

# Les vendredis de Carpentras

Chaque vendredi matin, le centre de Carpentras accueille son marché forain. Ici comme ailleurs, l'impression dominante est celle d'un inextricable chaos : dédales de ruelles et de places envahies par la foule, plaisant fouillis des étals, profusion de victuailles, mélange des odeurs, brouhaha général dont émerge parfois le boniment d'un camelot... En fait, comme tous ses semblables des bourgs et villes de France, le marché de Carpentras est un monde à part et quiconque y participe, forain ou chaland, en accepte implicitement les règles.

Tenter de les comprendre, mettre au jour les ressorts de cette sociabilité où s'abolissent les hiérarchies ordinaires, revient à décrire les multiples relations qui se nouent au marché, tant autour des étals qu'au hasard du parcours. C'est donc à une course folle que Michèle de La Pradelle convie son lecteur. En compagnie des habitués et des clients de passage, il est invité à tâter ici l'épaisseur d'un tissu, à soupeser un peu plus loin un melon, à goûter une olive, à extraire une chemise d'un tas de vêtements, tout cela sous le regard des autres, au milieu des commentaires, des plaisanteries et des fausses confidences.

Pour réaliser finalement que dans ce moment de fête, par le double effet du talent des uns et du désir des autres, s'échange beaucoup d'illusion, et que si chacun prend tant de plaisir à rejouer la fable de l'égalité des conditions, c'est afin d'oublier l'espace d'un matin la société inégalitaire dont nous sommes, la semaine durant, les acteurs finalement consentants.

*Michèle de La Pradelle est maître de conférences à l'École des hautes études en sciences sociales (Centre d'anthropologie des mondes contemporains).*

Michèle de La Pradelle

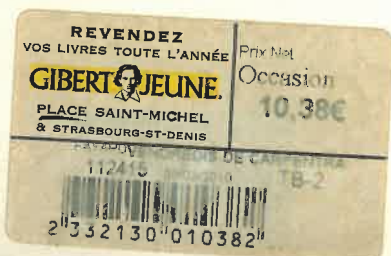
# Les vendredis de Carpentras

*Faire son marché,  
en Provence ou ailleurs*



Michèle de La Pradelle

Fayard



35.9590.7  
96-1  
135,00 FF TTC

© Photo Philippe Giraud

Michèle de La Pradelle

**LES VENDREDIS  
DE CARPENTRAS**

Faire son marché,  
en Provence ou ailleurs

Fayard

dispositif, de constituer en un espace microsocial relativement autonome les lieux concrets où se pratique l'échange. Parce que les transactions marchandes dans les sociétés modernes paraissent relever uniquement d'un mécanisme anonyme, on les croit peu susceptibles d'une analyse anthropologique qui, par définition, a pour objet l'identité des acteurs, le jeu de leurs interrelations et les significations qu'ils manipulent.

Pourtant, que les échanges de biens ne mettent plus en présence des parents, des clans ou des chefs et leurs sujets n'implique pas qu'ils cessent d'être des rapports sociaux; ils continuent de l'être, mais sur un autre mode qu'il convient de décrire. L'analyse purement économique de l'échange relève en fait toujours non pas d'un simple constat empirique, mais d'une construction raisonnée de la réalité sociale. Faire passer au second plan la société éphémère qui se met en place autour d'un étal ou d'un comptoir pour ne retenir que le transfert de valeur est une opération d'abstraction certes probablement plus légitime mais du même genre que traiter le potlatch comme un système de prêt à intérêts.

Selon la même logique, partout où dans la société moderne l'importance des transactions est faible, sinon dérisoire, l'explication économique paraît insuffisante, et du même coup le marché, ce micro-événement pittoresque mais sans incidence appréciable sur la balance des paiements ou la bonne tenue du franc, redevient un lieu social, un objet pour ethnologue. À mon sens, au contraire, le petit marché du lundi à Saint-Didier, la criée aux poissons de Concarneau<sup>4</sup>, l'hôtel Drouot ou Wall Street peuvent au même titre faire l'objet d'une approche anthropologique. Il faut vaincre cette sorte de résistance irréfléchie qui pousse à croire que là où les enjeux éco-

4. Cf. Jacqueline Matras-Guin, « Vente aux enchères et tirage au sort dans les criées en gros du poisson », *Ethnologie française*, XVII, 2-3, 1987, p. 227-234.

nomiques sont importants les rapports sociaux se diluent ou s'effacent et que là où ils sont limités s'épanouit au contraire librement une sociabilité qui devient à elle-même sa propre fin.

Reste que décrire en ethnologue une situation d'échange marchand dans notre société ne va pas de soi. J'en fis rapidement l'expérience, à peine débarquée sur le carreau de Carpentras. Il n'était pas facile un vendredi matin place du Palais, et encore moins au beau milieu des rangées de camions alignées sur le béton du marché-gare, de retrouver le regard à distance, mais attentif aux rapports sociaux et soucieux de ne jamais réifier la vie économique, que Polanyi et ses élèves jetaient sur les marchés des « autres ». D'abord parce que ma formation ne m'y avait guère préparée : j'en savais sûrement plus sur le périple des objets « kula » dans les îles Trobriand que sur le circuit de la tomate de la serre du producteur au panier de la ménagère, sur les subtilités du don ou des prestations matrimoniales que sur la tournée du forain.

Mais surtout, comment ne pas se laisser reprendre, dans l'observation et la description mêmes des comportements, par cet inévitable « grand partage » entre l'économique et tout le reste, le « social », le « culturel », etc., bref entre le sérieux et le superflu, alors que les acteurs eux-mêmes ont intériorisé cette vision des choses et modèlent spontanément leur discours selon ces catégories ? Au bar du marché-gare, tandis qu'autour du premier « petit blanc », vers six heures du matin, je tentais de me faire expliquer la nature ambiguë, tantôt conflictuelle, tantôt bon enfant, des relations qu'entretenaient producteurs et expéditeurs, on ne cessait de me renvoyer à la dure loi du Marché et aux bienfaits de la concurrence. Inversement, lorsque, au hasard des étals de la rue de la République, j'interrogeais les clients sur leurs achats du jour, tout le marché semblait se réduire pour eux au

plaisir de la convivialité et à la célébration d'une tradition locale.

La tentation était grande de mettre d'un côté les transactions effectuées par les acteurs réduits à leur rôle d'acheteurs et de vendeurs et de l'autre les rencontres, les conversations et les multiples manières qu'avaient les citoyens de Carpentras de faire de leur marché le haut lieu de la sociabilité locale. Les géographes étaient les premiers à s'être efforcés de décrire avec minutie les marchés, leurs réseaux régionaux, leur place dans les circuits de distribution, et leurs travaux m'étaient à cet égard très précieux; d'ailleurs ils inspièrent largement les quelques recherches ethnologiques consacrées à des marchés<sup>5</sup>. Mais leurs monographies aboutissaient toujours à ajouter simplement à l'étude du «rôle économique» la «dimension socioculturelle»: là où «le commerce n'est plus une activité de base indispensable, il devient initiation, distraction, relais<sup>6</sup>»: outre les marchandises circulent de l'information, des nouvelles locales, des rumeurs, parfois de la propagande. Bref, en sus de leur fonction économique, les marchés se trouvent pourvus d'une «fonction d'animation» que le géographe, soucieux d'une analyse exhaustive, ne manquait pas de prendre en compte.

D'autres références me conduisaient d'une certaine manière à la même impasse. Je travaillais à l'époque avec Michel de Certeau: la façon dont il proposait de décrire les «arts de faire» et les «opérations des usagers» comme de permanentes et subtiles subversions des

5. Ces travaux portent essentiellement sur des marchés ruraux. Cf. les études rassemblées, à l'initiative d'Isac Chiva, dans *Études rurales*, n° 78-79-80: «Foire et marchés ruraux en France», avril-décembre 1980.

6. Jacqueline Beaujeu-Garnier, «Mutations commerciales et études géographiques», dans *Le Commerce urbain français*, Paris, PUF, 1984, p. 10.

normes reçues renouvelait à l'évidence ce genre un peu désuet qu'était l'analyse de la vie quotidienne. Je pouvais ainsi considérer le marché comme un cadre institutionnel dans lequel j'aurais à repérer les mille et une manières de ruser avec les règles de l'échange, de «braconner avec et dans l'économie culturelle dominante<sup>7</sup>», de s'approprier les codes et les lieux «pour composer des formalités inédites<sup>8</sup>». Une telle approche permettait, il est vrai, de mettre en lumière toutes ces tactiques de la vie ordinaire – «le fond nocturne de l'activité sociale», disait-il – qu'un certain sociologisme avait tendance à occulter. Mais, en fin de compte, je risquais ainsi de réinstaurer la différence entre le marché envisagé comme rouage, plus ou moins fonctionnel, du système national de distribution, et les usages sociaux ou culturels qu'on en avait.

Toute la difficulté tient en fait à ce qu'on s'interdit ou qu'on oublie, par économisme irréfléchi ou refoulé, de considérer que l'échange marchand est lui-même en tant que tel un rapport social d'un certain type: qu'on négocie des truffes, des œuvres d'art ou des tomates, le transfert de biens et de valeur définit une situation où, dans un laps de temps donné, un lieu précis et pour cette activité-là, les acteurs se reconnaissent simplement comme des partenaires équivalents, si inégaux que soient par ailleurs leur pouvoir ou leur statut; ils acceptent les règles d'un jeu dont la première est qu'aucun d'eux ne peut s'y réclamer d'un avantage ou d'un privilège extérieurs à la situation d'échange; certes, dans le jeu, chacun a sa donne (la qualité de la marchandise ou l'art de la faire valoir, le pouvoir d'achat, l'indifférence affichée, etc.), mais un joueur en vaut un autre. Cette société éphémère d'ache-

7. M. de Certeau, *L'Invention du quotidien*, t. I: *Arts de faire*, Paris, UGE, 1980, p. 9 et 10.

8. L'expression est de Roger Chartier, «L'histoire ou le savoir de l'autre», dans *Michel de Certeau*, Paris, Centre Georges Pompidou, 1987, p. 164.

teurs et de vendeurs ne connaît que des semblables sans nom et sans qualité, ou du moins tel est son principe.

Partout où les transferts de biens relèvent principalement des règles de réciprocité par lesquelles les partenaires affirment, confirment ou revendiquent une identité ou un statut, la situation de marché reste exceptionnelle ou marginale. Mais cela n'implique nullement que l'échange marchand, parce qu'il se développe entre partenaires anonymes ou impersonnels, ne soit pas aussi un rapport social. On a tendance à imaginer qu'une fois le rapport d'échange délivré des contraintes de la parenté ou de la hiérarchie il entre dans l'univers pur de la science économique avec ses agents rationnels désincarnés, mus chacun par le calcul marginal et tous par la « Main invisible ». C'est pourquoi il semble que se livrer à une description anthropologique de l'échange marchand ne peut consister qu'à y repérer tout ce qui vient biaiser son fonctionnement « normal », c'est-à-dire conforme au modèle qu'en construisent les économistes, par exemple les interférences résiduelles des relations « traditionnelles » avec l'échange « moderne » comme les usages symboliquement ou affectivement aberrants de la valeur marchande et de la monnaie. On oublie aisément que la neutralisation des identités de ses acteurs est bien une condition sociale de l'échange marchand : elle n'a en tant que telle rien à voir avec l'opération d'abstraction par laquelle cet échange devient objet d'un savoir économique. Ignorer qui est l'acheteur qui me fait face, ou faire « comme si », est une des manières possibles de traiter l'autre : ce comportement social ne peut être confondu avec la procédure savante par laquelle on substitue aux acteurs concrets des agents économiques.

Les sociétés ne découvrent pas un beau jour l'économie de marché comme la géométrie euclidienne ou la thermodynamique. Elles se donnent ou non les conditions institutionnelles et historiques qui permettent l'ins-

tauration de ce mode de relation sociale qu'est l'échange marchand. Pour qu'il apparaisse, il suffit que les partenaires se trouvent dans une situation telle que la règle d'anonymat régisse le jeu. Dès que s'effacent les personnes – le marché, dit Max Weber, est « le plus impersonnel des rapports de la vie pratique dans lesquels les hommes peuvent se trouver<sup>9</sup> » – la marchandise pointe son nez. Marshall Sahlins n'a donc pas tort de considérer l'échange marchand comme une figure possible, mais extrême, de la série des formes de « l'échange primitif », à savoir la « réciprocité négative<sup>10</sup> », ce type de relation où tous les coups sont permis parce que l'identité des partenaires est soit mise provisoirement entre parenthèses, soit délibérément ignorée. Son apparition est improbable à l'intérieur d'un réseau de parents, de voisins, d'alliés, où l'on fait circuler des biens précisément pour se signifier mutuellement qui on est ou qui on prétend être : Marx notait déjà que l'échange proprement marchand suppose des partenaires étrangers les uns aux autres et tend donc à se développer aux confins des communautés<sup>11</sup>. De

9. M. Weber, *Économie et société*, t. I, Paris, Plon, 1971, p. 634. Voir aussi Georg Simmel : « Ce qui fait d'un être humain une personne ne se confondant avec aucune autre, ce n'est pas qu'il soit ceci ou cela, mais qu'il soit à la fois l'un et l'autre [...]. La personne ainsi déterminée se dissout presque entièrement dans les relations de l'économie monétaire [...]. Chacun en effet entre dans la relation seulement en tant qu'il livre des marchandises, qu'il fournit de l'argent ou du travail, sans que ses autres déterminations soient le moins du monde prises en compte » (*Philosophie de l'argent*, trad. fr. PUF, 1987, p. 262-263).

10. M. Sahlins, *Stone Age Economics*, 1<sup>re</sup> éd. 1972. Traduction française : *Âge de pierre, âge d'abondance*, Paris, Gallimard, 1976, p. 249.

11. Parce qu'il suppose « l'indépendance » des partenaires, « l'échange des marchandises commence là où les communautés finissent, à leur point de contact avec des communautés étrangères » (*Le Capital*, Livre premier, chapitre 2, Éditions sociales, t. I, 1950, p. 98).

même, s'il n'y a ni lieu ni moment où le prince et les grands cessent d'être les premiers, la partie est faussée d'avance. C'est pourquoi, selon Montesquieu, il faut que les lois défendent aux nobles le commerce : «[...] des marchands si accrédités feraient toutes sortes de monopole. Le commerce est la profession des gens égaux; et parmi les états despotiques, les plus misérables sont ceux où le prince est marchand<sup>12</sup>». Conscients de cette exigence, les rois de l'Imerina avaient interdit à leurs parents de troubler les marchés en se prévalant de leurs privilèges : il s'agissait, explique Françoise Raison, de «faire du marché le lieu d'une relation horizontale [...] entre individus isolés, définis par la seule qualité anonyme de vendeur ou d'acheteur<sup>13</sup>».

L'échange marchand suppose donc – et par là même induit – un espace social à identité non saturée : l'effacement des statuts et des qualités, qui en est la condition négative, institue du même coup un champ de rapports sociaux spécifiques. En entrant sur le marché, les individus laissent leur identité au vestiaire : ils s'y présentent, disait Marx, en simples «porteurs» ou «supports» d'un rapport économique; les personnes n'y «ont affaire les unes aux autres qu'autant qu'elles mettent certaines choses en rapport entre elles comme marchandises; elles n'existent les unes pour les autres qu'à titre de représentantes de la marchandise<sup>14</sup>». *Homo economicus* (ou *mercantilis*) est par définition n'importe qui; il n'a ni clan, ni caste, ni nation; ou du moins telle est la règle qui l'engendre. Mais Marx ne voit là que le mécanisme de l'illusion fétichiste propre à la société bourgeoise : la rela-

12. Montesquieu, *L'Esprit des lois*, livre V, chap. 8.

13. «Le travail et l'échange dans les discours d'Andrianampoinimerina (Madagascar, XVIII<sup>e</sup> siècle)», dans *Le Travail et ses représentations*, sous la direction de Michel Cartier, Paris, Éditions des Archives contemporaines, 1984, p.248.

14. K. Marx, *op. cit.*, p. 96.

tion entre les hommes disparaît au profit d'un «rapport social des choses». Alors qu'entrer ainsi en relation sous un masque autorise des relations d'un autre type, en rupture avec les règles qui régissent les activités de la vie quotidienne et les formes de domination qui structurent la société globale. L'équivalence des partenaires de l'échange, certes formelle, mais effectivement jouée, l'anonymat qu'ils adoptent le temps d'une transaction ne peuvent pas manquer d'engendrer un genre d'espace social propre aux situations de marché : telle est l'hypothèse de ce travail. Espace certes éphémère, confiné à des limites de lieu et de temps bien précises, quasi-fiction peut-être, mais qui vaut bien d'être décrit pour lui-même et sera ici mon objet.

Au demeurant, quand j'arrivai à Carpentras un matin glacial de mai 1980, j'étais loin d'y voir aussi clair. C'est après coup, en réfléchissant sur ce que j'avais observé et ce qu'on m'avait appris des différents marchés de la ville, mais forte aussi de l'expérience acquise dans d'autres situations d'échange, que j'ai peu à peu élaboré le projet de ce que pourrait être une anthropologie de l'échange marchand. On m'avait envoyée étudier une institution, le marché forain, qui paraissait relever d'une tradition préservée comme par miracle en marge des formes modernes de la grande distribution, supposant que l'ethnologie avait particulièrement pour vocation l'étude des survivances et des microcultures locales. Mais, par la vertu propre du «terrain» ainsi défini, je me trouvais confrontée à ce qui se révélait en fin de compte un objet anthropologique à la fois relativement inédit, l'échange marchand comme rapport social, et tout à fait contemporain : sous couvert d'exotisme provençal et d'héritage ancestral, la logique des comportements de marché, ce perpétuel jeu sur l'anonymat qui en était le principe, se révélait bel et bien moderne.

## 2

Il n'est pas six heures lorsque le rapide de nuit arrive à Avignon ; depuis longtemps le train ne conduit plus les voyageurs à Carpentras. Le premier car ne part que deux heures plus tard. La gare, qui par temps de festival est habitée nuit et jour d'une foule bariolée, apparaît bien modeste et provinciale ce matin-là. Un seul café, rue de la République, accueille dans la ville endormie quelques clients engourdis.

Le car longe les remparts ; puis défilent entrepôts, garages, supermarchés et grands ensembles. Bientôt des rangées de thuyas annoncent la campagne sans qu'on sorte d'une zone indéfinie où villas, jardins d'agrément, stations-service, parcs de voitures d'occasion et autres Conforama grignotent les terres cultivées. Aux yeux du voyageur non averti, chaque halte du car semble arbitraire dans cet espace sans repères. À en juger par leur allure, les passagers, encombrés de volumineux cabas, souvent des gens âgés et des immigrés, ne sont ni vraiment de la ville ni tout à fait de la campagne. Le car arrive au Pontet, un arrêt très fréquenté le samedi : depuis Carpentras on vient ici, à Auchan, passer l'après-midi et faire ses courses.

La route, une vingtaine de kilomètres, est sans cesse encombrée, et les habitants de Carpentras préfèrent souvent allonger légèrement leur trajet en passant par Pernes, séduits aussi par la quiétude du paysage : de longues haies de roseaux et de cyprès découpent en damier, tous les trente ou quarante mètres, les cultures tirées au cordeau. Le strict ordonnancement des lieux, leur platitude indéfinie, l'eau coulant partout dans les canaux et les « filioles », le soin méticuleux apporté à la

terre surprennent le voyageur coutumier de la Provence de Giono ou de Cézanne.

Après Montoux, les panneaux publicitaires se multiplient, les grandes surfaces et leurs parkings réapparaissent, l'habitat devient plus dense, la voie se resserre, la pyramide blanche du Ventoux barre l'horizon : on arrive à Carpentras. La ville occupe un vaste plateau qui s'abaisse en pente douce vers le sud et, sur les autres côtés, forme une terrasse aux bords abrupts. On est au seuil de la vallée du Rhône et des premières hauteurs alpines : le Ventoux prolongé par les monts de Gigondas, les monts de Vaucluse plus au midi et, au-delà de la vallée du Coulon, le Lubéron ; au sud et à l'ouest s'étalent à perte de vue la plaine monotone du Comtat et l'espace géométrique de ses cultures à l'arrosage. Sa richesse est récente : les travaux d'irrigation ont transformé les conditions naturelles d'il y a un siècle. Le canal principal passe en bordure de la ville ; au-delà s'étendent soit des campagnes plantées d'arbres fruitiers, cerisiers de Saint-Didier et abricotiers de Suzette, soit, du côté de Beaumes-de-Venise et de Caromb, des coteaux de plus en plus gagnés par les vignobles mais qui sont aussi la terre d'élection des chênes truffiers.

Carpentras se compose aujourd'hui de deux zones bien distinctes : la vieille ville – c'est d'elle que l'on parle quand on dit « la ville » – et ses faubourgs, toujours désignés par leur toponyme. Le cœur de la cité n'est plus délimité par d'épaisses murailles – on a détruit les remparts au siècle dernier et seule en subsiste la porte d'Orange –, mais la coupure demeure nette entre le centre de la ville et sa périphérie. De vastes boulevards plantés de grands arbres formant une enceinte de verdure ininterrompue marquent la frontière entre le lacis dense et homogène de maisons tassées au long de ruelles aux tons ocre et l'espace *extra muros* où les jardins et les champs de primeurs sont parsemés de constructions disparates.

Autrefois exclusivement voué à l'agriculture, le pourtour de la ville est aujourd'hui envahi de hangars d'expédition, d'entrepôts, de bâtiments commerciaux, d'immeubles d'habitation et de maisons individuelles. Sous son désordre apparent, cet espace périurbain est pourtant loin d'être indifférencié ; ce fatras architectural dispersé dans une campagne émiettée est en fait régi selon un ordre bien précis. Au nord, sur la rive droite de l'Auzon, la plaine, traversée par l'aqueduc et dominée par les pentes caillouteuses du Ventoux et les Dentelles de Montmirail, est réputée froide et venteuse : c'est là que s'alignent les cités HLM les plus dégradées, les Amandiers et les Éléphants.

L'urbanisation est plus ancienne à l'ouest, aux abords de la route d'Avignon. On devine, derrière les murs de pierre qui bordent les belles rues calmes au-delà du boulevard Albin-Durand, des maisons du siècle dernier, vastes et bien assises. Plus loin les lotissements et les immeubles ont là aussi proliféré dans l'anarchie. Au sud, sur des terres qui étaient traditionnellement dévolues à la culture des fruits et des légumes, la municipalité a implanté en 1963 le marché-gare, puis décidé la création d'une zone industrielle. Mais cette opération, au début des années 1980, n'avait pas encore remporté le succès escompté : on a beau suivre les multiples panneaux qui l'indiquent, on ne s'y sent jamais arrivé ; au-delà de la frange de constructions hétéroclites qui borde la ville, après la vieille gare où ne transitent plus que les cageots de primeurs, une fois dépassée l'immense cité HLM du Pous-du-Plan, quelques entreprises d'emballage ou fabriques de cagettes et des dépôts de matériaux de construction semblent égarés dans les champs de primeurs immuablement plats et striés de bandes de plastique protecteur ; par endroits les cyprès ont été arrachés et la terre retournée, mais on n'a pas donné suite ; ailleurs

le sol a été recouvert d'une dalle de béton puis laissé en l'état, tel un parking abandonné.

À l'est de la ville, la banlieue ne semble croître qu'à regret. La ceinture bâtie en contrebas de l'allée des Platanes est ici plus modeste : Intermarché, quelques immeubles appelés « résidences » (du Comtat, du Ventoux, etc.) dispersés au milieu des pins ; puis, très vite, le relief s'accroît en direction des monts de Vaucluse et les constructions cèdent la place à une campagne de vignobles et de vergers. Certains citadins y possèdent toujours, au milieu des vignes, leur cabanon où ils se rendent le dimanche en famille. Sur la colline de la Lègue, où l'on se promenait autrefois le long de chemins bordés d'oliviers, la bourgeoisie locale a fait récemment construire de vastes et confortables villas ; de leurs terrasses on domine la masse compacte de la vieille ville : sur l'horizon des toits de tuiles roses, seuls émergent la tour du beffroi et les clochers de Saint-Siffrein et de l'Observance.

## 3

Pourquoi Carpentras, me dira-t-on, et pas le pittoresque marché couvert de Limoges ou celui des Lochères, avenue Joliot-Curie, à Sarcelles ? Je n'ai pas d'attache locale ni le moindre cabanon sur les pentes du Ventoux. Répondre à la question reviendrait à entreprendre le fastidieux récit d'une série de contingences (je ne sais plus qui m'avait un jour décrit avec enthousiasme la vitalité du marché de Carpentras) ou l'énoncé prosaïque d'un choix par défaut : pour m'y sentir disponible, j'avais préféré un « terrain » loin de Paris et, pour la commodité de l'enquête, une ville de moyenne importance. Sans compter quelques illusions, vite dissipées, sur la douceur du climat provençal.

Du point de vue qui est le mien, celui d'une anthropo-



logie de l'échange marchand, n'importe quel marché pouvait faire l'affaire. Si l'hypothèse qu'implique ce travail est pertinente, elle doit en effet se vérifier partout. Le marché de Carpentras n'est donc qu'un exemple, et il perdrait cette vertu si sa sélection n'était pas arbitraire. On pourrait croire que j'ai choisi Carpentras animée d'une arrière-pensée culturaliste : ce que j'observe sur ce marché serait l'effet de quelque sociabilité provençale particulièrement chaleureuse ou conviviale. Tel n'est pas le cas : je considère que toute situation de marché, *mutatis mutandis*, génère un champ de rapports sociaux spécifiques. Ce n'est pas plus vrai dans le Midi que dans le Nord.

Reste que le marché de Carpentras est bien, en tant que tel, parfaitement singulier. Le champ de rapports sociaux qui s'y déploie lui est propre ; ce n'est pas le même qu'à Apt ou à Vaison. Si l'on veut que le cas de Carpentras prenne valeur exemplaire, il faut qu'il soit décrit dans toute sa singularité. Tel est le paradoxe de la démarche anthropologique : quelle que soit la généralité de son objet, elle passe nécessairement par une idiographie ; il lui faut à la fois prendre en compte l'identité de la société étudiée, sa différence d'avec toute autre, et la faire fonctionner comme exemple : les Samo, si Samo soient-ils, doivent pouvoir devenir un cas probant de « systèmes semi-complexes », et les Nuer, tout Nuer qu'ils soient, un modèle de structure politique « segmentaire ».

Mon enquête auprès des habitants de Carpentras implique donc un inévitable malentendu, qui n'est qu'une des formes de la « distance » à la fois supposée et produite par toute démarche anthropologique. Il va sans dire qu'à leurs yeux leur marché est unique. D'abord, me disent-ils, c'est le plus beau de tous, et cette fierté ne date pas d'hier : « Les Carpentrassiens, écrit un potier de la ville au début du XIX<sup>e</sup> siècle dans un poème en provençal, peuvent se glorifier que dans toute la France et même

dans l'Europe on ne trouve point son pareil pour les marchandises qui s'y trouvent et les affaires qui s'y font<sup>15</sup>. »

C'est aussi, croit-on, le plus ancien. On se plaît à imaginer qu'il existe depuis des temps immémoriaux. À mi-chemin entre les basses terres et les premiers contreforts des Alpes, à l'abri des impétuosité du mistral, comment Carpentras n'aurait-elle pas attiré de toute éternité les populations environnantes, comme son appellation celto-ligure, Carpentoracte (« la ville haute de passage »), semble l'indiquer ? De même croit-on pouvoir lire le signe de son destin de place marchande dans le nom de Forum Neronis<sup>16</sup> que porte la ville à l'époque romaine, après qu'un obscur lieutenant de César, Tiberius Nero, eut triomphé sans mal de la tribu locale des Méminiens, même si l'existence d'un marché (au pied de Saint-Sifrein) n'est attestée que bien plus tard, au XIV<sup>e</sup> siècle<sup>17</sup>.

Carpentras se pense en effet avant tout comme une ville commerçante et le marché y tient donc lieu de référence majeure dans l'autodéfinition et l'autocélébration de l'identité locale : chaque vendredi matin est une manière de commémorer collectivement cette vocation

15. Antoine Denoves, ms. 1189, bibliothèque Inguimbertaine. C'est « le plus beau qui existe en France », dit aussi l'abbé de Pazzis dans un mémoire rédigé à la demande du préfet du Vaucluse, peu après le rattachement du Comtat à la France : comme quoi, même privé de son privilège, il reste incomparable. Cf. *Mémoire statistique sur le département de Vaucluse*, Carpentras, Imprimerie Quenin, 1808.

16. Cette appellation, dit Robert Caillet, ancien conservateur de la bibliothèque Inguimbertaine, « est l'unique souvenir du marché à cette époque » (*Foires et marchés de Carpentras du Moyen Âge au début du dix-neuvième siècle*, Carpentras, Imprimerie Batailler, 1953, p. 19). En fait, le terme *forum* n'implique pas nécessairement l'existence d'un marché.

17. Robert Caillet (*op. cit.*, p. 20) fait état d'un document de 1309 (un cartulaire de l'évêché) dans lequel l'évêque entend interdire aux marchands l'espace avoisinant l'église, le cimetière et la place de la Fusterie. Pour leur défense, ils invoquent une longue tradition.

d'origine. Le marché est ici l'âme de la ville : raison de plus pour qu'il n'ait pas son pareil.

L'intérêt que je lui porte n'a donc rien de surprenant aux yeux des habitants de la ville. Dans la peine que je prends à l'étudier, on voit un hommage à son caractère d'exception : s'il n'avait rien d'original, pourquoi lui consacrer tant d'efforts ? Que Carpentras ne soit en fait, dans ma démarche, qu'un exemple, que mon choix ait pu être arbitraire, n'est pas localement acceptable, ni même pensable. La question « pourquoi Carpentras ? » – et non Limoges ou Sarcelles – ne se pose pas à Carpentras. Affirmer son identité exclut de se penser comme un cas parmi d'autres. On se dit donc que j'écris une monographie de plus, destinée après bien d'autres à promouvoir l'image de la ville en célébrant les mérites de son marché. Il est vrai qu'à ma manière je contribue à en faire un marché « pas comme les autres » : n'a-t-il pas désormais « sa » thèse<sup>18</sup>, ce qui n'est pas le cas de ceux d'Apt ou de Vaison, où le hasard aurait pu tout aussi bien me conduire ?

En dépit de sa réputation de parent pauvre de la culture relativement à Avignon, sa brillante rivale, Carpentras, dans les années 1980, s'enorgueillit d'une activité intellectuelle dynamique en matière d'histoire régionale. Les Éditions du Nombre d'Or et la revue *Rencontres*, éditée par l'Association carpentrasienne de diffusion culturelle, publient les travaux des érudits locaux. Au premier rang d'entre eux le célèbre docteur Brun, passionné bien davantage par ses recherches historiographiques que par le cabinet, hérité de son beau-père, dans lequel il exerce son métier de dentiste.

18. Ce qui lui a déjà valu les honneurs de la presse nationale, un journaliste d'un grand hebdomadaire s'étant contenté, en fait de reportage, de reprendre terme à terme certains passages de ma thèse. Le marché d'Arles a également « sa » thèse, mais pour le XV<sup>e</sup> siècle, celle de Louis Stouff, *Ravitaillement et alimentation en Provence aux XIV<sup>e</sup> et XV<sup>e</sup> siècles*, Paris/La Haye, Mouton, 1970.

À l'évidence, il faut me compter comme une nouvelle adepte de ce petit cénacle : la curiosité que manifestent mes questions semble prolonger ce travail de la mémoire et l'on se réjouit d'initier une étrangère à cette histoire commune. On sait bien d'ailleurs que, moi aussi, je passe de longues heures à consulter les archives dans le bel hôtel de la bibliothèque Inguimbertaine, ce haut lieu du patrimoine comtadin dont les conservateurs – parmi lesquels j'ai quelque mal à imaginer Georges Bataille en rond-de-cuir de la culture locale<sup>19</sup> – ont mis tant d'enthousiasme à rassembler meubles d'époque ou peintres locaux dans les divers musées de la ville.

Certes je me laisse parfois, non sans plaisir, prendre à ce jeu. Plus cette ville et son marché me deviennent familiers, plus je suis complice de la fierté qu'en éprouvent mes interlocuteurs. Pourtant, quoi qu'il y paraisse et si sympathiques que me soient les multiples expressions du narcissisme local, l'important n'est pas tant pour moi le contenu de ce savoir populaire ou érudit que l'enjeu dont il témoigne. Il relève d'une ethnographie indigène vouée non seulement à célébrer ou à faire partager, mais bien à produire une microculture locale dont le marché du vendredi est l'un des rites majeurs. Or je ne suis pas là pour participer à cette entreprise et lui donner le sceau de l'ethnographie « savante », pour constituer ce marché et sa ville en un petit monde clos en recensant les traits, les traditions, les coutumes qui le distinguent de tout autre.

Si, au cours de mon enquête, je rencontre l'intérêt souvent passionné que ce marché suscite à Carpentras comme aux alentours, c'est qu'il est une dimension essentielle de son fonctionnement. Comment décrire le champ des rapports sociaux que génère ce marché sans prendre

19. G. Bataille fut nommé conservateur de la bibliothèque Inguimbertaine en 1951.

en compte le rôle décisif qu'il joue dans la définition et la perpétuation de l'identité locale ? Qu'il soit aux yeux de ses habitants un « monument » aussi unique que la fameuse « boule aux rats<sup>20</sup> » du fronton de la porte Juive ou la très vénérée relique du saint Mors<sup>21</sup> dans l'église Saint-Siffrein contribue à l'instituer en véritable lieu public, à ce titre irréductible à sa seule fonction de distribution. On manque l'événement du marché, ce qui se passe effectivement autour des étals le vendredi matin, si l'on n'y perçoit pas les formes d'identification collective qui sont à la fois la condition et l'enjeu des comportements observés.

Il n'est pas indifférent qu'on achète ses navets devant l'une des plus vieilles synagogues de France, sa casquette chez Barnabé, devant l'arc de triomphe romain<sup>22</sup> décrit par Prosper Mérimée<sup>23</sup> (où se tient l'été le Festival), et ses petits pois au pied du beffroi des comtes de Toulouse. D'autant plus qu'il y aura toujours quelque érudit pour vous apprendre que la ville doit sa prospérité au privilège qu'ils ont accordé à son marché en 1155. Le marché ne serait pas ce qu'il est sans l'imagerie qui l'accompagne ou qu'il suscite. « Dans son indolence de vieille Provençale, Carpentras rêve, écrit André de Richaud en 1927 ; elle se

20. C'est une étrange sculpture représentant une sphère sur laquelle courent des rongeurs. On n'est jamais parvenu à en élucider la signification.

21. Il s'agit d'un mors censé avoir été forgé avec deux des clous de la Passion (on dit aussi le saint Clou), réputé pour son pouvoir d'exorcisme. Le pape Clément VII affirma solennellement que le Mors chassait les esprits malins du corps humain. Il avait également le pouvoir d'éloigner la peste et le choléra, et lorsque éclataient des épidémies on le promenait en procession dans les rues de la ville.

22. C'est le seul vestige du passé romain de la ville. Il date du siècle d'Auguste et représente des captifs gaulois enchaînés à un trophée.

23. P. Mérimée, *Notes d'un voyage dans le midi de la France*, Paris, Adam Biro, 1989, p. 126.

souvent de sa jeunesse, des juifs enfermés dans leur quartier obscur, des évêques galants fleurant la bergamote et qui tendaient d'un geste royal aux grandes dames comtadines le berlingot violet de leur améthyste. Elle revoit le petit Pétrarque qui joue, les cheveux au vent, sur les marches de la cathédrale<sup>24</sup>... »

Chaque vendredi matin, le rêve est à l'ordre du jour. Autour de ce marché revit un esprit particulariste qui n'a plus guère d'autre occasion de se manifester aujourd'hui. Grâce aux papes il a longtemps eu en effet le privilège d'être, au beau milieu de la Provence, hors du territoire français<sup>25</sup>. La référence à l'histoire sert donc à le distinguer de ses voisins, ce qui n'empêche pas de le présenter éventuellement comme « typiquement provençal » à l'observateur étranger. Sa prospérité actuelle est ainsi prétexte à se souvenir de la brillante cour du Saint-Siège, six siècles auparavant. Peu importe – le rêve n'est pas historien – qu'elle n'ait séjourné à Carpentras que quelques mois et n'y soit jamais revenue après le désastreux conclave de 1314<sup>26</sup>.

Rien ne sert d'objecter que de l'abondance des victuailles étalées dans les rues de la ville à ces fastes d'antan le lien est pour le moins ténu. On n'en rappellera

24. A. de Richaud, « Charms de Carpentras », dans *Quarante-quatre textes retrouvés ou inédits*, Cognac, Le Temps qu'il fait, 1985, p. 12. Édition originale dans la revue *Le Feu*, Aix-en-Provence, 1927.

25. Le « Comté » Venaissin tire son nom de Venasque, un village escarpé à une dizaine de kilomètres au sud-est de Carpentras. À l'issue de la croisade contre les albigeois et de la défaite des comtes de Toulouse, Louis VIII attribue le Comtat au Saint-Siège. Il fera l'objet de trois vaines tentatives d'annexion de la part de la monarchie, avant d'être finalement, après de multiples démêlés politiques et militaires, intégré au territoire national sous la Révolution, le 14 septembre 1791, et inclus dans le département du Vaucluse lors de sa création en 1793.

26. Après des jours d'intrigues et de rixes, les vingt-trois cardinaux étaient ressortis sans avoir élu de successeur à Clément V.

pas moins que le pape Clément V, de santé fragile<sup>27</sup>, avait choisi de quitter Avignon pour le Comtat, qu'il appelait «le jardin de ses délices», ce qui pour tout habitué du marché évoque plutôt non pas Jérôme Bosch, mais les «Jardins du Comtat», l'éventaire luxuriant que dispose Boyac place de la Mairie. De même, raconter comment le recteur (auquel les papes confiaient la gestion du Comtat) disputait à l'évêque de la ville sa part de poisson frais arrivé de la côte ou pêché dans la Sorgue, chacun entendant se réserver les plus belles pièces au début du marché, est une manière de rendre en quelque sorte «historiques» les poissonniers installés au pied de la porte d'Orange, cet ultime vestige des remparts. Autant d'anecdotes encore sur toutes les bouches, même dans ce pays de tradition radicale (c'est la patrie de Daladier), qui inscrivent la petite histoire locale et son marché quelque part au cœur de la chrétienté.

## 4

Quelle que soit la fierté qu'inspire ce marché du vendredi, symbole par excellence de l'identité locale, Carpentras doit son rôle de capitale régionale à ce qu'on appelle ici le «marché-gare», c'est-à-dire le marché de gros aux fruits et aux légumes, cette aire bétonnée et plantée de lampadaires, aux marges de la ville, dépourvue de tout pittoresque et invitant peu à la rêverie.

Ce marché-là répond, lui, à une tout autre histoire, sans pape ni recteur, mais héroïque elle aussi et à ce titre souvent narrée : c'est l'épopée, digne du Far West, par

27. Il aurait même pris soin de construire un aqueduc pour faire venir son eau de la source des Alps, achetée à Barral de Baux, seigneur du Barroux et de Caromb, tant celle de la ville était mauvaise.

laquelle, en l'espace d'un siècle, ce peuple de paysans ruinés par le phylloxéra et la chute de la garance<sup>28</sup> a transformé un pays de garrigues en un jardin méticuleusement cultivé : des cailloux rouges du sud de la ville (le «terra-don») ils ont fait de l'or, dit-on encore plus d'un siècle après la construction du canal de Carpentras. Le souvenir de cette aventure exceptionnelle au long de laquelle les dernières générations ont façonné le paysage et instauré le mode de vie actuels tient dans l'héritage collectif du Comtadin une place au moins aussi importante que les références historiques plus lointaines.

En fait, pour une large part, grâce aux multiples activités liées au négoce et à l'expédition, Carpentras vit de ce marché de gros, qui se tient quotidiennement d'avril à octobre, et que remplace, les vendredis d'hiver, l'important marché aux bois et plants de vigne – autour d'un alignement de fagots apparemment tous pareils, un petit monde de producteurs quelque peu ingrat que j'avoue avoir plutôt négligé. Pourtant ce royaume de la tomate et du melon, sans compter la fameuse «fraise de Carpentras», s'est trouvé finalement repoussé à la périphérie de la cité, d'abord aux Platanes, ce large cours qui la borde à l'est, puis, en 1963, à quelques kilomètres de là, dans cette zone mal définie où entrepôts et hangars se mêlent aux cultures sous plastique. Cette relégation est la traduction spatiale de la division entre les deux rôles des marchés : l'achat des denrées agricoles aux producteurs par des négociants professionnels opérant au niveau national ; leur redistribution aux consommateurs, c'est-à-dire l'approvisionnement de la ville. Ces deux fonctions économiquement antithétiques – dans un cas les produits deviennent marchandises par le biais d'une fixation des cours, dans l'autre ils cessent de l'être en passant à la

28. La découverte de l'alizarine artificielle mit fin à la culture de ce colorant végétal à la fin du siècle dernier.

consommation – étaient autrefois intimement mêlées sur un même marché urbain.

Pour qui faisait son marché à Carpentras un vendredi des années 1900 se succédaient d'une rue à l'autre des marchands au détail et des places de négoce spécialisées sur lesquelles les citadins avaient, dans certaines limites, le droit de se fournir. De ce marché d'antan ne subsistent aujourd'hui que quelques vestiges parfois méconnaissables, à une exception près : un peu à l'écart, mais à deux pas des fripiers et des étals de jeans à bas prix, se tient encore chaque vendredi d'hiver un marché de production bien particulier, celui des truffes. Sous son allure modeste, c'est le plus important de France.

Le marché forain, dont on se plaît à imaginer la permanence à travers les siècles, est donc en réalité, dans sa forme actuelle, un phénomène bien moderne : il résulte du déplacement des activités de commercialisation de la production locale vers des lieux distincts, tel le marché-gare, ou des réseaux spécialisés. Quoiqu'on puisse encore acheter son thym et sa ciboulette place de la Mairie, le gros de la récolte régionale est désormais conditionné par Ducros et expédié dans les grandes surfaces de l'Europe entière. L'allure traditionnelle du marché, qui explique pour une large part son succès, est donc le résultat d'une amputation : on a mis à l'écart tout ce qui relève des formes modernes de négoce adaptées à une agriculture inscrite dans un contexte international. Seule la truffe, denrée de luxe au marché étroit – de petites quantités circulant entre peu de mains –, a échappé à cet exil : voilà encore au moins un lieu où des gens de la campagne viennent vendre le produit de leur cueillette dans ce marché où l'on ne trouve plus guère aujourd'hui que des revendeurs professionnels – précieuse touche d'archaïsme, d'« authenticité », à laquelle le « vendredi » de Carpentras doit une part de sa renommée.

Carpentras se présente donc comme une place mar-

chande complexe, combinaison en des lieux et des temps différents de fonctions complémentaires, dont le marché forain n'est de ce point de vue qu'un élément parmi d'autres. Pourtant il s'agit bien de trois mondes distincts : j'en fais vite l'expérience dès le début de mon enquête. Certes je retrouve fréquemment d'un marché à l'autre les mêmes acteurs. Ainsi Chardon, ce viticulteur de Caromb dont l'aide m'est indispensable pour m'initier aux mécanismes du marché-gare, où il vient régulièrement en été vendre son chasselas et son muscat de Hambourg, manque rarement, les vendredis d'hiver, d'aller faire un tour au marché aux bois et plants de vigne avant de rejoindre sa femme à l'un des étals de la place de la Mairie. De même, rares sont les trufficulteurs qui, une fois empoché l'argent des truffes, résistent au plaisir de jeter au moins un regard au grand éventaire d'articles de « pêche et chasse » à l'entrée du marché forain. Cependant, plus j'avance dans mon analyse, plus il se confirme que les acteurs de l'échange jouent d'un lieu à l'autre une pièce à chaque fois différente. Les règles ne sont pas les mêmes et elles dessinent autant d'espaces hétérogènes. Mes trois marchés, même s'ils constituent aujourd'hui, du point de vue d'une géographie économique, trois pôles d'une même place marchande, ne retrouvent une véritable unité qu'au passé, lorsque, plongée dans les archives, à la bibliothèque Inguimbertaine, je reconstitue l'histoire de l'unique grand marché d'autrefois.

Que d'un marché à l'autre on change d'espace social, la position si différente que j'y occupe suffirait à le montrer. Le vendredi, dans le joyeux désordre des rues de la vieille ville où une foule dense se presse entre les étals, même un regard de surface suffit à révéler l'extrême diversité des acteurs : touristes, citadins, paysans des alentours... Ici, perdue dans la masse anonyme et disparate, alors qu'on vient tout autant pour « bader » que pour faire ses emplettes, ma présence n'est jamais vraiment

insolite : pour ceux qui ne me connaissent pas, je ne suis après tout qu'une cliente parmi d'autres dans ce lieu de prédilection des étrangers ; pour beaucoup, comme j'ai loué un petit appartement rue Saint-Jean, près de la sous-préfecture, je passe aisément pour une de ces Comtadines d'adoption, si nombreuses dans les villages des pentes du Ventoux ou du plateau de Vaucluse, qui ne manquent jamais le marché de Carpentras. Même ma curiosité multiforme et insistante, quoiqu'on ne la confonde pas avec les naïves questions-prétextes du touriste de passage bien intentionné, ne paraît pas totalement incongrue : régulièrement présente chaque vendredi, je participe à ma manière au spectacle, je suis complice de sa mise en scène.

Non loin des embarras de la rue de la République se déroule, presque en aparté, un tout autre événement : le marché aux truffes se présente comme un petit monde clos. Quelques amateurs éclairés, « rabassiers<sup>29</sup> », courtiers et conserveurs, y échangent sur une aire clairement délimitée, à l'abri des regards indiscrets, selon un protocole bien réglé, un produit unique en son genre.

Sur le marché forain, je me trouve à chaque instant impliquée dans les scènes que j'observe. Outre les informations que je recueille, je peux mettre à profit mon expérience d'acteur, tirer parti de ma « compétence » de cliente, de toute une pratique acquise rue de Bretagne ou place d'Aligre, bref pratiquer aussi l'« auto-analyse », comme le propose Marc Augé<sup>30</sup>. Au contraire, à ce petit cénacle que forment les gens de la truffe, je suis absolument extérieure et je dois me faire introduire. J'en ai, durant l'été, rencontré quelques-uns au cours de mes enquêtes au marché-gare. Entre les rangées de cagettes de pêches ou d'abricots, face à la dure loi du Marché, on ne cessait de me dire :

29. La *rabasse* est le nom provençal de la truffe noire dite du Périgord.

30. M. Augé, *Domaines et châteaux*, Paris, Le Seuil, 1989, p. 178.

« Vous verrez, cet hiver, le marché aux truffes, c'est autre chose ! » Je ne manque pas, dès le mois de novembre, de rappeler à mes interlocuteurs leurs promesses ; c'est ainsi que je parviens à accéder à ce lieu certes ouvert, mais réservé de fait aux initiés. Je suis là une étrangère, mais à laquelle chacun prend plaisir à enseigner les rudiments de son art, à faire partager ses émotions, car la truffe, comme la chasse, est un véritable objet de passion, prétexte à d'interminables récits, et son mystère plane sur la scène, à la fois confuse et secrète, de son échange.

Rien à voir avec le monde désenchanté du marché-gare : au lever du soleil, sur cette grande plate-forme de dix-huit hectares où les files de camions s'alignent par travées, selon le type de produit proposé, tout s'organise selon un ordre strict, quotidiennement répété, qui évoque plutôt la froide rationalité d'une entreprise. Sous une apparente bonhomie pèse une atmosphère lourde de tensions retenues. Ici aussi, dans ce rendez-vous de professionnels, où chacun est là pour une opération bien précise et sait à qui il a affaire, je suis d'emblée perçue comme un observateur, ma présence étant jugée d'autant plus insolite qu'il s'agit pour l'essentiel d'un univers d'hommes. Pourtant on n'est pas fâché, tandis qu'après la vente, au « routier » du coin, devant une andouillette-pommes frites et un ballon de « côtes » les conversations vont bon train, de me prendre à témoin de la mévente du melon (« *il a pas levé aujourd'hui !* ») ou de la tomate (« *l'Italie et l'Espagne qui nous inondent* »...), sans compter « *les araignées rouges qui bouffent tout* »).

Si différents soient-ils, chacun des trois marchés que j'observe ainsi tour à tour, au gré des saisons, vérifie à sa manière mon hypothèse : l'échange, en tant qu'il met face à face les partenaires provisoirement équivalents d'un même jeu, est dans ces trois cas au principe de la constitution d'un espace spécifique en rupture avec la vie sociale ordinaire et les rapports d'inégalité qui la régis-

sent, mais selon trois modes distincts. De ce point de vue Carpentras se révèle un « terrain » qui à lui seul offre déjà une perspective comparatiste.

Au marché-gare, l'enjeu est sérieux : dans la confrontation qu'il organise entre expéditeurs et producteurs, un prix s'établit et la prospérité ou la survie des exploitations agricoles en dépend. Quand la sirène a retenti, les acheteurs s'engagent au long des allées où chaque producteur attend bonne ou mauvaise fortune près de son camion débordant de melons ou de tomates. On est aux aguets pour voir s'ils se précipitent ou au contraire s'ils se baladent. S'ils sont nerveux, le marché devrait être actif et on essaiera de tenir les prix. Ils passent ou s'arrêtent devant l'un ou l'autre, l'abordent isolément, apprécient d'un regard la qualité, puis lancent un chiffre. Parfois, surtout en période de mévente, on interpelle l'acheteur (« alors, tu me les prends ? »), mais pas question de faire l'article. La transaction ne dure que quelques secondes. Le vendeur donne son accord d'un simple hochement de tête, ou bien refuse, réclame un prix supérieur, quitte à rattraper aussitôt par la manche l'expéditeur qui déjà a repris sa course, tant est grande la peur de « retourner la marchandise ».

Une fois familiarisée avec le marché-gare, j'objecte à Belin, jeune agriculteur à l'esprit moderne qui « fait » du melon près de Pernes, ou à Pons, spécialisé, lui, dans la fraise (mais aussi rabassier invétéré), qu'à l'évidence ce mode d'échange est une perte de temps et ne répond pas forcément à leur intérêt. Mais « il donne à chacun sa chance », m'expliquent-ils, rien n'y est joué à l'avance, on peut y gagner comme y perdre. « C'est la meilleure solution parce qu'elle assure l'égalité et la justice. » D'où leur attachement indéfectible à cette institution qui, selon eux, est « naturelle » et « a existé de toute éternité ». (« Nous avons fait des cathédrales de béton mais c'est quand même le marché d'antan, archaïque, du temps des Gaulois ! »)

En réalité, le jeu de l'offre et de la demande est biaisé par l'effet conjugué de multiples facteurs (apports directs, concurrence des marchés voisins, accès inégal à l'information économique, etc.). Globalement, sur la durée d'une campagne, les expéditeurs sont gagnants, ce que d'une certaine manière les producteurs savent bien (« ce sont toujours eux les maîtres »). Reste que chaque matin la partie repart à zéro : tel qui « n'a pas eu de chance » aujourd'hui en aura peut-être demain. Cette justice distributive qu'assure la confrontation directe entre acheteurs et vendeurs, tout autant sans doute que le plaisir que l'on prend à ce rassemblement quotidien entre « collègues », à l'écart de l'univers domestique et des contraintes de l'exploitation, contribue à faire accepter la domination de fait des expéditeurs.

Au marché aux truffes, lorsque les transactions commencent, peu avant neuf heures, l'atmosphère est bien différente. Entre les rabassiers qui ont mis à leurs pieds la récolte de la semaine et les courtiers et les conserveurs, aucune tension n'est perceptible. Tout se passe en silence sans marchandage ni âpreté. En quelques minutes l'affaire est terminée. De toute manière, la demande est toujours supérieure à l'offre et, pour les vendeurs, l'enjeu économique est bien moindre qu'au marché-gare : on ne vit pas de l'argent de la truffe. Le dispositif de confrontation égalitaire entre partenaires de l'échange relève donc ici plutôt d'un cérémonial coutumier immuable autour duquel le petit monde de la truffe aime à se rassembler chaque semaine : pas question de la négocier comme de la marmande ou du « gros vert ». On n'est pas là pour faire des affaires mais bien plutôt, semble-t-il, pour assurer entre connaisseurs le voyage délicat de la rabasse depuis les pentes arides du Ventoux jusqu'au monde hypercivilisé de Fauchon et de Lamazère.

Dans ces deux cas, un champ social spécifique s'instaure bien autour de l'échange, mais strictement entre

professionnels : des vendeurs d'une part, qui ont provisoirement laissé de côté le cadre domestique et villageois du travail agricole; des acheteurs de l'autre, dont le négoce est l'activité principale. Quoique sous des modalités différentes, l'égalité formelle des partenaires a pour effet d'engendrer une solidarité relative entre des acteurs pourtant rivaux. Sur le marché-gare, comme la vente s'effectue dans une relation directe d'homme à homme avec l'expéditeur (et non sous la forme d'une enchère collective, par exemple), la concurrence entre les producteurs se trouve masquée : personne n'attribue son malheur au bonheur du voisin et l'expéditeur apparaît comme un médiateur indispensable assurant l'égalité des chances, principal bénéficiaire de l'opération, certes, mais avec le consentement de tous. Quant au marché aux truffes, l'objet même de l'échange, cette denrée sauvage et rare dont seuls des experts connaissent les secrets, engendre un petit monde d'initiés, aussi bien rabassiers que négociants, tous occupés, si inégal que soit leur pouvoir économique, à la célébrer fraternellement dans un même culte.

Ce principe général d'égalité opère d'une tout autre manière sur le marché forain puisqu'il y sert à ouvrir un espace public, non à organiser un « carreau » ou une « corbeille » où se confrontent, entre professionnels, l'offre et la demande. Ici, pas de cours à fixer, le ton général est au divertissement, même s'il est dépense pour les uns et gain pour les autres. Dans les rues et sur les places de la cité, autour de l'étal du forain ou à l'écoute du camelot, tout client, qu'il soit puissant ou misérable, en vaut un autre : les marchands de métier mènent ce jeu de l'égalité avec la complicité de chacun. Le marché est un monde de fiction : comme on y « cache son pouvoir, comme disait Marx, dans sa poche », on peut y faire comme si tous y étaient équivalents. Ce n'est évidemment pas un îlot d'égalité miraculeusement préservé, mais les relations

ordinaires de hiérarchie ou de domination, ni oubliées ni même déniées, y sont traduites dans la forme syntaxique qu'imposent le jeu de l'échange et ses règles. On dirait que, quelques heures durant et dans des limites bien précises, s'est enfin concrètement réalisée, pour le plus grand plaisir de tous et dans la bonne humeur générale, la représentation « libérale » de la société comme univers pacifié où coexistent des volontés individuelles libres et égales.

Le marché forain n'est pas une réunion d'experts, mais une cérémonie collective dont chacun est à la fois acteur et spectateur. Comme on a laissé provisoirement chez soi son statut ou sa qualité, pour jouer à n'être qu'un Comtadin faisant son marché, on s'y traite mutuellement en concitoyens. Au nom de cette identité partagée et sous couvert d'anonymat, on peut, transgressant les usages ordinaires, pratiquer une interconnaissance généralisée, aussi joyeuse que feinte. L'effet de séduction qu'exerce ainsi le marché forain explique sans doute pourquoi la société marchande, sans en avoir vraiment besoin, se complaît à l'entretenir.



## Un moment d'utopie

Cette description du marché de Carpentras a vertu d'exemple; le souci de précision ethnographique qui l'anime ne vise pas à restituer une microculture propre à la ville et au Comtat Venaissin. Même si je suis devenue au fil des mois une familière des lieux, mon but n'était pas de porter témoignage d'une identité locale. J'ai voulu montrer, par l'analyse détaillée d'un cas particulier, qu'une situation de marché génère un champ de rapports sociaux spécifiques. D'abord l'échange marchand en tant que tel est un jeu dont les partenaires se considèrent comme équivalents; ce principe d'égalité formelle est susceptible de traitements sociaux fort divers, mais ceux-ci ont en commun de suspendre provisoirement les hiérarchies ordinaires. De plus, par les conditions qui lui sont propres, la relation d'échange sur un marché forain induit la formation d'un espace public : dans ce temps festif bien délimité, et sous couvert d'un anonymat relatif, on s'y rencontre non seulement en tant que semblables mais en tant que concitoyens.

On m'objectera qu'il y a loin des vendredis de Carpentras au marché de Cergy-Saint-Christophe ou à celui de la rue de la Convention. Il est vrai que Carpentras bénéficie d'un avantage indéniable dans l'ordre du symbolique :

étalé dans les rues « médiévales » – comme disent les guides – de la vieille ville et au pied de quelques édifices chargés d'histoire, ce marché paraît immémorial. En réalité, comme on l'a vu, la référence au passé est ici aussi largement reconstruite : mais pour un marché (à la différence des monuments), l'essentiel n'est pas d'être historique, il suffit de *faire* historique ; ce qui laisse tout de même quelque espoir à ceux de Vancouver ou de Saint-Quentin-en-Yvelines. Mais surtout, sans tomber dans les stéréotypes de la Provence éternelle, Carpentras est une petite ville, encore étroitement liée à la campagne environnante, et le centre actif d'une microrégion. Dans un tel espace social restreint, le degré d'interconnaissance est relativement élevé. Sur le marché, c'est donc une communauté locale, certes hétérogène et aux limites floues, qui se manifeste et prend corps. Des réseaux de relations latents trouvent là l'occasion hebdomadaire de se traduire en échanges verbaux et en marques diverses de reconnaissance. Rien de tel dans le XV<sup>e</sup> arrondissement et dans d'autres zones d'habitat rassemblant des individus qui n'ont guère plus en commun que quelques caractéristiques abstraites (niveau de vie, catégorie socio-professionnelle, âge moyen). Au mieux, dans ce genre de contexte, le marché, en jouant sur un vague sentiment d'ancrage local, crée de toutes pièces un simulacre de communauté. Contribuer à la constitution d'une identité collective, dans un tissu urbain où elle fait défaut, est d'ailleurs le but que poursuivent explicitement les municipalités, par exemple dans les villes nouvelles, en instituant des marchés.

Je reconnais qu'il est plus facile de mettre en évidence la sociabilité particulière que génère une situation de marché dans un cas comme Carpentras que dans d'autres où elle est minimale, voire embryonnaire. Il ne faudrait pas pour autant supposer quelque différence de nature entre les marchés « traditionnels », éléments clefs d'une

culture locale vivace, et les marchés « modernes », instruments d'une politique volontariste voués à l'inauthenticité. Car la question n'est pas tant de savoir s'il y a perpétuation d'une coutume ou implantation *ex nihilo*, mais si la greffe prend et pourquoi. Le mode de rapports sociaux que j'ai décrit à Carpentras peut se développer aussi dans un contexte urbain sans profondeur historique. Reste que, quelle que soit la bonne volonté des édiles, toute population n'éprouve pas au même degré le « besoin de marché » et n'a pas la même aptitude à investir ce mode de distribution d'une signification sociale. Il arrive que ce soit la grande surface qui serve, en particulier pour les jeunes, de lieu de rassemblement et de distraction. Mais surtout, tout marché, qu'il soit effectivement ancien ou de création très récente, « fonctionne » par définition au traditionnel. Ce mode de distribution, à l'époque des hypermarchés, est nécessairement perçu comme un archaïsme, impression que vient conforter la mise en scène du marché, et le type de relations sociales qu'y induit l'échange apparaît aux acteurs comme portant la marque d'un monde soit prémoderne soit exotique. Faire tranquillement son marché le cabas à la main en bavardant d'étal en étal au hasard des rencontres, c'est aussi jouer à être d'un autre temps. La pérennité ou le succès des marchés sont donc à mettre au compte de cette intense consommation d'« inactuel » que fait notre monde actuel. Un marché est une production collective d'anachronisme, et, en cela, il répond à une logique contemporaine.

De ce point de vue, le marché de Carpentras, que j'ai traité, au nom d'une anthropologie de l'échange marchand, comme un *exemple*, a aussi statut de *modèle*, ce qui est une autre manière, pratique et non théorique, de conférer à ce cas particulier une portée générale. En tant que marché provençal réputé « typique », il appartient à cette famille de marchés de référence grâce auxquels se

constitue cette image archétypale du « marché traditionnel » dont s'inspirent municipalités, urbanistes ou guides touristiques. *Libération* vantera par exemple les vertus du marché de la place des Fêtes, au-dessus de Belleville, en le disant « de type provençal<sup>1</sup> » – label de qualité qui en garantit l'« ambiance conviviale » et le « pittoresque ».

Ce modèle, chacun de nous l'a plus ou moins en tête lorsqu'il se rend sur un marché. Pour nombre de clients d'aujourd'hui, se comporter comme il convient sur un marché n'est pas, comme pour Rousseau ou Mme Patio, de l'ordre d'une « seconde nature » acquise dès l'enfance au contact des générations précédentes : sans qu'on en ait nécessairement conscience, on reproduit une image que chacun s'est bricolée à partir de ses expériences ou de ses souvenirs – Carpentras pour moi, mais aussi Palerme et Marrakech ; Figeac ou Ambert pour tels de nos collègues –, mais qui est aussi largement véhiculée par la culture nationale : chansons des années 1960 (Bécaud et ses *Marchés de Provence*), sempiternels reportages sur la star à la mode faisant ses emplettes, panier d'osier sous le bras style Fanny ou Manon des Sources, à Saint-Tropez ou à Saint-Rémy, documentaire de la télévision régionale sur les Français en vacances avec interview du forain de service entre le dernier berger de la montagne de Lure et la recette de l'aïoli, numéro d'été du *Figaro Magazine* sur les marchés du Midi ou reportage sur Ungaro en train de humer les melons sur un étal d'Aix, etc. C'est pourquoi le chef d'entreprise ou le médecin parisien en vacances, parce qu'ils se comportent en fonction d'une image à la fois convenue et exagérément « couleur locale », ont souvent tendance à « en faire trop », si bien qu'on perçoit vite que « faire son marché » ne fait aucunement partie de leur univers familial.

1. *Libération*, « Sept marchés découverts aux quatre coins de Paris », samedi 22 et dimanche 23 octobre 1994.

Les pratiques qu'on peut observer sur un marché forain comme celui de Carpentras ont valeur de modèle national dans la mesure où elles évoquent un monde mal déterminé mais en tout cas disparu, cette France encore à dominante rurale dont Carpentras, comme toute petite ville du Midi avec ses places ombragées de platanes et ses joueurs de boule, peut passer pour un vivant témoignage. C'est là, bien sûr, un effet d'illusion : le marché du vendredi n'est pas un fragment d'histoire miraculeusement préservé à quelques minutes de l'autoroute A6, mais il est vrai qu'on y a le culte de la tradition et le souci des survivances ; le récit indéfiniment réitéré que font les vieux citadins du marché d'antan suffit à l'attester. D'où, grâce à l'initiative et à la complicité de tous, une accumulation de références allusives, de pseudo-citations, de traces soigneusement conservées ou restaurées visant à donner au marché d'aujourd'hui un style ancien, une coloration archaïque. Mais que le « marché provençal » soit une copie d'ancien ne l'empêche pas de servir de modèle : en répéter les signes, « faire provençal » dans le XIX<sup>e</sup> arrondissement revient donc à produire des simulacres de simulacres, de même que, faute de patine déposée par les générations, on met des poignées en « vieux bronze » sur une commode en pin ou des casseroles en cuivre dans une cuisine Mobalpa. Être un amateur de marché, c'est consentir d'emblée à se laisser prendre, sans forcément y croire, au charme de ces leurres.

En dépit de la vision stéréotypée d'une Provence tout entière vouée à la perpétuation des traditions, on se trouve en réalité aussi loin de l'« économie naturelle » à Carpentras, au cœur de ce pays dominé par la production techniquement sophistiquée de primeurs forcées, qu'au marché de l'avenue Joliot-Curie à Sarcelles. Il est donc bien difficile de trouver sur le marché d'aujourd'hui les vestiges d'un monde de petits paysans venant écouler directement leur production domestique. Réduit pour

l'essentiel à du commerce de détail exercé par des revendeurs professionnels, le marché du vendredi se trouve finalement, à l'issue d'une histoire complexe, assez semblable, pour ce qui est de sa fonction économique, à n'importe quel marché de la région parisienne.

Reste que, le vendredi matin, dans le dédale des rues tortueuses – même si l'on n'est pas bien loin des « barres » des Amandiers et des Éléphants –, et à l'ombre du palais épiscopal ou des hautes maisons caractéristiques de l'ancien ghetto, chacun peut encore s'imaginer, plus facilement qu'à Saint-Quentin-en-Yvelines, dans une ville d'un autre âge : la rue, vidée de ses voitures, est livrée aux piétons, et c'est comme si la population se mettait soudain à vivre dehors. Le joyeux chaos général, la foule bariolée et grouillante, le hasard qui semble régner dans la disposition du marché et la répartition des produits, l'encombrement de la rue sous un amoncellement de marchandises de toutes sortes, le déballage des victuailles, l'étalage de poulets plumés et de lapins à l'œil inquiétant – rien à voir avec le stand de « cochonnailles » du Forez, pourtant si soigneusement désordonné, à l'entrée du Leclerc –, le boniment des camelots, les cris des femmes qui hèlent le client au passage..., tout évoque ces scènes de genre dont chacun garde en mémoire un exemple pictural ou romanesque, souvenir d'une page de Restif ou de Zola, d'un tableau de Bruegel ou d'une gravure des Halles au début du siècle.

Le vendredi, la ville sait donc encore se faire rurale. Quoique les agriculteurs des environs soient aujourd'hui davantage des entrepreneurs que des paysans, elle étale les signes d'une vie campagnarde. On n'entend plus « le bruit confus où se mêlaient [...] l'aboïement des chiens et le roulement des charrettes<sup>2</sup> » – « *Dans mon enfance, se*

2. Armand Lunel, *Jérusalem à Carpentras*, Paris, Gallimard, 1937, p. 66.

souvent Mme Chalon, *il y avait encore surtout des voitures à cheval et des jardinières : c'était merveilleux; c'était le marché de Provence!* » –, mais on peut encore ici, avec un peu d'imagination, retrouver quelque chose de l'atmosphère décrite par Armand Lunel dans les années 1930 : « Il y avait dans l'air de la ville une odeur de campagne, un parfum d'herbes qui avait suivi les paysans à la traîne<sup>3</sup>. »

Sans doute ces romans<sup>4</sup> donnent-ils du marché entre les deux guerres une vision où dominant déjà tous les éléments folkloriques qui contribuent à en faire le vestige d'un monde révolu : omniprésence de la campagne, bruits des charrettes, artisanat traditionnel, petit commerce marginal. « Ce jour-là, dit le héros de *Nicolo Peccavi ou l'Affaire Dreyfus à Carpentras*, comme tous les jours de marché, ce fut un joyeux vacarme qui me réveilla; bruits de grelots et d'essieux, hennissements, jurons, coups de fouet. La place aux Oies, où les marchands de poterie commençaient le grand déballage, était jonchée de paille fraîche, et déjà la vaisselle paysanne faisait renaître sur ce chaume, comme par enchantement, toutes les fleurs des champs dont il manquait. Là-bas, contre le mur de la prison, les blondes écuelles en terre d'Apt, les rudes poêlons de Vallauris couleur de bronze, étincelaient encore devant l'ombre des roulettes, et de l'autre côté, devant Vallabrègue, les soldeurs de tissus et les bimbelotiers installaient à leur tour, pour un matin, des bazars volants<sup>5</sup>. » Mais la sélection de traits significatifs à laquelle Lunel procédait il y a cinquante ans n'est pas sans rappeler celle qu'opèrent aujourd'hui mes interlocuteurs, comme si le plaisir qu'on prend au marché était inséparable d'un sentiment d'anachronisme : de retour chez eux, ils évoquent

3. *Ibid.*

4. Comme les textes d'André de Richaud, tel « *Charmes de Carpentras* », *op. cit.*

5. Armand Lunel, *Nicolo Peccavi ou l'Affaire Dreyfus à Carpentras*, Paris, Gallimard, 1926, p. 124.

plus volontiers les petits producteurs de chèvre descendus de la montagne ou les vastes étals d'olives de toutes sortes que les camions-magasins de jeans ou de pizzas, constituant ainsi, sans le savoir, le « marché de Provence » par excellence.

Certes, on ne voit plus de chevaux à vendre, chacun avec son « pasturier<sup>6</sup> », autour de la fontaine du Quinconce, ni de cocons de vers à soie place de la Juiverie et, boulevard du Nord, le marché aux volailles vivantes (où des revendeurs viennent fournir la clientèle maghrébine) ne doit sa survie qu'à l'islam. Mais, faute de mieux, les quatre ou cinq malheureuses grives alignées sur le trottoir au « marché aux oiseaux », ajoutées aux multiples faisans et perdreaux (d'élevage, sinon d'importation...) suspendus à la devanture de Gardiol et, plus encore, la présence tout près d'ici du mystérieux marché aux truffes sont là pour rappeler la proximité du monde sauvage, les pentes caillouteuses du Ventoux et les garrigues près de Vénasque. Tout ce qui évoque la chasse et la cueillette permet de faire revivre le mythe d'un lien « naturel » à la nature que la société industrielle est censée avoir rompu.

Tout marché forain essaie pareillement, mais souvent non sans mal, de se donner une touche rurale : c'est aujourd'hui, à Carpentras comme ailleurs, l'un des temples où se célèbre la « Nature », cette divinité du monde moderne, sorte d'entité supposée immuable avec laquelle on se doit de maintenir ou de rétablir par tous les moyens – du petit potager qu'on entretient à grands frais aux gélules de carotte et d'ail qu'on absorbe, le matin, avec les corn flakes et le lait UHT – la relation originaire. Grâce à la présentation à la fois en vrac et en brut des produits – vendeurs aux allures paysannes, bottes de radis terreux avec leurs fanes, œufs tout sales à peine sortis du poulailler, limaces sur la salade, pommes

6. Sac de foin.

de terre encore boueuses, odeur tenace des melons, etc. – et au « baratin » qui les accompagne, on laisse supposer qu'on vend comme jadis les pommes de son verger, les écheveaux de laine de ses moutons, que les œufs, couverts de duvet, ont été pondus par des poules élevées en liberté qui ont picoré çà et là quelques vermisseaux et que le cochon vient tout juste d'être tué, ce qui est tout aussi illusoire (mais plus plausible il est vrai) à Carpentras qu'à Sarcelles. Autant de figures allégoriques d'une vie campagnarde qu'on « consomme » sur les marchés, comme on s'offre des vacances à la ferme sous l'œil jauni des *Semeuses* de Millet. Sans compter que, par un effet de redondance, certains forains, y compris à Carpentras, affichent aujourd'hui le label « bio » comme si « fraises du pays » ou « artichauts de Provence » ne suffisaient plus à signifier la qualité authentiquement « naturelle » du produit. Plus la campagne s'éloigne dans le temps et dans l'espace, plus le marché devient un lieu où la « Nature » est là, en pleine ville, à portée de main (mais pas de toutes les bourses). Un peu partout dans chaque métropole, boulevard Raspail le dimanche matin, à New York sur Union Square ou sur Pike Market à Seattle, le consommateur « surmoderne » peut s'acheter un morceau de vraie nature, histoire de communier avec la grande Terre nourricière.

De cette société « d'avant », plus imaginaire qu'historique, la figure du forain semble aussi garder mémoire, comme s'il y avait quelque filiation entre le colporteur de jadis, toujours par monts et par vaux, et ce commerçant suréquipé qui tourne régulièrement entre cinq ou six marchés dans un rayon restreint. Parce qu'on l'associe à l'itinérance et au nomadisme, on se plaît à imaginer que la vie de forain doit bien avoir gardé quelque côté aventureux, même si paraît bien lointaine aujourd'hui, devant les camions-magasins de Perdiguier ou d'Espenon, le personnage qu'évoque Mme Barrau de cette femme éner-

gique qui «menait la file des charrettes, parce qu'à l'époque les forains qui allaient d'un marché à l'autre se réunissaient et se suivaient pour se défendre des voleurs. Elle était très bien organisée : sur le marché, derrière elle, elle avait son petit fourneau de bois avec son pot-au-feu qui bouillait; elle était installée dehors vraiment comme chez elle».

Relativement au commerçant installé, le forain n'apparaît pas comme un véritable professionnel, et d'autant moins qu'il ne manque pas de rappeler en toute occasion qu'il est là par vocation, par amour de la liberté et goût du grand air. Pour la plupart, les forains sont en fait des gestionnaires avisés, calculant leurs marges et soucieux de la rentabilité de leur affaire, pas des revendeurs à la petite semaine vivotant au plus juste. Même à Carpentras, on ne voit plus depuis longtemps ces marchandes de fruits et de légumes, des petites vieilles avec leur coiffe, disséminées aux quatre coins de la ville, qui avaient acheté le matin aux Platanes, sur ce qu'on appelait «le petit marché», à des paysans qui avaient trop peu de marchandise ou dont les salades n'étaient pas assez belles et les fruits trop mûrs pour pouvoir vendre aux expéditeurs. Reste que, à Carpentras, d'une semaine à l'autre, en sus des gros forains «abonnés», il y a suffisamment de petits vendeurs de «banons», «peccadons» et autres chèvres aux herbes ou à l'huile, de fripiers improvisés, de rempailleurs de chaises, d'artisans en cuir et autres «bricoleurs» d'occasion, sans compter les gitans et leurs citrons, les Sénégalais et leur pacotille et, parfois, un vendeur de bibles qui «porte dans la rue la parole de Dieu comme le faisait l'apôtre Paul», pour que le spectacle du marché, éventuellement relayé par quelques images exotiques, provoque un effet d'étrangeté anachronique. Il est vrai qu'à Carpentras ce petit commerce marginal doit pour une part son existence au mouvement de «retour aux sources» dont la Provence, les Cévennes et

l'Ardèche furent les terres d'élection. À tous ceux qui, à l'instar de Martin le fripier, entendaient après 68 «vivre autrement», il a permis d'échapper aux contraintes du travail salarié. Mais d'autres causes ont aujourd'hui les mêmes effets : les marchés forains, où qu'ils soient, servent de refuge à ceux qui, depuis la récession, ne trouvent plus à s'insérer sur le marché du travail.

La présence, sur tous les marchés, à côté des forains professionnels et réguliers, de posticheurs faisant l'article pour un détachant miracle, de soldeurs bradant des chaussettes «pur fil», d'étals où on «liquide» un lot d'ananas ou de melons, de vendeurs de montres «suisses» et autres babioles, permet d'entretenir l'illusion qu'on est dans un monde d'amateurs où chacun, selon son talent, peut trouver son profit. C'est à qui dénicher la bonne occasion en fouillant dans les lots de chemises, obtiendra trois choux-fleurs pour le prix de deux. On s'y sent d'autant plus libre de marchander qu'on n'a pas vraiment besoin du sachet de lavande ou de l'épluche-légumes. Chaque échange prend la forme d'un face à face personnalisé, d'un jeu sans véritable enjeu où chacun cherche à avoir le dernier mot, ce qui suffit, pour le «consommateur de masse», à évoquer un monde idyllique de négociations patientes et subtiles et de bonnes affaires conclues à l'arraché. Rien à voir avec le «prix cassé» du jour sur les boîtes de crabe russe ou le «Jacques Vabre» proposé à l'entrée du Franprix, ni sans doute avec l'âpreté des échanges dans les rues du Paris d'il y a deux siècles, telles que les décrit Arlette Farge<sup>7</sup>, où «tout peut arriver, où le jeu côtoie la mort», le marchandage tournant vite à l'empoignade. D'où le succès généralisé des «puces», *flea-markets*, foires à la brocante et autres déballages en tous genres.

7. A. Farge, *Vivre dans la rue à Paris au XVIII<sup>e</sup> siècle*, Paris, Gallimard, 1979.

La liberté et la cordialité des rapports humains qui tendent à s'établir, quoique à des degrés divers, dans toute situation de marché renvoient, aux yeux des acteurs, à une autre société, perçue comme vaguement traditionnelle : un monde d'interconnaissance et de convivialité que la civilisation moderne est censée avoir détruit. Là encore, le « marché provençal » sert de modèle, étant donné l'archaïsme présumé des sociétés du Midi méditerranéen, étroitement associé au comportement expansif et chaleureux de ses habitants, tels du moins qu'on les trouve dans Pagnol. Mais tandis qu'ailleurs on croit jouer au « marché provençal », à Carpentras on croit rejouer le marché d'autrefois. On parle à tout le monde sur le marché parce que « ça se fait », que c'est un comportement propre à la situation de marché ; mais on y associe aussi l'impression que ça s'est toujours fait, qu'on est donc en train de respecter, envers et contre tout, une coutume ancestrale.

En réalité, ces formes de sociabilité s'inscrivaient jadis dans un contexte sociologique très différent. De l'« amitié généralisée » on avait un tout autre usage, qui ne relevait pas seulement du divertissement. C'était, comme dit Mme Barrau, la grande « occasion de communication ». C'est là que se traitaient les affaires importantes, que se réglaient les différends familiaux, que se négociait la récolte, qu'on procédait aux embauches, que s'arrangeaient les mariages... « Comme les gens allaient faire leurs provisions, il y avait des familles qui ne se voyaient qu'à ce moment-là, m'explique Mme Chalon. Les mœurs n'étaient pas libres comme aujourd'hui. Maintenant il n'y a pas de problème pour qu'une fille rencontre un garçon ; tandis que là, mon Dieu, on était avec papa maman, on était allé faire le marché, puis on avait rencontré des amis qui avaient un fils, qui avaient une fille... » Ce qui n'empêchait pas le marché, avec ses cafés à double entrée offrant

un abri discret, d'être aussi un milieu rêvé pour les liaisons adultérines.

La fonction du marché s'est aujourd'hui profondément modifiée. Non seulement, depuis que le marché de gros s'est déplacé ailleurs, les enjeux économiques y sont désormais beaucoup plus modestes, mais il n'est plus le cadre privilégié des échanges internes à la communauté. Du fait d'un brassage social plus intense, le marché est désormais le lieu de rassemblement d'une foule hétéroclite où, en particulier en été, les « gens du coin » sont plutôt minoritaires. S'y déploie ainsi, plus que jadis, un espace d'anonymat au sein duquel on n'est plus vraiment entre soi, mais où on joue à l'être. Le marché ancien, dont on se fait une image sur mesure et au goût du jour, sert ainsi de référence quasi mythique à tous les comportements en réalité bien actuels, mais pensés comme traditionnels, grâce auxquels le marché est constitué en un espace social spécifique en rupture avec la quotidienneté de la vie professionnelle et familiale. Quoique le marché ne soit que fictivement une survivance d'un univers défunt, on s'y comporte de telle manière qu'on a l'illusion d'y pratiquer une sociabilité d'autrefois : on crée du même coup, l'espace d'un matin, une enclave heureuse dans un monde de tensions, une terre d'asile où sont tolérées les fantaisies dans un univers de rationalité triste.

Des modèles culturels contemporains sont en fait à l'œuvre et dans les représentations de ce marché archétypal qu'on met au compte soit du passé soit de l'« ailleurs », et dans la manière dont on construit celui d'aujourd'hui et d'ici. Vaguement définie négativement comme à la fois pré-industrielle et encore préservée des méfaits de la consommation de masse, la société où fleurissaient les marchés apparaît rétrospectivement comme un monde enchanté de petites communautés solidaires et harmonieuses régies par des relations personnelles ou quasi familiales. On se fait du marché des ancêtres une

image nostalgique, conforme aux exigences de la sensibilité moderne, qu'on projette implicitement sur la réalité actuelle du marché.

J'ai été frappée de constater que la pratique du marché, même à Carpentras, met en jeu un ensemble de valeurs diffusées par les médias nationaux, pensées comme universelles et que reprennent à leur compte, sous des modalités variables, des milieux sociaux très différents : recherche de la « communication », des « échanges », du dialogue, du contact personnel, du « relationnel » ; exigence de « participation » tous azimuts ; culte du spontané, du naturel, du « décontracté » ; refus de l'uniformisation, rejet des conventions ou des contraintes et retour à l'authentique. Inspiré par cette idéologie suffisamment molle pour convenir à tous, le travail de la mémoire, le subtil mélange de traces véritables et de pseudo-archaïsmes qu'il opère, fait en définitive du marché moins un lieu historique qu'une utopie.

Le marché, c'est d'abord la ville rêvée. Étranger à la vision fonctionnelle de l'espace qui tend à répartir dans des aires distinctes les activités sociales, il est l'anti-ville moderne ; structure d'approvisionnement mais où l'on achète autant le superflu que le nécessaire, le marché est aussi lieu de promenade, de rencontre, de causerie, d'information, de distraction. Toutes les logiques s'y confondent ; c'est à la fois la « piazza », le centre commercial, la zone piétonne, la MJC, le terrain d'aventure... On y retrouve la ville perdue ou qu'on craint de perdre : celle où l'on vit, pas celle où l'on réside, qui ne connaît pas de coupure entre un extérieur hostile et une intimité rassurante, cette « vraie ville » au nom de laquelle « nous dénonçons nos villes modernes comme des villes défigurées, des contrefaçons, voire des non-villes<sup>8</sup> ». On fait son

8. Introduction à « La ville inquiète », *Le Temps de la réflexion*, VIII, Paris, Gallimard, 1987, p. 9.

marché place des Lices à Rennes ou boulevard Edgar-Quinet à Montparnasse, le *Nouvel Obs* sous le bras, avec en tête les critiques rabâchées un peu partout de l'urbanisme moderne : le désespoir des grands ensembles et le silence effrayant des banlieues infinies, la solitude du consommateur de fond à Auchan et autres Carrefour, la désertification des centres-villes... Chaque vendredi on se donne le plaisir d'une ville à échelle humaine avec ses rues accueillantes et ses petites places peuplées, où le désordre n'est pas inquiétant mais joyeux, où la foule n'engendre pas la violence, où de la promiscuité naissent des relations chaleureuses, où dans le coude à coude s'engendre la solidarité amicale avec l'inconnu.

Vestige présumé de la cité perdue, le marché est aussi un univers social utopique : au lieu du repli sur soi généralisé et dans un monde dominé par les « tyrannies de l'intimité », le marché réactualise les vertus de l'agora où chacun redevient un acteur dans sa cité. Le temps d'un matin on se donne l'illusion d'une société transparente, dont personne en réalité ne voudrait vraiment, dans laquelle le privé s'ouvre sur le public, où il est bon de « s'impliquer » et de « s'exprimer », de faire part au voisin de ses émotions, de livrer au premier venu le fond de sa pensée. Comme le quartier, dont certaines couches sociales s'efforcent de faire au sein de la grande ville le support d'un mode de vie plus communautaire<sup>9</sup>, le marché met en scène le plaisir de se retrouver entre soi qu'on suppose caractéristique des sociétés traditionnelles. On y jouit à la fois de l'anonymat et de l'interconnaissance, des relations aussi vites nouées que défaites, de la liberté qu'offre l'incognito et du plaisir des rencontres qui n'engagent pas. Au lieu d'être tantôt noyé dans la masse,

9. Voir le cas du XIV<sup>e</sup> arrondissement analysé par Sabine Chalvon-Demersay : *Le Triangle du XIV<sup>e</sup>*, Paris, Éd. de la Maison des sciences de l'homme, 1984.



tantôt prisonnier de son petit monde, on est seul sans être solitaire, comme en d'autres lieux, la plage, le café, les clubs de vacances, on met en œuvre, non sans mauvaise foi, un modèle utopique de lien social, l'idéal démocratique vécu au quotidien – un bonheur d'autant plus apprécié qu'on n'a pas à craindre qu'il s'éternise. Sur le marché, les barrières sociales s'estompent, la lutte pour la reconnaissance fait une pause : se donne alors, sur le coup de midi, le spectacle improbable d'une société où l'autre est traité comme un semblable et dont personne n'est exclu. Chacun peut ainsi s'offrir un peu partout et à peu de frais, en joignant l'utile à l'agréable, ce petit frisson d'égalité du vendredi matin à Carpentras.

## Table

<i>Plan de Carpentras, la vieille ville</i> .....	8
Introduction .....	9
Première partie : LA SCÈNE DU MARCHÉ. ....	41
I. Le tour de ville .....	43
II. Un chaos bien ordonné .....	63
Deuxième partie : UNE ÉCONOMIE DE LA SÉDUCTION .....	87
III. L'art de prendre son temps .....	93
IV. Des étrangers très familiers .....	113
V. Au bonheur du libre échange .....	129
Troisième partie : LE COMMERCE DE L'IMAGINAIRE .....	159
VI. « Ici, le client ne marche pas au prix » .....	165
VII. « Au marché, les citrouilles sont plus rondes » .	171
VIII. « Du pâté, mais du bien à vous ! » .....	183

IX. « Moi, je vends la Provence » .....	191
X. De l'authentique très ordinaire .....	203
XI. Le coin des truffes .....	213
Quatrième partie : LE PLAISIR DE L'AGORA .....	235
XII. L'égalité des chances .....	245
XIII. Tous à la même enseigne .....	267
XIV. Sous le regard de l'autre .....	283
XV. L'amitié généralisée .....	305
Cinquième partie : DE L'IDENTITÉ À REVENDRE ...	321
XVI. « Vous les faites encore vos petites caillettes ? » .....	327
XVII. Sur les pas des ancêtres .....	339
Un moment d'utopie .....	357

*Impression réalisée sur CAMERON par  
BRODARD ET TAUPIN  
La Flèche*

*pour le compte des Éditions Fayard  
en décembre 1995*

*Imprimé en France*  
Dépôt légal : janvier 1996  
N° d'édition : 2731 - N° d'impression : 1195N-5  
ISBN : 2-213-59590-9  
35-10-9590-01/7