand lui a été transmis par héritage. Un autre homme, âgé, explique avoir hérité lui aussi de son stand par son père.

Dans cette transmission ou acquisition des stands, certaines règles existent. Lorsqu'un emplacement est libéré, la Mairie consulte d'abord les plus anciens marchands pour savoir s'ils sont intéressés pour le reprendre. Si les réponses sont négatives, elle le propose à une autre personne. De même, si le propriétaire quitte son emplacement, celui-ci peut être hérité ou vendu, selon la préférence du marchand.

Le premier type de transmission est celui où le stand est hérité par la génération suivante, par un fils, un neveu, un petit-fils, etc. Le deuxième type de transmission est celui qui se produit à partir d'une transition économique et/ou d'une relation d'ancienneté entre l'ancien propriétaire et le nouveau propriétaire. Le second processus présente alors deux dimensions, la première concernant le stand et la deuxième portant sur son emplacement.

Quand le stand est transmis, le nouveau propriétaire obtient un numéro d'emplacement, mais, s'il le désire, il peut changer d'emplacement. Il le fait si un autre emplacement se libère à la retraite d'un autre marchand et si l'emplacement libéré est considéré comme « meilleur » par la personne. Les vendeurs désirant un nouvel emplacement s'inscrivent sur une liste et la mairie le leur attribue en fonction de l'ancienneté des participants.

Ce phénomène de localisation des stands s'est produit pendant le processus de construction de la ligne du tramway : « *avant, c'était un marché ambulant, mais avec la construction du tramway, ils ont commencé à nous localiser.* », dit un marchand, agriculteur d'une quarantaine d'années d'ancienneté sur le marché de Libération. Il raconte qu'il vient sur le marché depuis son enfance. Pour lui, le stand prend une dimension symbolique importante puisque cela fait partie de l'héritage laissé par son père, maintenant décédé : « *Cette place, il me l'a léguée, et maintenant, c'est ma place* ». La situation est similaire pour une poissonnière d'une soixantaine d'années : « *Mon père m'a laissé ce stand, il vendait du poisson au marché.* ». Dans les deux cas, le stand a été hérité par les enfants qui ont poursuivi le travail de leurs parents. Le stand prend alors une dimension affective et représente un souvenir familial. Nous assistons à un

processus d'appropriation matérielle de l'emplacement en tant qu'extension d'un souvenir d'une personne proche. Il ne s'agit pas seulement de changer de stand, il s'agit aussi de changer d'emplacement et de positionnement.

Concernant le deuxième type de transmission, pouvons-nous parler de transmission ou seulement d'achat d'un stand ? « *Faire une description anthropologique des situations d'échange marchand implique un pari qui ne va pas de soi : considérer que les opérations dites 'économiques' parce qu'elles produisent, échangent, gèrent... de la valeur, sont en tant que telles des interactions socialement définies* » (La Pradelle, 1998 : 78). Les entretiens font comprendre que divers facteurs finissent par dériver vers un système de transmission même s'il y a une relation d'achat et de vente. Le processus d'acquisition d'un stand doit compter avec l'ancien propriétaire à qui l'acheteur achète directement la place et le stand. Ce qui les motive n'est pas simplement le stand en tant que tel, mais aussi tout ce qui va avec : son emplacement, l'afflux de clients et la fidélité des anciens clients. Le processus de transmission concerne plusieurs faits à la fois. Une personne explique : « *J'ai acheté ce stand parce que la place vient de se libérer, elle est bien positionnée et comme vous pouvez le voir, il y a des clients qui viennent. J'ai acheté la clientèle.* ».

Le second type d'acquisition d'un emplacement de stand procède de la hiérarchie liée à l'ancienneté. L'ancien propriétaire ne vend pas son stand, mais le remet à la Mairie qui à son tour interroge les vendeurs pour savoir qui voudrait cet emplacement. Ceux qui souhaitent l'acquérir doivent s'inscrire sur une liste d'attente. Ainsi, le marchand d'œufs explique qu'il est présent sur le marché à cause de son père. Initialement, il n'avait pas vocation de devenir agriculteur puisqu'il était infirmier. « *Comme je ne faisais rien à part attendre, mon père m'a alors conseillé d'aller vendre au marché. Il m'a dit 'regarde tous ces produits qu'on a dans le jardin. On a beaucoup trop d'œufs pour nous, tu pourrais les vendre aux gens dans le marché et comme ça tu pourrais avoir un peu d'argent.* » C'est ainsi qu'il a commencé alors que le marché était « ambulant ». Lors de la finalisation de la construction du tramway, le marchand d'œufs avait un stand dont l'emplacement ne lui convenait pas. Il a réussi à changer de place lorsqu'un autre emplacement s'est libéré « *dans une meilleure zone* ». Il s'est inscrit sur la liste de la mairie et a eu gain de cause comme ancien marchand. Aujourd'hui, le stand est devenu sa « *deuxième maison* » comme il dit, puisque c'est l'endroit où il passe le plus de temps, avec une fréquence de six jours par semaine, du mardi au dimanche.

Conclusion

Sur un marché, l'emplacement du stand est important et les dynamiques en jeu pour obtenir une bonne place prennent une dimension particulière. Toutefois, un emplacement libéré ne peut pas être occupé par n'importe qui. Un schéma de succession des places existe et répond à la variable de l'ancienneté. Conjointement, nous observons un processus de transmission des stands dans le cadre d'interrelations micro-sociales.

Les marchands s'approprient leur espace grâce à des modifications et améliorations de ceux-ci : L'appréciation du stand par son propriétaire favorise cette dynamique d'appropriation par la modification et l'amélioration. Des types de déplacements de stands existent au sein du marché. A l'origine, le marché était "*ambulant*" et aucun emplacement n'était fixe. Les déplacements de stands étaient donc communs et quotidiens. Une évolution dans l'appropriation des places s'est donc opérée.

Au sein de ces formes de déplacement, la position du marchand n'est pas toujours la même. Un déplacement peut être subi ou souhaité. C'est parce que la conception que chacun a du bon ou du mauvais emplacement entre en compte. Beaucoup de marchands valorisent la centralité, synonyme de forte fréquentation et de meilleure visibilité, et considèrent négativement les stands excentrés, peu fréquentés et peu visibles. Cependant, certains marchands préfèrent les emplacements plus discrets, et d'autres, n'accordent aucune importance à l'emplacement.

BIBLIOGRAPHIE

AZEMAR G. P. et LA PRADELLE M. 1981, Le marché-gare de Carpentras : entre tradition et modernité, *Annales de la Recherche Urbaine*, vol. 12, pp. 70-102.

LA PRADELLE M. 1998, Société du spectacle, approvisionnement, marchés et échanges : Les marchés et leurs échanges à Carpentras et à Barbès, *Annales de la recherche urbaine*, vol. 78, n°1, pp. 38-45.