



HAL
open science

**Discours de récupération et récupération des discours :
le réemploi, entre militantisme et monde marchand :
mise en regard de l'espace (re)store des Galeries
Lafayette et de la gratuiterie du LEØ**

Priscille-Laëta Atteleyn

► **To cite this version:**

Priscille-Laëta Atteleyn. Discours de récupération et récupération des discours : le réemploi, entre militantisme et monde marchand : mise en regard de l'espace (re)store des Galeries Lafayette et de la gratuiterie du LEØ. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-03865763

HAL Id: dumas-03865763

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03865763>

Submitted on 22 Nov 2022

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.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Recherche et développement

Discours de récupération et récupération des discours Le réemploi, entre militantisme et monde marchand Mise en regard de l'espace (re)store des Galeries Lafayette et de la gratuité du LEØ

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Pascal Froissart

Nom, prénom : ATTELEYN Priscille-Laëta

Promotion : 2021-2022

Soutenu le : 19/04/2022

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Je remercie Pascal Froissart, mon directeur de recherche pour sa confiance, et l'espace de liberté donné pendant ces mois de travail.

Ce projet n'aurait jamais vu le jour sans les discussions liminaires menées avec Joëlle Le Marec durant l'été 2021 qui ont fait naître en moi l'envie d'aller explorer l'extrême richesse des pratiques de réemploi qui ont cours au Laboratoire Zéro Déchet à Pantin.

Merci à Julie Dancre pour sa bienveillance et son accueil au sein du LEØ, sans qui je n'aurais jamais pu mener à bien mon observation. À Amélie, Michel, Paul et Luciole, pour les discussions fertiles et toujours en mouvement qui jonchent cette recherche.

D'autres personnes ont permis d'enrichir encore ma pensée comme la chercheuse Caroline Marti et la doctorante Mathilde Vassor, qui m'ont apporté leur lecture vivante des phénomènes en observation dans ce mémoire.

Non moins essentiel, j'adresse un grand merci à ma famille et mes amis pour le temps de relecture et l'attention accordée à ce travail.

En résulte que les conditions matérielles, financières et émotionnelles qui entourent la production d'un mémoire diffèrent largement d'un·e étudiant·e à l'autre et ne sont pas à ignorer, car elles définissent le contexte de production de celui-ci.

L'achèvement d'un mémoire de fin d'année sera toujours le résultat d'un ouvrage collectif intellectuel, matériel et émotionnel. La prise en compte de ces réalités complexes, au même titre que celles qui habitent cette recherche présente un intérêt réflexif qui, cette année a été particulièrement présent à mon esprit.

Pour cela encore, merci à mes camarades de classe ainsi qu'à l'ensemble des professeurs du Celsa, Paris-Sorbonne pour leur soutien et leur écoute.

NOTE LIMINAIRE

A. Choix typographiques

La présente note explicite certains choix formels pour la lecture du texte :

Les citations issues d'un travail d'enquête sont en *italiques*, précédées d'un filet et mises en exergue.

Les citations issues d'ouvrages sont en « romain ». Certaines d'entre elles sont également mises en exergue suivant leur taille, et la nécessité de les faire ressortir.

Les notions mobilisées au premier degrés sont en *italique*.

Les notions qui nécessite une prise de distance sont « entre guillemets ».

Les mots en langue étrangère sont en *italique*.

Le texte contient par endroit des schémas, des photographies, ou tableaux issus des annexes. Ces inserts viennent appuyer un développement dans le texte. Ils sont également disponibles en annexe avec le reste des matériaux d'analyse.

B. Abréviation

Les lettres « G L » désigneront par endroit les « Galeries Lafayette ».

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	3
NOTE LIMINAIRE	4
A. Choix typographiques	4
B. Abréviation	4
INTRODUCTION	8
I - La genèse du projet	8
II - La recherche documentaire	11
III - Présentation des choix de terrains	17
IV - Cadre épistémologique	19
V - Installation de la problématique et des axes de recherche	20
MÉTHODOLOGIE	24
I - Choix des terrains	24
II - Accès au terrain	26
III - Approche des terrains : mon rôle en tant qu'observatrice	27
IV - Récit de l'entrée sur le terrain	29
V - Conditions de prise de note	31
VI - Calendrier d'observation	32
VII - L'observation directe comme méthode principale	33
VIII - La photographie comme pratique de récolte	34
IX - Constitution du corpus	34
X - Bornage temporel	35
XI - La grille d'observation : le bricolage d'un outil sur mesure	35
PREMIÈRE PARTIE	38
<i>Les nouvelles modalités de la consommation de vêtements</i>	
I - Du chiffon au déchet, une histoire de requalification du vêtement	38
A. Une pratique ancienne	38
B. La construction du vêtement en objet-déchet	41
II - Une pratique qui se tisse dans le lien social, l'artisanat et le collectif.	43
A. Une consommation alternative implique du collectif.	43
B. Un passage des savoirs	47
C. Une déperdition des savoirs liée à l'industrialisation.	49
III - S'emparer du déchet pour combattre le capitalisme : créer de la valeur contre la richesse économique.	52

A. Le réemploi comme pratique militante	52
B. Le tri comme espace de politisation	53
C. Le don, la gratuité : Relation de coexistence avec le capitalisme.....	55
IV - Conclusion intermédiaire	59
DEUXIÈME PARTIE	61
<i>L'opérativité symbolique du réemploi, une valeur remède.</i>	
I - Le couple écologie - consommation : relation de « prétexte »	61
A. Les Galeries Lafayette prescriptrices de bons comportements	61
B. La rhétorique du « RE ».	64
C. Mise en scène de la désindustrialisation	67
II - Le réemploi comme remède à la consommation.....	68
A. Consommer du passé au présent	68
B. Signes et dispositifs observés : former une opérativité symbolique du réemploi dans et contre la consommation.....	72
C. L'efficacité symbolique : « Il ne peut pas y avoir de guérison sans désir de croire » .	74
III - Visible et invisible : l'enjeux de la représentation de la circulation des flux de matière dans la construction symbolique du réemploi	76
A. Discours et représentation de la matière vêtement en transformation : le visible...	76
B. Discours et représentation de la matière vêtement en transformation : l'invisible..	79
C. Le LEO pris dans une répétition des marqueurs de la consommation pour faire circuler les vêtements	81
IV - Conclusion partielle	83
TROISIÈME PARTIE	85
<i>Le statut de l'objet, nerf de la guerre symbolique.</i>	
I - L'objet-marchandise, attribution et circulation de la valeur.....	85
A. Dissimuler la marchandise, « marchandiser » le réemploi	85
B. L'objet doit racheter son statut d'objet industrialisé	86
C. Une consommation pour le bien commun ?.....	89
II - II - Tout sauf une marchandise, construction en creux d'un objet qui n'est pas non plus un déchet	91
A. Déchet du capitalisme, objet en transition, un statut multiple.....	91
B. Faire advenir l'autre dans le vêtement, un objet investi d'altérité.....	92
C. Déconstruire l'objet, revisiter nos environnements.	93
III - Conclusion intermédiaire	94

CONCLUSION	96
BIBLIOGRAPHIE	100
I - Ouvrages	100
II - Articles scientifiques	101
III - Mémoires et thèses	103
IV - Presse et littérature grise	103
DOCUMENTATION	104
I - Perspectives historiques et économiques	104
A. Ouvrages	104
B. Articles scientifiques	104
II - Revue d'actualité	104
A. Presse et littérature grise	104
III - Pratiques périphériques au réemploi	105
A. Presse et littérature grise	105
IV - Contexte linguistique	105
A. Articles scientifiques	105
ANNEXES	1
MOTS-CLÉS	152

INTRODUCTION

« Une chaussette trouée vaut mieux qu'une chaussette reprise. »¹

En tapant dans la barre du moteur de recherche Google cette citation d'Hegel qui m'avait frappée en ce dont elle parlait d'un vêtement usé, de sa valeur et de son réemploi, le premier résultat mis en avant par l'algorithme m'avait donné matière à penser. C'était l'extrait d'un article du blog « Coupecouture, le blog qui vous apprend à coudre » disant ceci : « cela vaut-il la peine ? Avant de commencer, évaluer l'état d'usure de l'ensemble : si la chaussette est usée à la fois au bout et au talon, elle ne mérite peut-être pas d'être réparée. »²

Raisonnement logique et ordinaire en apparence. Je me demande ce qu'Hegel aurait pensé de cela, car ce que le philosophe nous dit par cette phrase issue des *fragments d'Iéna* est que le devoir du philosophe réside plutôt dans le fait de faire des trous que dans les reprises et raccommodages. En tirant ce fil, j' imagine que c'est dans sa forme la plus altérée que l'objet donne à voir quelque chose sur le monde, ou encore, si je le rapproche de ma perspective, c'est en observant les procédés d'altération ou de réparation des objets que peut nous apparaître quelque chose du monde.

Cette citation a été reprise par Flore Garcin-Marrou dans *Penser le design avec la philosophie*³ pour proposer dans une vision fonctionnaliste de voir le trou dans la chaussette comme la mise en exergue de sa fonction, qu'elle ne remplit plus très bien. Un retour brutal à la valeur d'usage qui va donner lieu à un certain nombre de considérations de la part de son propriétaire afin de décider de l'avenir de l'objet.

Si l'on fait abstraction de la seule considération philosophique à l'origine de cette phrase, il est aussi question, de façon sous-jacente, de la valeur de l'objet et de son attribution, ainsi que des signes qui vont permettre de lui donner son statut de marchandise, d'objet fonctionnel ou de déchet.

I - La genèse du projet

Ce projet de recherche a mûri sur les pistes d'un précédent travail de recherche qui traitait des enjeux du déplacement de valeur symbolique de « l'ancien » de l'espace social à un espace marchand qu'est la friperie: « Le Vintage est à la mode cette année. Pour une valorisation des comportements d'achats circulaires au sein du modèle économique de la fast fashion: le cas Mad Vintage »⁴. Je reprends ici une des définitions de la médiation proposée par Jean Davallon dans l'article « La médiation : la communication en procès ? », qui souligne une acception du terme tournée vers son opérativité dans laquelle la médiation par l'acteur marchand « implique

1. HEGEL, F. Georg, (1998). *Fragment 65, Notes et fragments d'Iéna 1803-1806*. Aubier.

2. Sylvie, *Reprendre une chaussette*, rubrique raccommodage, blog Coupe Couture, publié le 31.01.2006, consulté le 9.03.2022, disponible à cet url : http://www.coupecouture.fr/2006/10/reprendre_une_chaussette.html.

3. GARCIN-MARROU Flore, (2020) *Penser le design avec la philosophie*, Strat école de *design, Sèvres, Lyon. P 66*

4. ATTELEYN, Priscille, (2021). *Le Vintage est à la mode cette année. Pour une valorisation des comportements d'achats circulaires au sein du modèle économique de la fast fashion: le cas Mad Vintage*. Paris: CELSA, Sorbonne Université.

évidemment un ensemble de procédures spécifiques d'écriture ou de mise en scène »⁵, ce qui est propre à ce qui médiatise la pratique.

Après avoir exploré les effets de l'industrialisation dans la pratique du réemploi puis observé la mise en place des procédés facilitateurs de l'adoption de cette pratique par des biais communicationnels, et enfin, les implications liées à cette nouvelle médiation, j'ai souhaité partir d'un second étonnement, celui de voir buter de façon répétitive ma réflexion sur un même « objet ».

Un sentiment d'incompréhension, donc, m'habite déjà depuis quelques années en voyant des marques communiquer sur une réduction de la consommation, et, plus récemment, mettre en avant une circularité, un réemploi de leurs produits, notamment pour l'habillement, secteur dans lequel la question du réemploi est parvenu à être internalisée par les marques elles-mêmes. Alors qu'auparavant, par le biais de plateformes comme Vinted, ou encore Vestiaire Collectif, elles voyaient s'échapper une grande part de profit potentiel.

Ce marché du réemploi était moins structuré, plus éclaté et fluide, un certain nombre de composantes étant laissées dans les mains de ceux-elles qui avaient consommé les produits.

Comme les canaux de distributions que sont encore les brocantes, les vide greniers et vide-dressings, les dons entre amis qui ont encore cours.

Aujourd'hui, en se saisissant de cette pratique circulante qu'est le réemploi comme d'une valorisation symbolique, les acteurs économiques parviennent à vendre plusieurs fois la même unité produite, à différents consommateur·ices. C'est le cas par exemple pour J.M Weston, la marque connue pour ses mocassins qui a mis en place début 2020 une gamme Weston Vintage composée de modèles déjà portés, déposés par des client·e-s. Ceux-elles se voient rétribuer d'un bon cadeau. La marque restaure dans son atelier à Limoges les chaussures et les revend dans sa boutique de la rue Saint-Honoré à Paris.

Cette observation de la circulation de la valeur du réemploi que j'ai pu entamer dans mon mémoire de master professionnel en m'appuyant sur un corpus de « friperies » a été porteuse d'avancement dans ma réflexion et me fait aujourd'hui poser un regard différent sur mon objet de recherches.

Par exemple en partant de cette contradiction apparente : comment le réemploi de vêtements pouvait-il être mobilisé par des marques de mode comme une stratégie marketing alors même que sa mise en place nécessite un changement structurel majeur pour les acteurs économiques qui s'en saisissent ; Alors qu'ils sont eux-mêmes pris dans un système capitaliste tenu par des logiques de production et de profit ?

En un sens, j'établissais un lien naïf entre le réemploi de vêtements déjà produits et revalorisés et une diminution de la production et de la consommation, ce qui me semblait incompatible avec une logique économique capitaliste d'entreprise. Si l'on reprend les concepts de la définition marxiste ainsi : les acteurs économiques et sociaux sont pris dans un système poussant à la propriété (neuve si possible) et à l'accumulation de biens matériels et immatériels. « La richesse des sociétés dans lesquelles règne le mode de production capitaliste s'annonce comme une

5. DAVALLON, Jean, (2004a). « La médiation: la communication en procès ? » *Médiation & information (MEI)*. 1 janvier 2004. Vol. 19, pp. 37-59, p40.

immense accumulation de marchandise »⁶. Cette société est guidée par la recherche du profit (de pouvoir et de domination) et la génération constante de plus-value qui a comme moteur à sa condition d'existence la consommation symbolique et/ou matérielle totale des biens afin d'en assurer le renouvellement.

Je voyais difficilement comment, à travers le discours écologique qui entoure le plus souvent le réemploi dans sa forme marchande, l'harmonisation des différents registres allait pouvoir s'opérer.

Le début de mon cheminement théorique s'appuyait notamment sur le processus de marchandisation expliqué par Guy Debord : « À ce mouvement essentiel du spectacle, qui consiste à reprendre en lui tout ce qui existait dans l'activité humaine à l'état fluide, pour le posséder à l'état coagulé, en tant que choses qui sont devenues la valeur exclusive par leur formulation en négatif de la valeur vécue [...] »⁷. C'est une illustration fine de ce mouvement de stéréotypisation de la matière sociale par les marques de ce qui existe à l'échelle individuelle, ailleurs que dans le domaine marchand et qui est monnaie courante dans les logiques marketing de masse, qui a contribué à susciter chez moi une envie forte de recherche sur ces phénomènes.

Ces techniques de reprisage, signes d'usure et rituels de transmission interpersonnelle liés aux vêtements que j'avais précédemment appréhendé dans le corps social, il me semblait les voir se « coaguler » dans les vitrines des magasins comme Merci ou les Galeries Lafayette qui en fixent et figent certaines formes pour raconter un récit autour du réemploi.

J'ai pris la mesure d'un risque : celui de l'esthétisation du réemploi et au possible éloignement de la sobriété que cette pratique contient.

Une des raisons pour laquelle j'anticipais ce processus est que les marques ne peuvent s'emparer uniquement de l'existant comme faire-valoir au risque de perdre les publics consommateurs dans des formes trop décollées du réel dans lesquelles aucune projection ne serait possible.

Elles sont comme enfermées dans un langage et ne peuvent « jamais parler qu'en ramassant en quelque sorte ce qui traîne »⁸ dans l'espace social.

Cela n'excluant pas un principe de sublimation mentionné par Caroline Marti lors d'un cours donné dans le cadre du Master recherche, qualifiant cette action de la mise de ces objets ordinaires dans des dispositifs de sublimation sociale d'une *montée en noblesse*⁹. Cette appétence à l'observation de ces phénomènes s'est aussi développée durant mes quelques années d'expériences professionnelles dans plusieurs agences de communication parisiennes qui ont aussi fondé une familiarité avec les discours marketing.

Dans un même temps, la question sociale imbriquée dans le réemploi continue de constituer, à mon sens, une approche nécessaire pour me permettre de comprendre les signes qui le

6. MARX Karl, (1875), *Le Capital Livre I*, chapitre 1 : La marchandise, Librairie du Progrès.

7. GUY, Debord, (1967). *La société du spectacle*. Buchet-Chastel., p35.

8. BARTHES, Roland, (1978). *Leçon. Texte de la leçon inaugurale prononcée le 7 janvier 1978 au Collège de France*. Média Diffusion.

9. MARTI Caroline, issu de mes prises de notes lors de son cours du 05.01.2022 donné au master recherche du CELSA.

composent, les acteurs impliqués et les relations entre les différentes représentations de cette pratique.

La nécessité à l'œuvre dans un certain nombre de postures de revalorisation d'un vêtement non neuf est apparue comme un des positionnements principaux sur lequel je souhaite approcher mon *objet concret*¹⁰ qu'est le réemploi.

Je voyais également, et cela a été le point de départ de la constitution de mon corpus, une tension évidente entre les discours et représentations de la pratique dans un milieu militant et dans un milieu marchand.

J'y reviendrai dans un point spécifique.

Les acteurs que je mobilise dans mon travail sont donc de nature très différentes et ne représentent pas un point de vue exhaustif sur la question des représentations. J'ai fait le choix de la stéréotypisation afin de saisir les grandes lignes des logiques de pénétration du marchand à d'autres domaines.

La saisie plus large des représentations, avec une plus grande capillarité sera un objectif à développer en thèse.

II - La recherche documentaire

Mes premières réflexions et questionnements ont donc été motivés par l'envie de comprendre ce que la médiation marchande fait aux objets, aux pratiques, aux gens, aux imaginaires du réemploi. Dans une logique interactionniste, comment ces « autres » influencent les discours marchands et leur mise en scène ? Quels sont les signes institutionnalisés, et quels signes ne survivent pas à la médiation ?

À partir de ces questionnements, j'ai donc commencé par mener une recherche documentaire, structurée autour de thématiques que j'ai défini lors de la phase de recherche flottante comme gravitant autour de mon objet de recherches. En voici la liste.

- Histoire de la transition écologique
- Le discours de la déconsommation
- Les consommations alternatives : la sobriété, formule « moins mais mieux ».
- Le déchet, le rebut
- Le réemploi
- Le don
- Le tri
- Les discours militants
- Les gratuiteries – *Free shops*
- La marque prescriptrice

10. DAVALLON, Jean, (2004b). *Objet concret, objet scientifique, objet de recherche. Hermes, La Revue.* 2004. Vol. 38, no. 1, pp. 30-37.

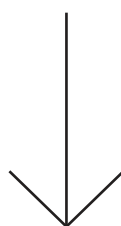
- L'implication du politique
- L'économie de la circulation du vêtement (flux)
- L'imaginaire de la crise économique et écologique

Ce premier classement m'a permis d'identifier les acteurs les plus importants qui produisent du discours sur mon sujet en effectuant un aller-retour de construction des catégories.

Le foisonnement d'actualités relayé par une presse régionale sur des initiatives locales autour du réemploi représentait une large part des résultats, mais également l'aspect politique du réemploi qui s'inscrit dans le champ plus large de la médiatisation des mesures et actions écologiques prises par le gouvernement.

J'ai donc établi un second tri catégoriel à partir de ces premières recherches effectuées sur internet à partir du moteur de recherche Google, qui répondrait le plus à mon questionnement de départ :

<p>HISTORIQUE DE LA CONSOMMATION -ÉCONOMIE</p>	<p>Histoire de la transition écologique Le discours de la déconsommation L'économie de la circulation du vêtement (flux) Le système économique français La production et l'entreprise</p>
<p>ACTUALITÉS DE LA CONSOMMATION ALTERNATIVE</p>	<p>Les consommations alternatives : la sobriété, se dessaisir de ses objets La formule « moins mais mieux » Le réemploi comme nouvelle consommation Les imaginaires de la crise économique et écologique L'upcycling, innovation dans la mode. Les 3 R : Repare, re-use, <i>recycling</i>.</p>
<p>PRATIQUES PÉRIPHÉRIQUES AU RÉEMPLOI</p>	<p>Le don Le tri Les gratuiteries – <i>Free shops</i> Les biffins, les fripiers, les chiffonniers <i>Upcycling, downcycling</i></p>



<p>ACTEURS PRINCIPAUX (détaillés au fur et à mesure de mes recherches)</p>	<p>Le politique (Loi anti-gaspillage, écologie.gouv), le ministère de la transition écologique, projet d'étiquettes environnementales sur le modèle du Nutri-score, l'ADEME.</p> <p>Les sphères militantes et associatives</p> <p>Les marques</p> <p>Les organes de presse (rubrique mode, tendance, style de vie, économie)</p> <p>Les cabinet d'études (l'ADEME en majorité, sur le réemploi).</p>
--	--

Avec une recherche centrée autour du mot « réemploi », j'ai surtout été confrontée à une abondante littérature sur le web, reliée à la gestion des matériaux industriels. J'ai donc accolé au « réemploi » le mot « vêtement » afin d'obtenir ces résultats.

Une première approche de mise en lien entre consommation, réemploi, tri et déchet s'esquisait de concert avec la découverte d'un acteur important en France dans l'institutionnalisation de la pratique du tri des déchets et objets qu'est l'Agence de la transition écologique, anciennement Agence de l'environnement et de la maîtrise énergétique (ADEME). Cet organisme relié au ministère de la transition écologique et du ministère de l'Enseignement supérieur mène un certain nombre d'études et d'actions autour du réemploi et des déchets dans le cadre de la loi de Transition énergétique pour une croissance verte datant du 17 août 2015. La dernière en date est l'étude « Osez changer : mieux consommer et vivre plus léger »¹¹, pour laquelle l'ADEME a « accompagné 21 foyers "témoins" pour répertorier, trier et désencombrer leur logement et s'engager vers une consommation plus responsable. Encadrés par des "home-organisers" (financés pour cette opération par l'ADEME), des professionnelles de l'organisation et du rangement pendant 7 mois, ces 21 foyers se sont également formés aux bonnes pratiques de consommation, vers plus de sobriété et d'économie circulaire. »

Pour l'ADEME, les « bonnes pratiques de consommation » semblent aller de pair avec la « sobriété ». Étrange que ce mot de sobriété qui surgit dans mes recherches. Notion toute relative, dans laquelle il est possible d'y voir le contraire d'une « consommation ostentatoire »¹² qui serait une consommation faite de « modération, mesure et discrétion »¹³. Valeurs qui ne sont pas sans rappeler des préceptes religieux, faits d'une frugalité presque monacale. J'y vois également, en tenant compte de l'énonciateur-prescripteur qu'est l'ADEME le lien avec le contrôle de la consommation d'alcool et les campagnes publicitaires sur la responsabilité de chacun quant à la sobriété notamment au volant.

11. Présentation de l'opération « Osez changer » sur le site de l'ADEME. Disponible à cet URL : <https://presse.ademe.fr/2022/02/operation-osez-changer-21-foyers-francais-desencombrent-leur-logement-avec-lademe.html>. Consulté le 10.03.2022

12. VEBLEN Thorstein, (1970) [1899], *La théorie de la classe de loisir*, Paris : Gallimard.

13. Définition de « sobriété » CNRTL. Disponible à cet URL : <https://www.cnrtl.fr/definition/sobriété>. Consulté le 10.03.2022.

L'ADEME définit le réemploi dans un article de la rubrique « EXPERTISES » titré « Le réemploi et la réutilisation »¹⁴, en citant les textes de loi du Code de l'environnement : « "Réemploi": toute opération par laquelle des substances, matières ou produits qui ne sont pas des déchets sont utilisés de nouveau pour un usage identique à celui pour lequel ils avaient été conçus. » La question de l'« usage identique », tout comme le statut, vague, défini en creux par ce qu'il n'est pas, en dehors du déchet, surtout, retiennent spécialement mon attention.

On sait que le retour à l'usage fonctionnel induit des transformations. La définition est complétée plus loin dans l'article : « Le réemploi est l'opération par laquelle un produit est donné ou vendu par son propriétaire initial à un tiers qui, a priori lui donnera une seconde vie. Le produit garde son statut de produit et ne devient à aucun moment un déchet. Il s'agit d'une composante de la prévention des déchets »¹⁵. Je note immédiatement l'importance répétée dans le discours de l'ADEME, à ce que l'objet reste marchandise, avec une valeur symbolique attribuée à la marchandise. À ce qu'il ne tombe « à aucun moment » au rang de déchet. Presque comme si cela allait lui coûter sa vie symbolique d'objet réemployable. Seulement, et j'y reviendrais, se pose la question : qui est celui qui qualifie ? Pour un biffin (mot d'argot pour la profession de chiffonnier), certaines communautés, ou pour le chercheur en sciences de l'information et de la communication Etienne Candel par exemple, ce n'est pas parce que l'objet a été déplacé symboliquement et physiquement à la poubelle, ou dans la rue, par son propriétaire, que cela en fait un déchet au sens de lui ôter toutes possibilités d'usage ou autres formes de représentation.

Dans son *Discours sur le déchet*¹⁶, Etienne Candel soulève justement la question de ce que le regard du chercheur en SIC discerne quant à l'amas de planches cassées déposé sur le bas-côté de la rue. Par l'ajout de phrases contextuelles humoristiques et poétiques sur les objets puis en les photographiant, il tient un discours artistique et sociologique sur le déchet qui le déplace aux frontières entre objet de recherche et objet d'art.

J'ai eu l'impression, à travers cette déambulation dans la rhétorique discursive de cet organisme étatique, d'être au cœur d'une question constitutive de mon sujet : qu'est-ce qui fait le statut d'un objet ?

Sa représentation peut être une première entrée, ou encore son passage d'un objet à un objet-signe comme l'a explicité Jean Baudrillard dans *Le système des objets*¹⁷. Il nous y présente l'attribution de la valeur de l'objet comme un langage parlé, un système sémiotique qui va articuler la désirabilité de l'objet en vue de sa consommation. Nous comprenons donc pourquoi sortir de la marchandise pour devenir déchet peut être vue comme une mort symbolique de l'objet s'il n'y a pas de possibilité d'une attribution d'une valeur symbolique et sociale valorisante en dehors de l'objet-marchandise.

14. Article de l'ADEME, « Le réemploi et la réutilisation », rubrique Expertises, mise à jour le 30.08.2021. Disponible à cet URL : <https://www.ademe.fr/expertises/dechets/passer-a-l'action/eviter-production-dechets/reemploi-reutilisation>. Consulté le 7.01.2022.

15. *ibid.*

16. ÉTIENNE, Candel, (2019). *Discours sur le déchet*. [en ligne]. Surfaces utiles. [Consulté le 11 mars 2022]. Disponible à l'adresse: <http://surfaces-utiles.org/discours-sur-le-dechet-etienne-candel.html>

17. BAUDRILLARD, Jean, (1968). *Le système des objets. La consommation des signes*. Paris: Gallimard.

À une échelle plus microsociologique, je dirais que ce même langage est récupéré pour faire vivre les objets-marchandises dans l'intimité d'une maison. Est-il possible d'imaginer voir se créer une plasticité et une réattribution d'un statut, sur la base de l'arbitraire individuel ?

Est-ce qu'un autre emploi des signes, ou un autre langage construit dans un rapport intime aux objets peut venir cohabiter avec celui qui entoure déjà l'objet-marchandise ? Un langage qui assumerait sa porosité avec la consommation, tout en *braconnant*¹⁸ un récit par-dessus dans une dimension d'histoire individuelle.

Les mots-signes de l'émotionnel du souvenir, du sacré, de la personnification ou encore de la projection de soi ou du fonctionnel de l'objet agissent pour garder symboliquement en vie ces objets quotidiens. Jean Baudrillard classait ces cohabitations de signes en deux strates, l'une essentielle et l'autre inessentielle relativement au fonctionnement structurel de l'objet ou à l'aspect esthétique conféré à celui-ci :

« Ce qui est "essentiel" et structurel dans un moulin à café, c'est le moteur électrique, c'est l'énergie qui est distribuée par la centrale, ce sont les lois de production et de transformation de l'énergie – ce qui est déjà moins objectif parce que relatif au besoin de telle ou telle personne, c'est sa fonction précise de moulin à café. Ce qui n'est plus du tout objectif, et donc inessentiel, c'est qu'il soit vert et rectangulaire, ou rose et trapézoïdal. »¹⁹

Après l'idée de la représentation, je me suis dirigée vers les pratiques opérées sur l'objet pour l'attribution de son statut. Au détour d'une page de l'ouvrage *La consommation et ses sociologies*²⁰ de Benoît Heilbrun, une classification de trois grandes familles de pratiques de l'objet retient mon intérêt :

- L'approvisionnement (l'acquisition)
- L'usage (interaction, collection, soin)
- Le débarras (désinvestissement, transformation, jet, recyclage)²¹

J'y ai trouvé un élément intéressant dans l'espace de transformation laissé par la troisième pratique, le débarras : l'action individuelle de requalification de l'objet pour le faire changer de statut en un autre qui soit intermédiaire entre marchandise et déchet est nécessaire pour faire intervenir le réemploi.

Dans cette phase de recherche documentaire, la primauté des acteurs sociaux est apparue, comme Emmaüs et le Relais, acteurs historiques du réemploi des objets et de l'insertion sociale autour de ces activités de revalorisation. J'ai trouvé dans le champ des acteurs sociaux une

18. La notion de « braconnage culturel » a été développée par Michel de Certeau dans son ouvrage *L'invention du quotidien 1 Arts de faire*, Gallimard, 1990, dans lequel il récuse la thèse de Michel Foucault de *Surveiller et punir* qui postule du fait que les individus seraient des êtres assujettis, passifs et subissants un système de micropouvoirs qui contraint les corps dominés. Michel de Certeau propose une ouverture sur une vision créative des individus qui agiraient sur ce cadre contraignant avec lequel ils « ruseraient » par ce qu'il appelle une « pratique de l'espace », espace dans lequel ils braconnent ce qui les intéresse pour composer un espace composite propre.

19. BAUDRILLARD, Jean, (1968). *Le système des objets. La consommation des signes*. Paris: Gallimard. p14-15.

20. HEILBRUNN, Benoît, (2020). *La consommation et ses sociologies*. Armand Colin. p 27

21. *Ibid*, p 27

richesse d'actions, de pratiques qui m'ont décidé à me concentrer sur l'un d'eux pour pouvoir saisir les spécificités de la pratique du réemploi lorsqu'elle est pratiquée dans ce champ.

Cela m'a également permis de situer le réemploi à côté d'autres pratiques comme l'*upcycling* ou le *downcycling* (décyclage).

L'*upcycling*, que l'on peut traduire par le surcyclage consiste à récupérer des objets dont la valeur d'usage initiale n'est plus opérante, afin des transformer par des opérations directes sur l'objet entre la création et le bricolage afin de leur réattribuer une valeur d'usage supérieure à celle qu'ils détenaient auparavant. Reiner Pilz est un ingénieur à qui l'on attribue l'invention de ce terme dans les années 1990²². Il l'aurait formé afin de pouvoir faire la distinction sémantique des pratiques entre le recyclage qui détruit la matière qu'il appellera *downcycling*, et le surcyclage, qui valorise la matière.

L'exemple idéal pour illustrer cela sont les palettes de chantier, qui, une fois leur fonction de support de marchandise terminée, deviennent par exemple des salons de jardin, des bibliothèques ou des tables basses. C'est un terme très mobilisé par les acteurs de la mode car cela qualifie souvent le travail qui est fait à partir de vieux vêtements ou chutes de tissus pour donner lieu à de nouvelles collections.

Il y a dans le morphème anglais « *up* », lorsqu'il est en position préverbale, l'idée d'un mouvement vertical vers le haut bien qu'il soit sujet à de multiples significations. Le linguiste George A. Kennedy propose en ce sens plusieurs possibilités dont la première est « Upward motion or motion tending to raise that upon which in acts [...] »²³ que je traduis par « Mouvement vers le haut ou mouvement tendant à élever ce sur quoi il agit ».

Le réemploi ne semblait pas contenir une nécessité d'amélioration dans sa construction sémantique ni dans les définitions que j'ai pu exposer plus haut, et semble également se rapporter davantage à de la remise en fonction, de la remise en état. Je me suis donc dit que cela sera une observation intéressante à faire lorsque je pourrais la confronter à mon terrain.

Je suis également allée voir du côté de la rudologie²⁴ et des sciences de gestion afin d'avoir des perspectives techniques sur la gestion des flux des déchets (depuis les constatations faites plus haut) sur la présence d'un enjeu politique et d'un cadre législatif autour du réemploi des déchets. En effet, le cycle de recyclage d'un vêtement, en fonction de là où il sera déposé par son propriétaire particulier et entreprise peut voir se mélanger cadre associatif et cadre législatif, tout en ayant des initiatives de marques qui viennent se saisir de la gestion des flux de ces objets déchus.

22. Dr SUNG Kyungeun, « A review on Upcycling : Current body of lterature, Knowledge Gaps and a Way Forward ». World Academy of Science, Engineering and Technology, 2015.

23. QUAYLE Nigel, (1994), « *Up* » et le verbe à particule en anglais contemporain, Presse Universitaire de Lille, p24

24. « Du latin "rudus" qui signifie déchet. « Analyse globale (technique, économique, légale, politique, sociale) des rejets et pollutions de l'activité économique et de la vie quotidienne pour maîtriser et mettre en place des équipements et des techniques de traitement visant à limiter la dégradation du milieu, à améliorer l'aménagement de l'espace, à améliorer la gestion économique et sociale, etc. Peut également concerner la recherche pour la mise au point de nouveaux matériaux à partir de déchets ». Source : Dictionnaire de l'environnement. Disponible à cet URL : https://www.dictionnaire-environnement.com/rudologie_ID1196.html Consulté le 10.04.2022.

J'ai donc exploré différentes disciplines et domaines qui comprennent mes questions de départ et qui sont traversés par mon objet de recherches et qui par inclusion et exclusion m'ont conduite à me fixer sur deux terrains.

Les processus de médiations et de circulation du réemploi que je souhaite observer trouverons leur terreau d'analyse dans les fondations épistémologiques des sciences de l'information et de la communication. S'il est question d'interroger l'attribution de la valeur ainsi que les représentations à l'œuvre, la sémiologie, la linguistique et l'approche complexe des phénomènes de communication propre aux SIC me seront essentielles pour saisir mon objet dans toute ses aspects.

III - Présentation des choix de terrains

Au cours de recherches documentaires préliminaires autour de mon sujet, j'ai découvert que les Galeries Lafayette avaient ouvert en septembre 2021 un plateau entier au troisième étage dédié aux vêtements non neufs appelé (re)store. Une fois passé mon étonnement de voir dans ce grand magasin parisien une marchandise qui pourrait s'apparenter à de la fripe, je me suis souvenu des stratégies marketing de revente d'anciennes collections évoquées plus haut, ce que cela aurait pu être, après tout.

Mais, lors de premières observations flottantes en me rendant sur place le du 6 et du 10 janvier 2022, je me suis rendu compte d'une variété de représentations autour du réemploi et surtout d'une mobilisation d'une rhétorique communicationnelle autour du « re », ainsi que de la mobilisation d'arguments écologiques et sociaux.

Dans le rôle de consommatrice, que je gardais en couverture pour cette observation directe flottante je retrouvais alors cette sensation ordinaire de l'expérience de « faire les magasins ».

Je me fonds dans la foule, je prends l'escalator et me retrouve vite à scruter les portants tout en levant un œil pour observer l'espace en prenant des notes orales.

J'observe déjà qu'il y a une gradation dans les gammes de marchandises présentées dans l'espace depuis l'entrée du chemin de circulation induit par la signalétique. La première approche se fait donc par une présentation de marques que l'on peut assimiler à ce qui est communément appelé « friperie » et qui suit la description que j'en fais dans mon précédent travail comme un ensemble de signes codifiés par la présence de certaines pièces "icones" qui circulent pour former l'imaginaire de la friperie parisienne (Jean Levi Strauss, veste en cuir, *trench* Burberry, les motifs, couleurs, coupes et tissus des années soixante-dix et quatre-vingt-dix), ceci avec un état d'usure pouvant aller de l'aspect froissé à la décoloration ou la patine mais à première vue, pas aux trous ou aux taches. Des portants dont le tri est approximatif et qui souvent sont surchargés ou encore les « bacs à fouille »²⁵ constituent également des repères visuels de ce type de mise en scène que je retrouve dans l'espace (re)store.

Les habits constituent des condensés de sens culturel dans lequel les client·e·s que j'observe, plutôt jeunes, déchiffrent de manière active la valeur symbolique du vêtement.

25. Annexe 1, Rubrique : objets de décor - portants - mobilier p 4.

Puis, en remontant l'allée de carrelage blanc j'aperçois des accessoires et vêtements de plus en plus isolés sur les portants, le nombre par étagère se réduit, l'espace entre les cintres s'allonge. Je retrouve la mise en scène de la préciosité, de la rareté, le prix des vêtements s'aligne avec cette mise en scène. Je retrouve également la présence de certaines marques de luxe (Louis Vuitton, Balenciaga, Givenchy, Gucci...), des rangées de sacs haut de gamme dont le caractère réemployé ne m'avait pas sauté aux yeux. C'est par des encarts explicatifs présents à l'entrée de cet espace que je peux lire qu'il s'agit d'un dépôt vente d'article de luxe appelé Monogram dont les articles se situent entre 500 et 4000€ pour les articles de maroquinerie.²⁶

J'ai donc en cette première visite croisée un certain nombre de représentations liées à l'objet réemployé, d'occasion, remis dans un circuit marchand. J'ai saisi notamment sur les étiquettes des vêtements un discours relativement uniforme selon les marques qui invoque l'émotionnel de la vie passée de l'objet pour parler des traces d'usure, ou encore l'invocation de l'amour, du soin ou du « bichonnage » pour parler des transformations appliquées au vêtement avant sa mise en (re)circulation.

J'ai donc isolé cet acteur comme pouvant être le cadre stéréotypé d'une saisie de la mobilisation du réemploi et sa représentation dans un espace marchand.

J'avais en gestation la mise en regard artificiellement élaborée par le choix des terrains d'un espace non marchand, un acteur social qui serait exempt de transaction marchande autour de cette pratique, avec cet espace des Galeries Lafayette. Il m'a semblé que dans les modalités de diffusion du sens de cette pratique, en creux et en plein, dans la présence ou l'absence de certains signes, j'allais pouvoir me fournir un cadre d'exploration assez riche pour capter ce qui constitue les signes de la valeur attribuée au réemploi pour ces cas. Ils sont néanmoins insérés dans le monde social et participent à former les représentations. Je rappelle ici que j'ai fait le choix de la stéréotypie afin de saisir les grandes lignes des logiques de pénétrations du marchand à d'autres domaines et réciproquement.

L'idée d'un second terrain est venue à moi par l'entremise de Joëlle Le Marec, chercheuse en science de l'information et de la communication avec laquelle j'ai échangé pendant la construction de ce projet de recherche. En effet, lors d'une discussion elle mentionne l'existence du Laboratoire Zéro Déchet à Pantin, une association ayant investi des anciens locaux industriels sous la forme politique du squat et qui pratique le réemploi de vêtement avec la visée de revaloriser les dons pour les distribuer gratuitement dans un espace dédié « la gratuiterie » à un public de femmes souvent mères immigrées en situation de précarité. Il n'y a aucun échange monétaire sur le site et tous les vêtements proviennent de dons, de sources diverses. J'ai, bien sûr, très envie d'en voir plus rapidement. Je perçois la notion interstitielle au regard du premier terrain, et cela m'intrigue beaucoup.

Son caractère temporaire et constamment en lutte contre l'administration et la justice pour l'attribution pérenne d'un lieu, la visée sociale par le maillage d'un certain nombre de besoins urgents d'une précarité environnante, son choix d'être un lieu d'accueil, ainsi que la centralisation d'un certain volume de dons alimentaires et textiles en sont les principaux que j'identifie

26. LEMAIRE Mathilde, « Monogram Paris s'installe aux Galeries Lafayette Haussmann », article en ligne sur le site Fashion Network, rubrique Actualité, sous rubrique, Distribution. Publié le 4.09.2021. Disponible à cet URL : <https://fr.fashionnetwork.com/news/Monogram-paris-s-installe-aux-galeries-lafayette-haussmann,1329948.html>. Consulté le 14.02.2022.

lors de la phase exploratoire. Plus largement j'observe que ce lieu pose la question de l'attribution de la gestion de problèmes publics, que sont d'une part, la précarité d'un type de population, et de l'autre la surconsommation de vêtements, qui engendrent des déchets que récupère le LEØ.

IV - Cadre épistémologique

L'ensemble du cheminement de pensée que j'ai relaté ici m'a permis d'affiner un cadre épistémologique fortement ancré dans la discipline des sciences de l'information et de la communication par l'approche des médiations marchandes inhérentes à mon sujet. La médiation par définition suppose des logiques de circulation qui me font également m'appuyer fortement sur la théorie de la trivialité des êtres culturels²⁷ développée par Yves Jeanneret. Il n'en va pas seulement de la transformation de l'être culturel au fil de sa circulation mais également des logiques de pouvoir qu'induisent cette circulation, cette construction du sens et des représentations. Il me semble évident que la possibilité d'influence sur les représentations de nos pratiques quotidiennes est un enjeu de pouvoir pour les acteurs qui s'en saisissent.

Me posant également la question des modalités et enjeux de la création de la valeur concernant le réemploi dans un espace marchand, je me suis tournée vers les travaux d'Eleni Mouratidou sur la représentation²⁸, en ce qu'ils me permettent d'approcher des modèles hybrides reposant sur des mécanismes de mise en scène qui convoquent de l'extérieur, de l'imaginaire collectif, mais également des déplacements sémiotiques qui participent à ces logiques d'imitation.

J'ai également sollicité dans mon travail Pierre Berthelot, pour l'appui sur la compréhension de la médiatisation d'un espace marchand, ou encore Louis Marin pour saisir le système d'intensification, de surreprésentation de la chose dans le discours qui est produit sur elle du fait de sa substitution. J'imaginai pouvoir rapprocher cela d'une possible absence d'une réalité sociale et écologique dans le discours des Galeries Lafayette par la surreprésentation d'éléments discursifs en ce sens.

Je m'inscris également dans la sémiotique peircienne m'appuyant pour l'analyse de mon corpus sur la notion d'indice. Sur laquelle je reviens un peu plus bas.

La sémiotique est destinée dans ce travail à pouvoir m'accompagner et à comprendre les schémas de production du sens, en prenant en compte le contexte en l'interprétant avec les éléments qui vont interagir et avoir un impact direct sur lui.

Enfin, un certain nombre de références ethnologiques et sociologiques m'ont permis de penser ma méthode et mon travail d'enquête. Notamment avec l'aide des cours de Virginie Julliard, chercheuse au GRIPIC. Ceux-ci m'ont permis d'appréhender de manière plus sensible la réflexivité de l'immersion sur un terrain en observation participante, et m'ont donné des outils méthodologiques de l'enquête. Je me suis notamment appuyée de manière conséquente sur la méthode de construction des comptes rendus d'observation proposés par Anne Revillard, professeur

27. JEANNERET, Yves, (2008). *Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels*. Paris: Hermès-Lavoisier. Communication, médiation et construits sociaux.

28. MOURATIDOU, Eleni, (2018). Le spectacle de la marchandise : imitations, illusions et croyances. *Communication langages*. 2018. Vol. 198, no. 4, pp. 27-34.

associée en sociologie, dont la majorité des ressources pédagogiques concernant les méthodes qualitatives sont disponibles en ligne.²⁹ Je reviendrai plus en détail sur les influences qui ont formé ma posture de sujet observant et participant dans la partie dédiée à la méthodologie et tout au long de ce travail car c'est une posture mouvante.

V - Installation de la problématique et des axes de recherche

Ma question de départ reste de comprendre quels sont les signes et dispositifs qui permettent l'attribution de la valeur symbolique au réemploi du vêtement ? Dans quels espaces et par quels acteurs ? J'ai resserré ici l'angle d'approche avec ces deux terrains qui me permettent d'avoir des corpus extraits de sphères militantes et de sphères marchandes, ne pouvant pas dans ce format de recherche couvrir la multiplicité des acteurs ayant un discours sur le réemploi. Ce serait néanmoins une visée à hauteur d'un travail de thèse que j'aimerais pouvoir déployer par la suite.

Au terme des pérégrinations mentales et numériques de ma recherche documentaire, des premières observations flottantes, des dialogues avec certains de mes professeurs, lectures et explorations, a émergé la problématique suivante :

En quoi la pratique mise en signe par les Galeries Lafayette et le LEØ renvoient-elles à des représentations du réemploi qui semblent en opposition les unes avec les autres ?

En effet, ces représentations baignent toutes deux dans une culture où la consommation est une activité quotidienne et un référent culturel commun de pratiques. Il semblerait que les modalités pour faire advenir le réemploi même dans des formes différentes aient un socle commun lié à la consommation pour y faire référence.

En ce sens je vais détailler les trois axes de recherche qui suivent la réflexion liée à la problématique et qui serviront de structure à un questionnement d'autres aspects détaillés dans le plan. Il s'agit pour moi, dans un premier temps d'analyse, de pouvoir regarder les deux représentations et leurs éventuels principes contradictoires dans ce geste de mise en regard qui me permettrait d'y porter une vision en pleins et déliés. Je présenterai donc un premier axe suturant de mon travail :

Hypothèse 1 : La représentation du réemploi au LEØ semble subir l'influence de la pratique de la consommation comme référent culturel nécessaire à la circulation des vêtements donnés, dans une relation d'interdépendance entre discours marchands et discours militants.

Cette hypothèse me permet de soulever les pleins de mon analyse sémiologique (voir méthodologie, juste en dessous) mais surtout de comprendre comment se noue la relation entre un discours marchand et un discours militant sur le réemploi dans l'espace social en passant par l'observation des pratiques situées et des discours sur ces pratiques au LEØ. Pour cela, je passerai par l'étude des procédés de tri, de mise à disposition du vêtement, ou de la saisie du déchet comme un objet de militantisme contre le capitalisme. De nombreux exemples sont à mobiliser concernant une mise en avant des processus de transformation des vêtements, notamment par

29. Site WordPress d'Anne Revillard, rubrique Enseignement, puis Méthodes qualitatives, onglet Observation directe et enquête de terrain. Disponible à cet url : <https://annerevillard.wordpress.com/observation-directe-et-enquete-de-terrain/>. Consulté le 12.01.2022.

la mise en valeur de pratiques d'artisanat qui permettent de valoriser l'objet-déchet dans une volonté de sortir de la consommation. Je prendrai pour aborder cet angle une focale macrosociale afin de pouvoir saisir dans quel système de représentation sociale s'inscrit la pratique du LEØ.

Hypothèse 2 : La mobilisation *prétexte* du réemploi par les Galeries Lafayette permet de masquer une contradiction entre un idéal de consommation vertueuse et écologique et un modèle économique fondé sur la *consummation* des objets.

Derrière cette hypothèse se place l'analyse de nombreux moyens d'invisibilisation à travers la mise en scène et le discours, comme la prétention à la resingularisation du vêtement à travers les formules liées au champ émotionnel d'une vie passée du vêtement représentée sur les étiquettes pour les Galeries Lafayette. L'analyse passera également par le pistage des indices d'une utilisation préalable du vêtement : quels indices sont montrés ? Lesquels sont absents ? Quels discours les accompagnent ?

Sur les deux terrains, je m'aiderai de la définition peircienne de l'indice qui me permet de penser la relation entre l'objet et son signe. Dans le triptyque icône/indice/symbole, l'indice est celui qui entretiendrait « une relation immédiate et causale avec l'objet du signe »³⁰. Le trou dans le vêtement est l'*indice* immédiat d'une utilisation antérieure du vêtement et selon l'interprétant et le contexte, sa signification peut changer. Les trous dans les jeans par exemple ont bien des façons d'être perçues selon les âges, les classes sociales ou selon que l'on a été marqué par la période punk rock anglaise des années soixante-dix puis quatre-vingt en France.

C'est une chasse au discours sur le discours, à aller voir au-delà de la prétention sémiotique naturalisée par des procédés techniques ou rhétoriques qui font appel aux imaginaires partagés pour reprendre le positionnement d'Umberto Eco dans *La guerre du faux*³¹, à l'échelle *microsociale*. Je m'appuie ici sur l'ouvrage de Dominique Desjeux *Les échelles d'observation de la consommation*³² qui me permet de comprendre quelle focale est la plus intéressante pour traiter certains aspects de mon sujet.

En l'occurrence l'échelle microsociale se concentre sur la perception de micro signes dans la pratique du réemploi sur les vêtements et objets présents comme les signes d'usures, le rapport à la propreté, les marques présentes, le rapport des corps dans l'espace.

La mobilisation de la notion de *prétexte* ici est empruntée à Pierre Berthelot qui, dans son article « Les médias magasins : du *prétexte* à l'implication »³³ propose une démonstration de la notion en comparant les supermarchés aux médias tant ils se construisent sur le modèle économique de la régie publicitaire à travers le système d'exposition et de classement du rayonnage. Cette notion est pertinente pour l'observation des Galeries Lafayette car l'imbrication entre cette marque et les autres présentes sur le plateau (re)store peut s'assimiler à une régie

30. FISETTE, Jean, (2012). Courte lecture de la notion d'icône chez Peirce. *Intellectica*. 2012. Vol. 58, no. 2, pp. 277-284. P 279.

31. ECO, Umberto, (1979). *Lector in fabula. Le rôle du lecteur*. LGF.

32. DESJEUX, Dominique, (1998), *Les échelles d'observations de la consommation*, in Ph Cabin et al., *Comprendre le consommateur*, Sciences Humaines, p 37-56

33. BERTHELOT, P. (2005), « Les médias magasins: du *prétexte* à l'implication ». *Communication & langages*, pp 41-53.

par la location des emplacements et la combinaison de plusieurs identités dans cet espace non sans influence.

Hypothèse 3 : Cette médiation renégocie constamment le statut intermédiaire de l'objet, entre marchandise et déchet.

Cette hypothèse se place à la confluence des deux premières dans une logique de causalité qui aurait pour volonté de montrer un des aspects que peuvent produire, d'un côté une représentation du réemploi médiée par des sphères marchandes et de l'autre par des acteurs militants en se posant la question du statut de l'objet comme nerf de la guerre.

En effet, si l'objet marchandise, d'un côté, devient un simulacre d'une consommation vertueuse (déjà un oxymore) entourée par des discours lui ajoutant le supplément d'âme qu'il a perdu en repassant dans une mise en scène sérielle, nous pouvons y voir un effort pour effacer ce statut de marchandise. Walter Benjamin parlait de la perte d'aura de l'œuvre d'art liée à la reproductibilité technique dans *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*³⁴, le parallèle avec le vêtement vintage est dans une certaine mesure possible, lorsque ce qui apparaissait à l'origine comme une pièce unique est vendu en série, ou en collection.

Nous sommes donc ici entre marchandise et autre chose qui n'en serait plus. L'analyse des étiquettes des vêtements aux Galeries Lafayette et tout le vocabulaire du soin et de l'unicité présent dans les encarts des marques sur les murs serviront ici d'appui.

De l'autre côté, au LEØ, les acteurs tiennent un discours anti-marchandise. Les échanges marchands sont proscrits et il n'est pas question de qualifier les publics de clients. La médiation marchande néanmoins subsiste par quelques artifices que j'imagine agir comme les stigmates de l'inclusion du LEØ dans un système capitaliste.

Néanmoins, il est plus évident de voir ce lieu flirter avec le déchet dans les discours, en le requalifiant de manière positive, notamment lorsqu'il est question des restes alimentaires. Jamais le terme ressources est employé, car selon les acteurs, ceci est hérité d'une vision extractiviste sur ce qui nous entoure.

L'objet pérégrine donc symboliquement entre ces statuts dont l'attribution est un enjeu certain, plus ou moins affiché ou masqué.

Nous suivrons donc une structure reprenant ces trois axes de recherches comme des pistes à dérouler chacune de manière approfondie.

Je commencerai par regarder les nouvelles modalités de la consommation de vêtements avec un angle historique retraçant la construction des effets de mode et du vêtement en objet-jetable. Cette partie regardera également le tissage de la pratique du réemploi avec d'autres pratiques et valeurs comme l'artisanat ou le collectif fondé sur l'observation mené au LEØ, avec la possibilité à travers le discours des acteurs de comprendre ce qui se noue entre les gens et cette pratique.

En seconde partie nous regarderons l'efficacité symbolique du réemploi comme une possible valeur remède à la consommation. Cela nécessitera, en s'appuyant sur l'observation et l'analyse

34. BEJAMIN Walter, (2013) [1939], *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, traduit par Frédéric Joly, préface d'Antoine de Baecque, Paris, Payot, coll. Petite Bibliothèque Payot.

ethno-sémiologique faite aux Galeries Lafayette de questionner la relation de prétexte du couple écologie-consommation au sein de cette espace, ou encore de poser notre regard sur les enjeux de visibilité ou d'invisibilité de certaines représentations. Je pense notamment ici aux flux de matière et au travail de transformation en amont mais aussi en aval des vêtements.

Enfin, il sera question de saisir l'enjeu du statut de l'objet comme le nerf de la guerre (symbolique) qui permet à certaines formes de réemploi d'advenir ou non. Qu'est ce qui fait le statut d'un objet ? Quand est-il marchandise, et quand il est déchet, peut-il être réemployé ? Les Galeries Lafayette semblent tout faire pour que l'objet ne soit pas considéré comme un déchet malgré sa forme usée, néanmoins, le statut de marchandise peut symboliquement présenter des obstacles à sa désirabilité.

À l'inverse, le LEØ s'inscrit contre le fait de manipuler de la marchandise et voit dans le déchet un héritage du capitalisme dont ils font les frais. Un statut en mouvement donc, dont la détermination plus ou moins frontale est centrale dans la guerre des représentations.

MÉTHODOLOGIE

I - Choix des terrains

Le choix des terrains a été fait en ayant en tête de vouloir observer les pratiques et les représentations du réemploi dans des espaces foncièrement différents, afin de comprendre comment se combinent ces représentations, qu'elles sont-elles, de quelle manière coexistent-elles et dans quels signes s'incarnent-elles ?

J'étais partie du fort sentiment que je relate lorsque j'évoque la formation de mon objet de recherche, de cette forte impression de contradiction entre le réemploi comme principe de longévité des vêtements et logiques marchandes de consommation de masse qui nécessite la consommation destructrice pour la production toujours plus grande de vêtements pour fonctionner. Comment la valeur d'un vêtement pouvait changer du presque déchet à la pièce vintage ? Par quels artifices communicationnels les acteurs économiques se saisissent de cette pratique écologique du réemploi ? De quoi est composée la médiation qui rend désirable le réemploi dans le secteur de l'habillement, de quoi les discours qui l'accompagnent sont-ils constitués ?

Accompagnant ces questionnements, l'observation récurrente de la mobilisation d'arguments militants écologiques mêlés au discours marchand a fini de me décider à m'engager dans cette voix.

Le choix de l'étude du Laboratoire Zéro Déchet est venu par la suggestion faite par Joëlle Le Marec, comme précisé plus haut, c'est au moment de notre échange que j'en ai appris l'existence. Le LEØ se situe à Pantin, sur un rond-point dans le quartier des Quatre-Chemins. Sa fonction officielle est d'être une « association depuis janvier 2019, [dont l'] objectif est de proposer des actions et de réfléchir à une écologie participative, simple, joyeuse et surtout accessible à tous. »³⁵ Seulement, étudier l'ensemble du lieu me paraissait dévier de mon objet initial tant les pratiques sont multiples et pas toutes reliées aux vêtements.

Le choix de la gratuiterie du LEØ est venu du fait que l'objet en lui-même me semblait incarner un certain nombre des questionnements que j'ai posé plus haut, tout en ayant ce marquage politisé écologique et non marchand contenu a priori dans la nature du lieu (Laboratoire Zéro Déchet, un squat) et dans ses activités (hébergement d'urgence, réception, tri, don de vêtements et nourriture, fabrication de colis pour mères isolées en situation précaire, atelier de réparation d'objet électroménager et vélos, ateliers militants féministes...).

En effet, un espace dans le lieu est dédié aux dons de vêtements et scénographié à l'image d'un espace marchand dont l'emprunt à des imaginaires de la consommation me semblait présent. Il y a des portants, un miroir, des tapis au sol, des présentoirs. C'est cet espace, appelé « gratuiterie » qui m'a paru représenter la plus forte « densification sémiotique » servant ma recherche,

35. Texte de présentation de l'association présent sur la page d'accueil du site du LEØ accessible à partir de cet URL : <https://labozero.wordpress.com>. Consulté le 6.02.2022.

concept forgé par Karine Berthelot-Guiet³⁶ pour parler de la publicité, qui me permet de penser le lieu comme un ensemble de signes formant un langage stéréotypé.

Je n'étais jamais allée sur ce terrain, et j'avais une connaissance assez modeste de ce qu'était la vie dans un squat militant, bien que sensible à l'investissement de luttes par des formes d'habitations alternatives. J'en avais une approche dans sa configuration artistique par un proche qui habitait dans le squat d'artistes Casa Nova à Aubervilliers, rasé en mars 2022.

J'avais donc quelques a priori qui touchaient plutôt la relation que je pourrais avoir avec les habitants du LEØ, moi, n'étant pas aussi engagée qu'eux et n'ayant pas fait le choix de cette radicalité. J'avais à cohabiter avec mon sentiment d'illégitimité à regarder et documenter ces pratiques. Je ne voulais surtout pas tomber dans une sorte de voyeurisme, ou de tourisme social.

Je dirais que ce qui tentait le plus mon état émotionnel avant de commencer était une sorte de fascination pour un engagement radical comme ce que je percevais à travers ma documentation préalable sur le LEØ. Probablement parce que tout ce qui semble accompli dans ce lieu me renvoie à un sentiment personnel d'inaction, et de passivité face à un système économique qui pourtant me révolte. Cela, couplé à ce sentiment de responsabilité dû à la connaissance que j'ai des sujets climatiques et à la génération à laquelle j'appartiens.

Je comprends donc ce que j'investis dans le choix de ce terrain et me mets presque en garde contre moi-même, tout en me servant de ce ressenti comme d'un matériau de recherche à part entière. La chercheuse Pauline Escande-Gauquié lors d'un cours intitulé « Corps, corpus, le chercheur au travail » donné au Master recherche nous formula ces mots : « On est choisi·e par son terrain : on a l'impression d'avoir choisi un objet parce qu'on est intéressé·e pour telle et telle raison, mais il y a souvent une cohérence plus globale liée à sa propre histoire de vie. Finalement, obsédée par l'intimité. »³⁷ J'y ai trouvé une certaine résonance avec ce sentiment développé plus haut.

En ce qui concerne les Galeries Lafayette, j'ai appris en faisant de la veille sur internet pour la construction de ce sujet que le grand magasin allait recevoir un espace complet de vêtement de seconde main peu avant septembre 2021, la date supposée d'ouverture de l'espace. Je me suis aidé pour cela d'un flux RSS Google Reader ayant comme mots-clés « vêtement+réemploi » et « seconde main », « upcycling » « mode+durable », des mots-clés suffisamment précis pour se rapprocher de mon objet dans le cadre de cette recherche, tout en couvrant des champs différents (économie, mode, société...), et des acteurs différents. Animée par ces questions et ne pouvant, en premier ordre, et de façon épidermique n'y voir qu'un principe de récupération, j'avais une forte curiosité à me rendre sur place.

J'y suis allé une première fois à l'occasion d'un déplacement dans cette zone au mois de décembre, pendant les fêtes de fin d'année.

Ce Grand Magasin est situé à Paris sur le boulevard Haussmann, dans le 9ème arrondissement de Paris, un quartier chic de la capitale. Il est connu pour ses vitrines de Noël, entre autres. Pas très

36. BERTHELOT-GUIET, (2013), *Parole de pub. La vie triviale de la publicité*: Editions Non Standard.

37. Extrait de notes prises lors d'un cours de la chercheuse en SIC Pauline Escande-Gauquié intitulé « Corps, corpus, le chercheur au travail » donné en février 2022 dans le cadre du Master recherche et développement au CELSA, Sorbonne.

loin, nous retrouvons le Palais Garnier, la place de l'Opéra. De nombreuses boutiques de luxe tout comme des enseignes de mode rapide encadrent l'immeuble. Le coin est assez touristique.

Je connaissais l'endroit pour m'y être rendu quelques fois par le passé et j'ai été capable d'identifier mes a priori sur notamment le niveau de gamme que je pensais plus élevé, et qui s'est avéré finalement assez étendu. C'est lorsque j'ai commencé à dessiner les contours de ma problématique que je me suis décidée à m'arrêter sur les Galeries Lafayette comme choix de terrain sur les conseils de mon directeur de mémoire Pascal Froissart qui m'a suivi pendant cette recherche.

En effet, l'effet artificiel de polarisation entre un acteur militant et un acteur marchand créé par mon objet de recherche allait pouvoir m'aider à construire un cadre d'observation pour éprouver ma question de recherche dans un jeu de miroir, de mise en regard, d'absence ou de présence, de dissimulation, d'euphémisation et de re-présentation.

II - Accès au terrain

La situation d'accès au LEØ a été évolutive et jonchée de surprises. Je m'y suis rendu une première fois le 20 décembre, assez en amont de mon analyse pour évaluer la façon dont j'allais pouvoir m'y prendre. J'avais échangé au préalable avec le sociologue Igor Babou et l'idée d'une *participation observante*³⁸ se dessinait comme la posture la plus juste pour ce terrain, qui, je le supposais, supporterait mal l'immobilité d'une dominante observationnelle. Je me figurais également que le plus gros de mon observation se retrouverait dans les pratiques, plus que dans les discours, cela serait également une manière de les éprouver, tout en ayant conscience des biais d'implication qu'il en ressort. Cela me permettrait de vivre la réalité des sujets avec le risque d'un manque de recul dû à l'implication que je pensais compenser en réduisant les temps de participation à une part minoritaire de mon travail d'observation. Restait également les temps de dialogue et d'observation pure.

De plus, c'est également la posture avec laquelle je me sentirais la plus alignée d'un point de vue éthique. En effet, il y a des endroits où l'impression de se servir sans rendre est trop inconfortable, c'était ma manière de trouver un équilibre dans ma posture d'observatrice.

Je m'y suis rendue donc pour une première observation flottante le 20 décembre vers 11 heures du matin. Je suis arrivée aux alentours, sur ce rond-point traversé par-dessous par des rails de routes ferroviaires, certaines désaffectés, d'autres encore en utilisation. Les bâtiments sont bas dans ce coin de quartier, je voyais un Emmaüs à un autre bout du rond-point, et je savais également que se trouve à la droite du LEØ la Cité fertile, projet immobilier multi-actoriel d'investissement temporaire d'une friche avant la construction de la Zone d'Aménagement Concertée

38. Je fais référence ici à l'article de Bastien Soulé, (2007), « Observation participante ou participation observante ? Usages et justification de la notion de participation observante en sciences sociales », *Recherches qualitatives*, vol 27(1), pp. 127-140, dans lequel il retrace l'utilisation de cette notion : « la notion de participation observante (PO) semble de plus en plus fréquemment préférée à celle d'observation participante (OP). Cette mobilisation traduit cependant des objectifs fort disparates : souligner un investissement particulièrement prolongé sur le terrain, suggérer la prépondérance de la participation sur l'observation, signaler le passage de la « participation pure » à l'observation par une « conversion à la recherche ».

éco-quartier de Pantin, les Quatres-Chemins. Il m'avait été impossible sur le site en ligne Est Ensemble (structure intercommunale créée dans le cadre du projet du Grand Paris) qui réunit des actualités des départements de l'est de l'Île-de-France de trouver une date de départ pour les travaux, qui en vue des plans d'aménagement, consisteraient dans le rasage pur et simple du LEØ. Néanmoins, j'avais eu cette information très facilement en posant la question à l'intérieur de la Cité fertile, à une employée. La date est dûe pour l'année prochaine.

J'approchais donc du lieu et vois qu'il est fermé par deux grilles. J'étais, je le sais, un peu impressionnée. J'avais anticipé de me présenter « à visage découvert » tout en proposant mon aide pour une quelconque activité liée au réemploi des vêtements, par exemple, selon les besoins. Personne derrière les grilles ne semblait prendre en compte ma présence, j'ai fini par partir en me disant que ce n'était pas le bon mode opératoire, et qu'il fallait que je considère la chose autrement.

De retour à l'école la semaine suivante, je discutais de ma volonté d'approcher ce terrain, et plus largement de mon projet de recherche avec la doctorante au GRIPIC Mathilde Vassor. À ma grande surprise, non seulement elle connaissait l'endroit, mais elle connaissait également une des habitantes du LEØ, Julie, qui se trouvait suivre des séminaires au sein de l'école. Mathilde allait donc pouvoir nous mettre en lien, ce qui fut fait la semaine suivante, je trouvai ainsi la porte d'entrée à mon terrain.

J'ai donc lors d'un premier rendez-vous au CELSA, pu m'entretenir avec Julie afin de nouer un premier contact. Je dirais que le ton était amical bien que nous ne nous connaissions pas. Elle cherchait à l'époque des références théoriques pour pouvoir soutenir le travail de documentation et de recherche au LEØ qu'elle pratique sous la forme de la bande dessinée, nous trouvions ainsi un rapport d'entraide équilibrée.

Les Galeries Lafayette n'ont pas posé de problèmes particuliers quant aux questions d'accès au terrain. Les horaires d'ouverture étant étendues sur l'ensemble de la semaine, cela me donnait l'occasion de pouvoir saisir différents moments avec différents publics selon les périodes. Je n'ai pas eu besoin d'un intermédiaire pour négocier mon entrée. Si l'accès au terrain était assez évident car c'est un grand magasin qui reçoit des visiteurs sur les heures d'ouverture, la posture à adopter pour l'approche et l'observation m'a fait me poser davantage de questions. En effet, serait-ce possible de rester longtemps sur le lieu ? Est-ce que je pourrais prendre des photos ? Comment pourrais-je prendre des notes ? Si je revenais plusieurs fois dans la semaine sans acheter, serais-je suspecte ?

III - Approche des terrains : mon rôle en tant qu'observatrice

Lors de mon premier rendez-vous avec Julie, je lui ai tout de suite exposé ma volonté de vouloir participer aux activités du LEØ pendant mon observation. Elle me signifiait qu'une « gratuite-rie » en plein air aurait lieu le dimanche suivant. Mon rôle d'observateur était donc d'emblée défini parce que j'avais connu Julie au sein du CELSA, elle était donc bien au courant de mon enquête, je n'allais donc pas avancer incognito. Il était aussi important pour moi de ne surtout pas avancer masquée. J'avais également conscience que cette position allait peut-être me priver de certains échanges. J'avais toujours en tête une certaine sensation d'illégitimité à venir observer et participer en faisant de ce terrain mon quotidien pendant une période de temps

donnée, pour en sortir après, une fois l'étude terminée. Cette posture d'émancipation du terrain était nécessaire à appréhender pour les besoins de l'observation, en vue de mon engagement émotionnel, comme la sensation de prendre quelque chose, à négocier avec ma morale.

D'où je parle ? Une chose aussi me tenait néanmoins à distance, la méconnaissance des réalités du LEØ, un langage peut être, des codes que je ne maîtrisais pas, n'ayant pas fréquenté de squats militants ou de cercles militants auparavant. J'entrais dans un milieu auquel j'étais étrangère, avec simplement l'idée d'approcher une radicalité qui m'effrayait en un sens. Je me sentais appartenir à un milieu social avec du confort et des privilèges (posture presque de pitié, alors que les habitants du LEØ ne subissent pas leur situation) et en cela, j'ai redoublé de modestie, ce qui m'a donné une humilité et une qualité d'écoute particulière lors de l'observation.

Le fait intéressant avec ce double terrain est que la posture d'approche est complètement différente. La posture que j'avais adopté pour mener mon enquête aux Galeries Lafayette était également une posture de *participation observante (couverte)*, car pour l'observation, je m'étais fondue dans le rôle d'une cliente, ce qui m'assurait de pouvoir pénétrer le lieu sans encombre, sans être particulièrement notifiée. Je flâçais, et en cela, je devais me déplacer, regarder les vêtements, me mouvoir dans l'espace, ne pas rester trop statique, dans un coin avec un carnet, c'est une position qui va à l'encontre des attentes sociales qui régissent cet espace et l'espace de la consommation en général.

La différence majeure est que je n'ai pas dévoilé ma posture d'observatrice. Je rapprocherai ce contexte d'enquête à celui décrit par Henri Peretz comme « une observation clandestine en milieu fermée ». Il y décrit une situation dans laquelle l'observateur·ice découvre et doit se soumettre peu à peu aux règles du lieu et du groupe qu'il observe afin de trouver sa position de participant : « il ne pourra pas prendre de note pendant l'action ni recueillir des informations complémentaires auprès des participants. Mais il a la quasi-certitude de ne pas entraver le fonctionnement ordinaire d'une action [...] »³⁹ C'était en effet une des raisons de mon choix, de pouvoir observer le dispositif marchand comme il a été conçu pour les visiteurs consommateurs du lieu, non pour quelqu'un qui viendrait observer sa confection.

Restait à savoir comment j'allais pouvoir opérer ma prise de notes et le relevé des informations dont j'avais besoin.

Pour les problèmes éthiques, je suis dans la position d'une cliente. La question dans l'observation d'une part éthique se pose à mon avis dans les échanges que je peux avoir avec les vendeuses·eurs où, à ce moment-là, je pourrai faire part de ma démarche.

D'où je parle ? Aucun sentiment d'illégitimité ne m'a traversé car je m'étais déjà rendu sur place et que cet environnement n'est pas si éloigné de ce que je peux appeler mes « codes sociaux ».

De plus, c'était pour passer le plus clair de mon temps dans un espace dédié aux vêtements de seconde main, j'étais à l'aise avec le sujet, bien que toujours inconfortable face à des dispositifs représentant un certain luxe, des objets dépassant les milliers d'euros, une mise en scène de la rareté, présente pour certaines marques, dans l'espace (re)store. Pour finir, je précise que je suis une jeune femme blanche avec une apparence plutôt classique, j'étais à peu près sûre de ne pas

39. PERETZ Henri, (2004), *Les méthodes en sociologie. L'observation*. Coll Repères, La découverte, Paris. P 54.

éveiller de soupçons auprès du service de sécurité faisant partie de la population ne subissant pas de discriminations au faciès dans ce type d'endroit.

IV - Récit de l'entrée sur le terrain

Je tiens à témoigner en préambule de ce développé de ma pleine conscience de la subjectivité et de l'artificialisation qu'induit la perception d'un terrain. Ce que j'y ai cherché ou ce que j'y ai trouvé dépend sans équivoque du produit de la rencontre entre les acteurs, le lieu et moi, ainsi que d'autres facteurs comme la période d'observation choisie.

Je détaillerai ici un condensé de mon arrivée sur chacun des terrains afin d'expliquer ma posture de départ et la façon dont j'ai construit ma méthodologie.

Mes terrains sont à la fois des lieux, une pratique (le réemploi) et des discours (que produisent les pratiques et vice-versa), tout cela mis en lien par des personnes et des objets.

J'avais au préalable pensé les premiers moments d'observation comme exploratoires, afin de rester aussi large que possible en me concentrant néanmoins sur trois clés d'entrée :

- Le lieu (une mise en scène, un espace pratiqué)
- Les objets (les vêtements, leurs qualifications)
- Les personnes (leur statut et le rapport qu'ils entretiennent avec les deux items précédents).

Tout cela envisagé comme un champ d'interaction et de relation dans lesquelles viendrait s'inscrire le réemploi. J'avais déterminé que mon observation serait le véhicule de la récolte d'un matériel constituant mon corpus, à l'aide de la photographie d'éléments sur place, et que viendrait en position d'interprétants du corpus principal des verbatim de discussion orientée avec les acteurs-ices. Voulant observer les représentations du réemploi à travers les signes matériels et les discours des acteurs-ices (surtout au LEØ) ces choix méthodologiques me sont apparus comme les plus adéquats. Je reviendrai dessus juste après.

L'évènement de la « gratuiterie » au LEØ était un point de départ idéal, car il condense le discours des acteurs et la pratique, et rassemble également des publics divers sur une journée complète. Cela me permet de participer à toute la préparation, donc à la mise en œuvre du système de tri et d'un côté pratique, ainsi que d'avoir tous les acteurs du site présents. L'enjeu était davantage de trouver des moments pendant lesquels discuter avec eux et elles, ayant choisi comme corpus connexe de m'appuyer sur des verbatim récoltés lors de discussions avec les personnes présentes.

J'ai donc, au préalable de cet événement, eu la possibilité de m'entretenir avec Julie afin d'affiner des points d'observations particuliers. J'avais prévu de revenir plusieurs fois après la « gratuiterie » pour voir ce que le dispositif d'évènementialisation aurait pu me rendre moins visible.

Le fait qu'on me laisse rentrer dans l'espace (même si j'y rentre par cooptation) témoigne de quelque chose. Cela me permettait peut-être de ne pas fantasmer des objets que les acteurs-ices pouvaient définir et me montrer eux-elles-mêmes.

Je me prépare donc un matin à me rendre au LEØ pour la seconde fois, et à y retrouver Julie pour une séance de tri, voilà l'agenda prévu, tout en ayant demandé la conservation d'un moment consacré à mes questions.

C'est un détail qui m'a marquée, lorsque je me préparais pour aller au LEØ ou aux Galeries Lafayette la première fois : le choix de mes vêtements et de mon apparence observaient une grande variabilité d'un terrain à l'autre.

Quand pour le LEØ je choisissais des vêtements sobres, pratiques et chauds en vue du temps passé dans un hangar non chauffé au mois de décembre, je m'apprêtais en faisant attention à ce que mon apparence est l'air plus soignée, plus chic (utilisation de matières plus fragiles, par exemple), dans ce que j'imaginai être « dans l'air du temps » pour les Galeries Lafayette.

Je suis arrivée vers dix heures au LEØ, à vélo. J'avais prévenu Julie, qui m'attendait. Elle m'ouvrit le grand portail de fer et j'ai laissé mon vélo dans la cour, sans attache. C'est là que j'entraï pour la première fois sur ce terrain.

Deux personnes sont assises sur un petit comptoir, l'espace est immense, le froid occupe tout l'air du hangar.

Au bout d'un certain temps, Julie me propose de me faire faire un tour des activités dont elle m'avait parlé au cours de notre entretien la semaine passée. Nous commençons par la "gratuiterie" dans laquelle on entre en poussant un pan de tissu rouge, juste à côté de l'espace cuisine où nous étions assis.

J'entre dans cet espace et je ressens tout de suite quelque chose de familier car certains détails accrochent mon œil. J'ai en tête les espaces de friperies que j'ai eu comme objet de recherche l'an passé qui mettaient en scène l'esthétique de la récupération avec ces mêmes tapis au sol, ces tuyaux de ferraille comme portants, des morceaux de tissus pour habiller le béton brut. Sauf qu'ici pas d'objets décoratifs démis de leur fonction d'usage invoquant un passé dont on serait nostalgique pour créer une ambiance rétro. Étaient uniquement présents les portants, de sombres barres en aciers, de quoi habiller les murs, présenter les objets, une chaise pour s'asseoir, un bac pour mettre les cintres, deux tapis au sol, des tissus pour cloisonner les espaces, deux lampes, l'inventaire était fait.

Une réflexion venait à ma pensée : la variable de choix sur la possibilité de mise en scène leur est assez restreinte. La fonctionnalité est un principe qui s'applique ici en majorité mais ce n'est pas l'unique principe. Pendant que je fais le tour de la pièce, Julie me raconte comment elle organise l'espace et me dit qu'il faut que ce soit aussi agréable d'y venir. Il fait assez sombre, et bien sûr il fait très froid.

À l'issue de cette première séance d'observation commencent à émerger les signes qui constitueront ma grille d'observation. Le décor, les éléments présents bien sûr, l'organisation des vêtements, leur aspect et toutes les différences que j'observais déjà concernant l'accès au lieu en comparaison avec les Galeries Lafayette.

Je finirai par mettre au second plan ce dernier aspect qui me renseigne moins sur les représentations du réemploi que sur le type de lieu auquel j'ai affaire.

Sur ce terrain, je me rends compte que la pratique prime sur le discours et que j'ai donc envie de documenter davantage toutes les pratiques car elles me semblent très riches. Les pratiques donnent des discours sur elles-mêmes, les deux structurent un groupe social comme celui du LEØ.

Il en a été différent pour les G L : j'étais arrivée à l'entrée du magasin avec une appréhension quant à ma capacité à pouvoir saisir les éléments en trouvant la bonne distance avec le rôle de consommatrice que j'avais décidé d'endosser.

Nous étions en pleine période de fêtes et le grand magasin était plein à craquer.

Je rentre par l'entrée du boulevard Haussmann, ça piétine déjà. Je salue le vigile près de la porte, comme par précaution. Une fois à l'intérieur, au rez-de-chaussée, je suis dans la foule et j'ai un mal fou à me frayer un chemin dans les allées et à repérer la signalétique menant à l'espace (re)store. La masse humaine impose un sens de circulation donc s'en extraire est une épreuve. Je lève les yeux dans l'espoir de voir une direction et j'aperçois le panneau « (re)store → 3^{ème} étage ». Je me faufile vers l'escalator, un deuxième et un troisième et j'arrive sur le plateau. Tout de suite à droite, un premier *corner* à l'identité très marquée par des objets décoratifs des années 1970 (un fauteuil « *egg* » en cuir rouge, un papier peint à motif orange, du plastique rouge et des tapis à fleurs.) Je commence l'exploration en tachant de commenter ce que je vois, l'espace est découpé en sous-espaces dédiés à des marques différentes. Je vois que toutes ne sont pas de la même gamme, ni ne propose le même processus de réemploi. Certaines sont assimilables à des friperies quand d'autres ont l'air de vendre du neuf. J'apprendrai en regardant de plus près que ce sont des « marques créatrices » qui produisent à partir de tissus recyclé. Je remarque des récurrences dans la mise en scène : certains éléments créent une cohérence entre chaque marque, quand d'autres permettent de marquer la distinction. Il me semble au premier coup d'œil que les signes qui vont me permettre une exploration de la (ou des) représentation(s) à l'œuvre vont être d'ordre scénographique et textuel (je repère un certain nombre d'encarts avec du texte). Je ne pars pas du principe immédiat que la visée de l'ensemble des acteurs et de la mise en scène est de prétexter du réemploi afin de servir des logiques de profits, mais je prends soin de questionner, de dénaturer les éléments autour de moi. Je me dis également que je reviendrai un jour de semaine, peut-être plus calme. La foule me permet néanmoins de rester environ quarante minutes sans que ma présence me semble devenir suspecte. Je finis par partir tranquillement lorsque je sens que cela devient inconfortable.

V - Conditions de prise de notes

J'avais finalement opté pour un mode de prise de notes oral lors de mes observations aux Galeries Lafayette. À l'époque le masque était encore en vigueur dans les lieux de commerce. Je me disais donc, qu'en enregistrant sur mon téléphone mes séances d'observation, je pourrais commenter sans trop de peine à travers le micro de mes écouteurs. Cela a très bien fonctionné, sans entraver de règles d'éthique puisque ce ne sont que mes paroles ainsi que les sons ambiants que je conserve sur mon téléphone.

J'ai trouvé cela extrêmement intéressant de pouvoir réécouter les séances d'observation en ayant accès à tous les sons environnant, cela permet de se remettre immédiatement dans la situation mais aussi de déceler des choses qui ne m'étaient pas apparues lors de l'enregistrement.

Par exemple, sur un des enregistrements des G L, nous entendons des voix qui s'expriment dans une autre langue que le français, et cela à plusieurs reprises. Cela atteste d'une clientèle étrangère au sein de l'espace (re)store.

Ce système de prise de notes avait également ses limites, car cela exigerait d'arriver sur le terrain avec les thématiques de ma grille d'observation en tête et de passer par la rétention de certaines informations pour les écrire dans mon carnet plus tard.

Pour le LEØ, la situation de prise de notes nécessitait moins de bricolage. Les enquêtés étaient déjà sensibilisés aux pratiques ethnographiques grâce à l'enquête réalisée par Igor Babou.

Je sortais donc mon carnet lorsque j'arrivais sur le lieu et prenais des notes de manière discontinue, jamais en imposant la présence de mon carnet lors d'une discussion dans laquelle je n'étais pas incluse.

Souvent, je me promenais seule dans le lieu afin de noter mes impressions. Autrement, lorsque nous nous asseyons tous autour du poêle de pièce principale, je prenais systématiquement des notes et dans ce cadre-là, c'était davantage accepté. Peut-être était-ce le dispositif en cercle, d'être tous réunis dans un moment d'écoute commune ? Je n'ai jamais senti de rejet ou de méfiance quant à ma position d'observatrice. J'essayais néanmoins d'être la moins brusque possible, mais personne n'est jamais venu me voir me demandant ce que j'écrivais dans mon carnet.

J'avais donc la chance de pouvoir prendre la plupart de mes notes *in situ*, ce qui accroît grandement la précision du souvenir. Mais, cela induisait aussi que les émotions qui m'habitaient lors de l'observation, restent. J'avais donc également décidé de reporter la prise de notes par moments. C'était un équilibre à trouver. J'ai ressenti de la fascination pour mon terrain au LEØ, je le notais dans la partie dédiée aux émotions, et j'attendais ainsi qu'elle redescende pour revenir sur une seconde prise de notes lorsque cette émotion était plus diffuse, presque évanouie, pour voir si des choses m'apparaissaient. Mais la fascination m'a permis d'avoir cette attention accrue (cette focale hyper précise) à ce qui m'était proposé. Ce n'était pas toujours ma position de chercheur qui prenait le dessus, mais je n'en étais pas dupe.

Si je fais le prorata de la part de ma participation et de la part de mon observation, j'ai tout de même largement plus observé. Cités par Bastien Soulé dans son article sur la participation observante, Patricia et Peter Adler proposaient en 1987 la posture de l'observation participante *périphérique*⁴⁰, un terme qui encapsule cette recherche d'être un pied dedans et un pied dehors qui m'a semblé juste pour détailler la posture d'observation mais également la posture émotionnelle que j'occupais. Grâce à la bienveillance de Julie, qui sentait parfois ma retenue à demander de faire ou de voir certaines choses, j'ai pu occuper ces deux espaces.

40. ADLER, Patricia, ADLER, Peter, (1987). *Membership roles in field research*. Newbury Park : Sage.

VI - Calendrier d'observation

Observation	LEØ	GALERIES LAFAYETTE
Jour 1	20 décembre vers 11 heures première approche – 15 minutes	22 décembre (flottant, évaluation de la situation d'observation)
Jour 2	12 janvier vers 14h (entretien avec Julie) - 4 heures.	6 janvier (observation de la mise en scène globale – décors, agencement, plan, matériaux, éléments de décors)
Jour 3	21 janvier (séance de tri avec Julie) - 6 heures	10 janvier (Observation avec récolte portants, encarts de marque, étiquettes...)
Jour 4	23 janvier – 10h du matin gratuiterie (verbatim/ entretiens flottants Julie, Amélie, gestes liés aux vêtements, manipulation) - Journée complète (7 heures)	16 janvier (Observation, dialogue avec deux employés, affinage de la circulation, attitude clients)
Jour 5	25 février (Discussion Julie, Amélie, Luciole sur le tri) - 4 heures	X
Visites complémentaires	3 à 4 visites complémentaires ont été effectuées sur des périodes plus courtes, sur la fin de l'enquête afin de compléter certains éléments manquants au vue de l'ajustement de ma grille d'observation et d'analyse. Les visites ont été réalisées entre décembre 2021 et février 2022.	

VII - L'observation directe comme méthode principale

J'en suis rapidement venue au fait que c'était uniquement en passant par l'observation des pratiques situées que j'allais pouvoir approcher de manière intéressante la granularité d'une pratique multiple dans ce lieu.

Pour la constitution du corpus, je me suis premièrement attelée à regarder tous les signes de réemploi (pratique, discours, objets) présent au LEO et aux G L. Cette approche me permet de ranger la matière corpus selon ces thématiques qui s'entrecroisent sur les terrains :

- Pratiques observables – récupération, tri, transformation – démantèlement, pratiques d'artisanats, pratiques militantes (outils : photographie, entretien flottant).

- Discours sur la pratique (outils : photographie, entretien flottant).
- Discours sur le lieu : où est-il, dans quel contexte il existe ? De quoi est-il composé ? (Outils : photographie, entretien flottant).
- Signes de positionnement politique, écologique, social (outils : photographie, entretien flottant).
- Acteurs impliqués, publics et type d'implication / de relations qu'ils ont, penser en écosystème, car un tissage très riche qui induit un collectif et des réseaux qui sont le gage de l'existence de ces pratiques et discours. (Outils : observation, entretien flottant)
- Interactions vêtements / personnes (Outils : observation, photographie)

Pour les observations aux Galeries Lafayette, j'avais estimé en fonction de la première, qu'elles seraient d'environ une heure par séance. J'avais donc à chaque fois des points spécifiques sur lesquels j'arrêtais mon attention, tout en me laissant surprendre par une découverte. Par exemple, la captation du discours sur les étiquettes est venue de l'essayage d'un vêtement que j'avais réalisé pour faire le tour de l'expérience de consommation. Je l'ai découverte en cabine et cela m'est donc apparu comme un objet riche de sens.

Puis, dans un mouvement d'aller-retour entre le terrain et mes notes, je voyais les thématiques qu'il me restait à explorer.

J'ai procédé de la même façon au LEØ, bien que les séances aient été plus longues : je pouvais peut-être moins anticiper ce que j'allais regarder car cela dépendait aussi beaucoup de la façon dont j'allais retrouver le terrain, les gens qui y seraient et ce que je ferais sur place, mais en revenant à ces thématiques, j'ai pu dégager rapidement les items de ma grille d'observation.

VIII - La photographie comme pratique de récolte

Le fait d'utiliser la photographie comme outil de récolte a fait en sorte que je me penche sur la réflexion de Jean Bazin qui assimile le geste d'observation à un geste d'interprétation, lorsque l'observateur·ice est immergé dans la situation : « face au terrain, l'ethnologue est avant tout *témoin*, mais davantage encore, il participe *en tant que* témoin à l'action. Car « je n'observe jamais que des *situations*. Observer une situation (à la différence d'observer une planète) c'est s'y trouver.»⁴¹ En effet, je ne peux pas prétendre qu'avec l'observation ou la photographie d'éléments de mes terrains, je ne faisais que les décrire. La photographie induit un geste interprétatif en ce qu'il construit une réalité. Le rôle de la production photographique était central, car c'était par ce matériau que je venais fixer un moment, une chose, qui me servaient par la suite de support lors de l'analyse. Je ne m'étais donné aucune directive esthétique, surtout pas. Plutôt, pour le LEØ, d'allier ce que je recevais par le discours à l'écrit, d'une part, et d'autre part les lieux, les pratiques, objets par la photographie. Lorsque je regardais les photos pour l'analyse, je voyais tout ce qu'il y avait autour et l'espace se prolongeait après elles. Cela est valable pour les photos de décors, de plans larges. Pour le reste, c'est une mise en exergue volontaire

41. BAZIN Jean, (1996) « Interpréter ou décrire : notes critiques sur la connaissance anthropologique », in Jacques Revel & Nathan Wachtel, eds, *Une école pour les sciences sociales. De la V section à l'Ehess*. Paris, Le Cerf-Éd. de l'Ehess: 401-420. P 409.

de certains éléments. En effet, les éléments présentant un discours textuel sont sortis de leur contexte et c'est par l'observation qu'il me revient de résorber cet acte de morcellement.

IX - Constitution du corpus

Les photos existent parce que je les ai prises.

Les discours des acteurs·ices existent parce que ma situation d'enquête les a provoqués.

Mon corpus est évidemment une mise en relation d'éléments et une fabrication artificielle issue d'une réalité d'enquête, d'une rencontre entre un lieu, des personnes et moi-même. Pour reprendre les mots de Joëlle Le Marec à propos de ce fantasme de la méthode pure et sans biais : « Il n'existe en réalité aucun fait social brut qui tirerait sa vérité du fait qu'il adienne sans avoir été mis en forme dans un processus de communication. »⁴² J'ai, avec ces paroles, fait le deuil immédiat de retranscrire une réalité. Ma formulation de questionnement initiale m'en gardait bien, parce qu'à se demander en quoi la pratique du réemploi mise en signe par les Galeries Lafayette et le LEØ renverraient-elles à des représentations qui sembleraient en opposition, nous en venons à questionner l'ensemble des éléments envisagés comme une construction (une situation de communication complexe, les acteur·ices relevés etc...)

Ce que j'observe à travers ce corpus ce sont les dispositifs de représentation de la pratique du réemploi observables à travers la mise en scène de l'espace ainsi que les discours des acteurs qui l'accompagnent.

Mon corpus se compose donc de :

- 76 photos prises in situ (33 au LEØ & 43 aux Galeries Lafayette)
- De multiples discussions orientées, donnant lieu à des verbatim exploitables (Amélie x2, Julie et Emmanuelle de Mazière). J'ai appliqué pour l'orientation de ces discussions les mêmes thématiques que mes premières thématiques d'observation, plus haut.
- 2h30 d'enregistrement - captation interactions & ambiance sonore
- Des notes d'observation, schémas et autres matières issus de l'observation.

X - Bornage temporel

- LEØ : autour d'un évènement de gratuité ouvert au public le 23 janvier 2022.
- Galeries Lafayette : période des fêtes ainsi qu'une variabilité de moments représentatifs d'une diversité de situations, sur un peu plus d'une semaine.

XI - La grille d'observation : le bricolage d'un outil sur mesure

La construction d'une grille d'observation et d'analyse sémiotique s'est faite à l'aide de ces cadres théoriques :

42. MAREC, Joëlle Le, (2002). « Situations de communication dans la pratique de recherche : du terrain aux composés ». *Études de communication*. 2002. No. 25, pp. 15-40. P 30

- Sémiologie des espaces marchands (P. Berthelot, E. Mouraditou).
- Muséologie (J. Le Marec, P. Berthelot)
- Sémiologie Peircienne (l'indice)

Ainsi qu'en construisant avec les terrains pour faire advenir de nouvelles catégories ou en supprimer certaines dans l'optique de ne pas supposer a priori de la nature d'un lieu ou de la qualification d'un objet, tout en me demandant si chaque catégorie allait servir mon propos afin de ne pas faire un inventaire protocolaire et sec.

La grille d'analyse représente la mue de la grille d'observation, une fois les catégories fixées. L'une des questions que je me suis posée lors de l'établissement de la grille était en quoi le fait de mettre en avant telle ou telle chose est constitutif d'une valeur positive ? Il était donc nécessaire de prendre les éléments en réseau avec leurs signes d'escorte (linguistique ou non).

La grille est la même pour les deux lieux car le but était d'interroger la mobilisation de mêmes signes, ou de signes différents pour signifier une chose. Comment est mise en signe la nature réemployée du vêtement dans un lieu ? Est-ce que cela se fait par la mise en valeur de ses traces d'usure par exemple ?

Je me suis appuyée également sur ces niveaux d'analyse interprétative construits par la chercheuse en SIC Patrizia Laudati, tout en m'en émancipant pour pouvoir construire cette grille sur mesure, composite et propre à mon objet.

- niveau 1 : mimesis (forme échelle matériaux, structure, style architectural)
- niveau 2 : semiosis (signe : identification des objets présents et leur signification symbolique au-delà de leur signification conventionnelle)
- niveau 3 : Praxis (identification du parcours de médiation et de l'agencement d'actions proposées affichage tracé, sol guidé..)
- niveau 4 : poésie (création inattendu).

En voici les entrées en abscisse de la grille, définissant quel support sert à la dénotation et la connotation, ainsi que les catégories en ordonnée. La grille et les analyses complètes sont visibles en annexe 1 et 2.⁴³

SIGNES OBSERVABLES	PHOTOS	OBSERVATIONS	DESCRIPTION / DÉNOTATION	ANALYSE / CONNOTATION + INTERPRÉTANT DU SIGNE
-----------------------	--------	--------------	-----------------------------	--

43. Annexe 1 et 2, pp 1-25.

<p>LE LIEU, UN ESPACE CONSTRUIT</p>	<p>ALENTOURS PLAN DES LIEUX SIGNALÉTIQUE CIRCULATION SÉPARATION / CLOISONNEMENT</p>
<p>LA MISE EN SCÈNE</p>	<p>OBJETS DE DÉCOR - PORTANTS - MOBILIER MATIÈRES DOMINANTES SONS / MUSIQUE / LUMIÈRE COHABITATION OBJETS – VÊTEMENTS RESSENTI / EFFET DE L'ENVIRONNEMENT</p>
<p>ÉLÉMENTS DISCURSIFS (EXERGUE)</p>	<p>PROPRE À CHAQUE TERRAIN - ÉLÉMENTS TEXTUELS</p>
<p>CIRCULATION DES VÊTEMENTS DANS L'ESPACE : SUIVI DU CHANGEMENT D'ÉTAT</p>	<p>DISPOSITION SYSTÈME(S) DE TRIAGE TRACE D'USURE SIGNE DE REMISE EN ÉTAT CIRCULATION DES VÊTEMENTS TRANSFORMATION PRATIQUES PÉRIPHÉRIQUES STOCKAGE</p>
<p>LA PRATIQUE DU LIEU (LIEN ENTRE PRATIQUE ET CORPS)</p>	<p>DISPOSITION DES CORPS DANS L'ESPACE RÔLES IDENTIFIABLES - SIGNES D'IDENTIFICATION TYPES D'INTERACTIONS ENTRE LES PERSONNE TYPES D'INTERACTION AVEC LES VÊTEMENTS PRINCIPES DE RÉGULATION D'ACCÈS AUX VÊTEMENTS</p>

PREMIÈRE PARTIE

Les nouvelles modalités de la consommation de vêtements

Il me paraissait essentiel de pouvoir revenir sur les processus, qui au cours des siècles, ont participé à transformer notre rapport au vêtement. La pratique du réemploi est imbriquée dans l'histoire de l'architecture et de la construction avant de l'être dans celle du vêtement et des pratiques de l'habillement. Celles-ci sont elles-mêmes imbriquées dans l'histoire de la consommation et du développement économique.

Je m'attacherai ici à regarder comment s'est construit cette pratique, et comment s'est faite son évolution avec la généralisation du système capitaliste dans lequel nous évoluons aujourd'hui. L'analyse communicationnelle me permettra d'approcher les processus qui ont fait se transformer cette pratique en tendance, en effet de mode, en solution à un problème public selon les acteurs qui s'en saisissent.

I - Du chiffon au déchet, une histoire de requalification du vêtement

A. Une pratique ancienne

Le vêtement est un objet qui véhicule des représentations. Il transporte en lui des « êtres culturels » que sont des récits historiques et personnels, des codes, une mémoire collective : « N'importe quel objet, même le plus ordinaire, enferme de l'ingéniosité, des choix, une culture.⁴⁴ » Au-delà de sa propre circulation, il constitue un support de fixation, un moyen de transport du sens et de notre rapport au monde, un sémiophore au sens « des objets visibles investis de significations. »⁴⁵

Le réemploi qui abonde aujourd'hui sous toutes ses formes et irrigue de nombreux champs de notre consommation (meubles, vêtements, immobilier, appareils électroniques, voitures...) a toujours été présent dans notre façon de communiquer et notamment au sein de la sphère familiale.

En effet, derrière cette question du réemploi se cache la filiation, la légation, le don chargé de l'histoire familiale qui traverse les générations en empilant les couches culturelles. Ainsi le vêtement transcende sa fonction symbolique d'individuation du sujet pour être érigé en témoin d'une histoire, appartenant à la sphère un peu sacrée des objets mémoriels. Au-delà de la charge symbolique qu'on lui prête et qui dépasse sa seule apparence, il peut aussi porter sur lui les signes de cette histoire comme autant de marqueur temporel d'une histoire collective (dans

44. DAGOGNET François, (1989), *Eloge de l'objet, pour une philosophie de la marchandise*, J. Vrin, Paris. P 12

45. Utilisé par Krzysztof Pomian pour qualifier les « objets de patrimoine », le terme « sémiophore » désigne « des objets visibles investis de significations ». Reprise par François Hartog, la notion de sémiophore « exprime un certain ordre du temps, où compte la dimension du passé [...], un passé dont le présent ne peut ou ne veut se détacher complètement ». KRZYSZTOF Pomian, (1999 : 215), *Sur l'histoire*, Paris, Gallimard. HARTOG François, (2003), *Régimes d'historicité. Présentisme et expériences du temps*, Paris, Éditions du Seuil, p 166.

sa forme, sa coupe, le logo de son étiquette) comme d'une histoire individuelle (trace d'usage particulière, plis marqués, raccommodage).

Lorsque nous les observons sous l'angle historique, les pratiques de réutilisation de vêtements étaient présentes indépendamment du fait d'un surplus de production ou d'un besoin écologique de réduction de la consommation comme on peut le constater aujourd'hui.

La fabrication artisanale de papier au XIII^{ème} siècle en France se faisait à partir des chiffons usagés faits de lin ou de coton qui, fondus ensemble dans de l'eau, étaient remodelés, lissés et collés pour former une feuille et ce jusqu'en 1850, avant l'industrialisation du procédé qui en changea la matière première pour la pâte à bois⁴⁶. Les autres morceaux de tissus abandonnés en déchet servent au siècle industriel à astiquer un certain nombre de machines et mécaniques en pleine essor. C'était une des formes les plus communes que pouvait prendre le réemploi des tissus usés qui s'apparente davantage à du recyclage car l'objet-vêtement est d'abord réduit à l'état de matière pour prendre un emploi différent de son usage initial à l'issue de son agglomération et de sa transformation. La docteure en histoire de l'art Astrid Castres, nous rappelle néanmoins que la traçabilité de ces pratiques après le XIII^{ème} siècle est moins évidente :

Cette brèche dans le discours sur les modes peut s'expliquer en partie par la dispersion des sources écrites qui permettent de connaître ces usages mais aussi par les limites des informations que l'on peut espérer trouver dans les archives, en particulier dans les inventaires après décès, généralement peu précis quand il s'agit de décrire la qualité d'un objet ou les techniques de rapiéçage.⁴⁷

Ce qui vient engendrer une utilisation des vêtements en chiffons, puis en matière à faire du papier trouve en partie la possibilité de son accélération dans un développement notamment technique et économique. À l'époque de la multiplication des routes de navigations vers le XIII^{ème} siècle, l'accroissement des échanges commerciaux entre les pays et les guerres ont permis la découverte de nouveaux tissus, pigments et procédés de fabrication qui ont fait entrer la possibilité d'un renouvellement des vêtements. Changer sa garde-robe ne tenait plus seulement à l'usure du vêtement, mais bien à la seule possibilité de pouvoir en changer, d'avoir le choix de le faire.

La possibilité de renouvellement d'un vêtement était directement liée à sa fabrication conjuguant plusieurs facteurs : la disponibilité des matières, des différents pigments, du savoir-faire pour le confectionner, de l'argent pour payer la manufacture et l'idée d'un modèle d'abord fait à la commande, sur mesure et de façon unique à l'exclusion des vêtements de travail. La norme concernant l'usage dans les classes moyennes ou pauvres, vu le prix de fabrication d'un vêtement à cette époque, était plutôt de l'user jusqu'à la corde, c'est pour cela que cette partie de l'histoire doit regorger de pratiques de réemploi liées à des précautions économiques individuelles.

Il est d'autant plus intéressant maintenant que le système d'approvisionnement en vêtement a radicalement changé pour devenir l'une des industries les plus polluantes en production de gaz

46. ESSENTIAM Céline, « Chronologie du papier en occident », publié le 4 décembre 2016. Article disponible en ligne sur [essential.fr](https://www.essential.fr) à cet URL : <https://www.essential.fr/chronologie-du-papier-en-occident/>. Dernière consultation le 31.03.2022.

47. CASTRES Astrid, Projet de recherche post doctoral LabEx CAP, *De la garde-robe au musée : La seconde vie des vêtements à l'époque moderne (fripe, rempli et ravaudage)*, 2019. Disponible à cet URL : http://labexcap.fr/wp-content/uploads/2018/11/Projet_Labex_CAP_Astrid_Castres-1.pdf.

à effet de serre. Elle émettrait environ 1,7 milliard de tonnes de gaz à effet de serre, soit jusqu'à 10% des émissions mondiale de CO₂ selon un récent article paru dans la revue scientifique *Nature*⁴⁸. Les vêtements ne sont plus les mêmes, ils durent moins longtemps et à ce long processus de fabrication d'un vêtement sur mesure s'est substitué une mode jetable.

Que le réemploi trouve un écho aujourd'hui et s'institutionnalise dans des formes imposées par des marques comme on le verra avec les Galeries Lafayette ne sonne pas comme une évidence si on en croit la façon frénétique qu'ont nos sociétés de produire du déchet textile. Cet élan s'incarne dans un mouvement parfois essentialiste, qui se polarise face à une autre frénésie, elle, d'accumulation et de gâchis.

Nos environnements débordent d'objets. Les rapports que nous entretenons avec eux méritent d'être questionnés au regard d'un accès à la consommation rendu plus facile par une production à bas coût et une invisibilisation des coûts écologiques et sociaux du transport des marchandises pour une partie du monde qui en bénéficie.

La question du rapport à l'objet accolée à celle du rangement est d'ailleurs devenu un marché lucratif d'abord aux Etats-Unis pour arriver ensuite en France. Des valeurs spirituelles se sont vues associer au fait de trier, ranger, jeter, garder ses objets. Valeurs qui se trouvent déjà investies dans nos objets, nos choses, nos fétiches en collection, en série, prothèses de nos identités :

Enlevez brutalement à quelqu'un ses vêtements, sa maison et tous les objets qu'elle contient et vous produirez probablement chez lui des troubles de l'identité. S'il décide de s'en séparer volontairement, c'est différent, car il a pris le temps de retirer progressivement ses investissements psychiques des objets qui l'entourent. L'être humain sait que son existence physique est inséparable de son environnement naturel. Il lui reste à prendre conscience que son existence psychique est inséparable de son environnement d'objets, autrement dit de son "technosystème"⁴⁹.

Si ce que Serge Tisseron nous dit à travers cela est que notre environnement est composé majoritairement de relations aux objets qui viennent soutenir notre système psychique. Le réemploi de ceux-ci présenterait également à mon sens un système de relation au monde, glissé dans un interstice de la consommation. Mais est-ce une lutte face à la consommation ? Est-ce un mouvement inévitable contre la destruction créatrice Schumpetérienne (croissance par la succession d'innovations rendant obsolète la précédente) ? Est-ce une tendance ?

C'est certainement une contradiction avec le gaspillage et la *consumation* comme système que décrivait Jean Baudrillard : « Dans cette perspective se profile une définition de la consommation comme *consumation*, c'est-à-dire comme gaspillage productif – perspective inverse de celle de l'économique, fondé sur la nécessité, l'accumulation et le calcul ou au contraire le superflu précède le nécessaire, où la dépense précède la valeur (sinon dans le temps) l'accumulation et l'appropriation. »⁵⁰

48. NIINIMÄKI, Kirsi, PETERS Greg, Dahlbo, Helena. *et al*, (2020), « The environmental price of fast fashion ». *Nature reviews Earth & Environment*, 189–200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>

49. TISSERON Serge, (1998), « De l'inconscient aux objets », In *Les cahiers de médiologie*, Vol 6, (N°2) p. 231-243.

50. BAUDRILLARD Jean, (1970), *La société de consommation*, p 77.

B. La construction du vêtement en objet-déchet

Je ne m'étendrai pas très longtemps sur les raisons qui ont contribué à faire du vêtement un objet jetable. L'accroissement des modes de production, la *fast fashion* – le renouvellement, le plus rapide possible des collections d'articles de la mode vestimentaire concernant le plus souvent des produits à prix peu élevés et qui ne sont pas destinés à être conservés d'une saison sur l'autre par l'acheteur⁵¹ – couplé à la publicité comme moyen de mise en avant de ces produits sont des facteurs bien connus aujourd'hui. Ce qui m'intéresse davantage de souligner ici, ce sont les activités parallèles qui dérivent de ce débordement. Mieux encore, comment cela nous aide-il à mettre en lumière un *pattern* que l'on retrouve dans la création et la circulation d'une tendance. C'est observer comment, d'une contrainte ou d'une adaptation forcée (devoir traiter des déchets accumulés et jetés par les uns), naît un système finalement valorisant pour ceux qui s'en emparent (la tendance du réemploi). Il finit par en destituer de toute valeur symbolique les premiers propriétaires. Ce mouvement peut être rapproché de l'expression d'appropriation culturelle, bien qu'il s'agisse ici plus d'une appropriation sociale.

Aux côtés du rapiéçage et du recyclage domestique, la vente de vêtements d'occasion et leur réparation étaient également l'affaire de professionnels : fripiers établis en boutique, marchands ambulants et revenderesses, [...]. À Paris, les premiers, regroupés en jurande, obtinrent leur premier statut au XIIIe siècle.⁵²

Pratiques anciennes donc, dont fait également partie la biffe (ou les chiffonniers) qui font référence à une même pratique. Tous travaillent autour du cycle de vie du vêtement. Baudelaire tire un portrait d'un chiffonnier dans un poème antérieur aux *Fleurs du mal* de 1848, *Le vin des chiffonniers*⁵³. On y saisit le statut social du chiffonnier, et son importance dans le paysage urbain d'un Paris surchargé d'ordures. Le biffin est un métier reconnu depuis 800 ans comme métier de France, et est assimilé au chiffonnier-ferrailleur, ou pucier. Ces travailleurs gèrent les rebuts de la ville de Paris exerçant un travail informel relié au gisement des poubelles. La biffe est une étoffe moyenâgeuse⁵⁴ de basse qualité qui date de la première révolution industrielle en France, ce terme désigne aussi l'activité de récupération gratuite et de revente d'objet. Les plombiers, par exemple encore aujourd'hui font de la biffe en récupérant des matières comme le laiton ou l'inox pour les revendre ensuite. Cette pratique fait naviguer les biffins dans un système très précaire mise en réseaux de revente, de bricolage, de petits sous. « La recherche des

51. Définition de la « fast fashion » par le glossaire emarketing en ligne : « Expression anglo-saxonne utilisée pour désigner le renouvellement, le plus rapide possible, des collections d'articles de la mode vestimentaire. Le fast fashion concerne le plus souvent des produits à prix peu élevés et qui ne sont pas destinés à être conservés d'une saison sur l'autre par l'acheteur. Le but est de traduire dans les meilleurs délais les tendances perçues de la mode à un instant t (ou mieux t-1), en proposant à la vente des produits représentatifs et accessibles, afin d'inciter au maximum au renouvellement de la garde-robe du client. Cela implique une réactivité maximale de la marque, une souplesse du processus de production (quick-response) et des flux logistiques tendus à l'extrême. » Disponible à cet URL : <https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Fast-fashion-241796.htm#>. Consulté le 18.03.2022

52. CASTRES, Astrid, (2019). *De la garde-robe au musée : La seconde vie des vêtements à l'époque moderne (friperie, remploi et ravaudage)* [en ligne]. LabEx CAP. Consulté à l'adresse: http://labexcap.fr/wp-content/uploads/2018/11/Projet_Labex_CAP_Astrid_Castres-1.pdf. P 3

53. BAUDELAIRE Charles, *Les Fleurs du mal (1868)*, Michel Lévy frères, 1868, Œuvres complètes, vol. I (p. 297-298).

54. Définition de la « biffe » CNRTL. Disponible à cet URL : <https://www.cnrtl.fr/definition/academie9/biffe//1>. Consulté le 18.03.2022.

objets est souvent déambulatoire. La biffe implique aussi le savoir-faire du tri sélectif ainsi qu'un savoir-être relationnel. Le biffin doit accepter les règles de la sociabilité des lieux de vente plus ou moins formalisés côtoyant les marchés traditionnels. Cette activité s'insère ainsi dans une écologie urbaine de l'économie du lien et de la réciprocité.»⁵⁵ C'est une activité qui ne peut faire l'économie d'une mise en lien.

Cette activité m'intéresse par la proximité que je lui ai trouvée avec les activités du LEØ et qui m'ont fait me poser la question des conditions d'existence de ce type d'activités de récupération gratuite en vue d'une redistribution à des personnes en situation de précarité dans le cas du LEØ d'objets considérés bien souvent comme des déchets.

La définition d'un déchet est d'ailleurs intéressante en ce qu'elle sous-tend une certaine subjectivité qui laisse toute latitude au propriétaire de réattribuer une diversité de statut aux objets, dont celui de déchet. Une des définitions appartenant au cadre législatif sortie du Code de l'environnement place au centre l'acte individuel ou collectif de se séparer d'une quantité de matière ou d'en avoir l'intention : « toute substance ou tout objet, ou plus généralement tout bien meuble, dont le détenteur se défait ou dont il a l'intention ou l'obligation de se défaire. »⁵⁶ Cette définition date de 1975. La qualification de l'objet en déchet ne dépend donc absolument pas de qualité intrinsèque à l'objet ou d'une dépréciation de ses fonctions ou de son apparence esthétique, mais de la considération extérieure de celui à qui il appartient.

Ces critères qui n'en sont pas ne permettent à aucune rationalité de faire son entrée lorsqu'il s'agit de se débarrasser d'un objet pour un autre par exemple. Sans m'avancer dans des mécanismes cognitifs, il me semble néanmoins que la non fixation de critères objectifs d'évaluation de l'objet en déchet (qui serait un principe d'autorité et qui pose la question du niveau d'interventionnisme de l'Etat) permet d'autant plus facilement à l'effet de tendance d'advenir.

L'objet mouvant qu'est le déchet a donc des définitions ponctuelles qui lui sont assignées au cours de l'histoire par certains acteurs mais sa valeur peut changer en fonction des approches. Le sociologue Baptiste Monsaingeon nous rappelle dans son livre *Homo Detritus*⁵⁷ que pour les biologistes, un déchet est un signe de vie. Un organisme qui ne produit plus de déchets est un organisme mort.

L'idée de l'abandon de la matière n'a pas toujours été une évidence, il nous rappelle aussi que la bascule s'est faite au XIX^e siècle dans le mouvement hygiéniste qui accompagne la création de décharges, de poubelles et toute l'organisation de récupération et de tri autour de ces déchets. Aujourd'hui, nous ne vivons plus avec nos déchets, leur existence est circonscrite dans l'espace public à des espaces opaques et fermés. Les déchets sont devenus un problème d'ordre public géré par la ville et avec cela certaines des pratiques autour de la revalorisation de la matière rebutée ont également été institutionnalisées.

55. RULLAC Stéphane, BAZIN Hugues, (2014) « Les biffins et leurs espaces marchands : seconde vie des objets et des hommes », *Informations sociales*, Vol 2 (n° 182), p. 69.

56. Article L541-1-1 du Code de l'environnement. Consultable en ligne, disponible à cet URL : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000023248311/2010-12-19. Consulté le 18.03.2022.

57. MONSAINGEON, Baptiste, (2017). *Homo detritus - Critique de la société du déchet*. Média Diffusion.

Dans son article *Réemploi : le travail de requalification des déchets en question*⁵⁸, l'anthropologue Delphine Corteel retrace l'apparition du mot « réemploi » dans la société. Elle le relève premièrement dans la directive européenne de novembre 2008 pour donner l'objectif d'inscrire la pratique du recyclage comme principe intégré à la société et ainsi : « se rapprocher d'une "société du recyclage" visant à éviter la production de déchets et à les réutiliser comme ressources ». On peut lire plus loin dans l'article que réemployer est défini de telle sorte que l'assimilation avec l'idée de valorisation est quasiment inévitable : « Dans l'article 4 du premier chapitre, les priorités sont ainsi listées : "prévention ; préparation en vue du réemploi, recyclage ; autre valorisation, notamment valorisation énergétique ; et élimination" ». Apparaît un autre statut pour l'objet, celui de la ressource. L'objet qui n'est plus marchandise peut être déchet ou ressource si nous restons dans le cadre des définitions légales. Nous imaginons que le voir comme une ressource d'un point de vue du problème public est plus valorisant que de ne pas parvenir à gérer un trop grand nombre de déchets, statut qui, je l'ai mentionné en introduction, équivaldrait à une mort symbolique. La ressource est un élan de vie dans le geste fatal qu'est le débarras, mais aussi une façon bien poétique de mettre un mot positif sur la surconsommation et les effets d'un capitalisme monstrueux.

II - Une pratique qui se tisse dans le lien social, l'artisanat et le collectif.

A. Une consommation alternative implique du collectif.

Nous l'avons vu avec les biffins, l'activité de récupération et de tri est une activité qui nécessite une mise en réseaux. Puisqu'il n'y a pas de production, cela demande de savoir identifier les acteurs ou les zones productrices de déchets, d'être prévenu lorsque certains lots sont abandonnés. Et, en fonction de l'importance des lots, d'être capable d'intervenir potentiellement à plusieurs personnes afin de s'en saisir, pour pouvoir les stocker, les trier, connaître leur valeur pour pouvoir les revendre.

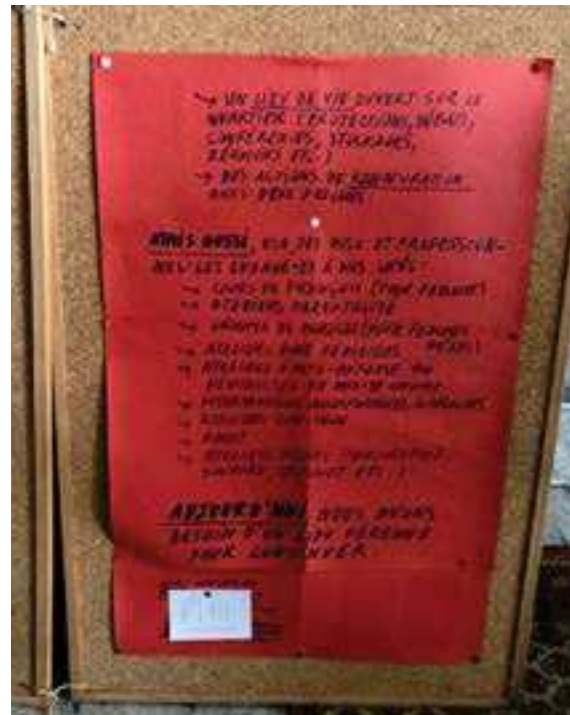
Au LEØ, des traits similaires se trouvent à cette pratique, notamment dans le besoin d'être en lien avec d'autres. Plus que cela, c'est une condition de la possibilité de faire.

Avant de dérouler ce point, je contextualise ce que fait le LEØ, suivant ce que j'ai pu observer lors de mon enquête, et ce qui est retracé dans les travaux du sociologue Igor Babou qui a passé trois ans à observer le Laboratoire Zéro Déchet lorsqu'il était à Noisy-Le-Sec, dans son précédent lieu d'occupation.

Les activités du LEØ sont détaillées sur le site de l'association mais également sur ce panneau de feuilles rouges qui est exposé lors d'événements, ou les jours d'accueil de public.

Il présente, et j'en ferai l'analyse dans une autre partie, de façon extrêmement précise et quantifiable, les actions menées dans le lieu par les habitants et bénévoles du squat.

58. CORTEEL, Delphine, (2016). « Réemploi : le travail de requalification des déchets en questions ». *Mouvements*. 1 septembre 2016. Vol. 87, no. 3, pp. 107-118. p. 108.



Ce qui nous intéresse ici est le fait qu'il soit possible de pister sous les intitulés, les activités qui sont le fruit d'une mise en lien avec des organismes associatifs ou commerciaux afin de collecter de la matière alimentaire, textile ou autre pour pouvoir advenir. Il se trouve que la cantine à prix libre, la gratuiterie, les dons de colis, l'activité de stockage et les ateliers de réparations sont des activités qui existent conjointement aux flux de matières alimentaires, textiles ou des pièces détachées, vélos, petits électroménagers impliquant plusieurs typologies d'acteurs par leurs déchets, en somme.

Je l'ai vite perçu lorsque j'ai commencé à faire mes observations, il y a beaucoup de circulation dans le lieu. Des courts temps de pause organisés autour du passage d'un camion plein de restes alimentaires, des heures de collecte auprès des magasins alimentaires souvent tôt le matin, des rendez-vous fixés pour récupérer les colis. Le LEØ est traversé par cette activité humaine et sociale qui donne tout son sens à ce qui se passe dans ce lieu. C'était particulièrement visible. Les corps s'engagent, il faut décharger, trier, ranger, distribuer. Lorsque c'est de l'alimentaire, il faut le faire vite, pour ne pas gâcher ce qui a pu être récupéré. Même si Amélie le répète à juste titre : « *si on en perd parfois, ce n'est pas si grave, on sauve ce qu'on peut, il ne faut pas oublier que ça devait partir à la poubelle* »⁵⁹.

Plus largement, il me semble qu'une consommation alternative à la consommation majoritaire implique un besoin de mise en lien. Elle implique une mise en lien pour advenir, et une mise en lien pour la pratiquer.

Les habitants et bénévoles du LEØ ne peuvent pas tout faire advenir seuls. Le maillage avec les associations, les contacts avec les commerces qui peuvent donner, les assistantes sociales pour diriger les mères isolées vers le lieu, les nombreux ateliers, débats, projections existent par la mise en lien de personnes avec d'autres. À cette différence, si je me pose la question sur mon second terrain. Qu'est ce qui permet à l'activité de l'espace (re)store des G F d'avoir lieu ? Je peux

59. Annexe 15, p 45.

trouver un type de réponse similaire. Elle existe car des personnes travaillent ensemble pour la faire advenir. De l'équipe de direction, aux agents de sécurité et vendeur·euses sur place tous les jours.

Je vais donc chercher ce qui fait la différence : pourquoi l'ensemble de personnes mises en lien afin de faire advenir l'espace (re)store des G F ne me semble pas être liées de la même manière que les personnes qui font advenir les activités du LEØ ?

La différence principale que je note entre ces deux ensembles de personnes est que l'un est sous contrat avec une compensation financière donnée par une entreprise pour accomplir ces tâches, et l'autre non. La nature des activités et la relation qui lient les personnes à ces activités ne sont pas qualifiables de la même manière des deux côtés et donc le statut des personnes diffère. Nous avons d'un côté des employés, et de l'autre, différents statuts plus complexes à définir. Amélie appelle certaines personnes qui aident des bénévoles, mais cela semble dépendre relativement de leur implication dans les activités. Leur statut n'est pas vraiment fixe et cela n'est pas un enjeu sur place.

L'organisation de ces deux ensembles diffère dans leur ordre hiérarchique et dans l'homogénéité des statuts. J'aurais du mal, du côté du LEØ à établir des typologies regroupées sous des champs d'expertises particulières. Durant mes observations, les personnes présentes sur place et engagées dans les activités ne sont pas assignées à l'une d'entre elles. Elles peuvent en changer, passer du tri de vêtements à la confection des repas. Paul, un des habitants, lors d'un moment de pause après la répartition des légumes dans des cagettes pour des familles que le LEØ aide, a dit qu'il n'avait pas fait beaucoup de tri cette semaine et qu'il en ferait un peu. Amélie et Julie ont acquiescé en disant que changer de tâche, repose chacun. Le seul filtre qui est conservé pour l'accès à certaines tâches est la difficulté d'appréhension d'un système déjà mis en place. Pour le tri des vêtements pour bébés, Julie me l'a souvent répété :

les personnes qui viennent aider de temps en temps, elles ne font pas le tri enfants parce qu'entre les différentes tailles et les besoins des colis, c'est trop compliqué. Après on s'y perd, donc on préfère le faire avec des gens qu'on a déjà formés pour ça.⁶⁰

Quand certaines personnes présentent des qualités particulières, elles viennent enrichir les possibilités du LEØ, comme la mécanique avec Michel. Cela vient créer un nouvel espace de mise en lien.

Deuxième observation qui me fait noter la mise en lien comme critère d'existence de la consommation alternative : la circulation des savoirs pour l'autonomisation de l'individu.

Le fait de devoir réemployer les objets que l'on possède nécessite parfois de devoir les réparer. L'activité de réparation de vélos présente au LEØ en est un bon exemple.

En cela, la consommation alternative se passe difficilement dans la passivité. Jeter un objet à la poubelle est un acte relativement passif. Mais se déplacer pour le réparer, trouver un endroit, le faire soi-même en étant aidé des compétences de quelqu'un, c'est une démarche active dans

60. Annexe 11, p 38.

laquelle la transmission de savoirs est une pierre angulaire (il existe moins de ressourceries⁶¹ que de magasins qui vend du neuf dans la ville de Paris). C'est une constante que j'ai également pu observer lors de la « gratuiterie ». Là où il y a une transmission de choses matérielles ou du matériel en jeu, il y a une transmission d'un savoir-faire (réparer par exemple), ou d'un savoir-être (un discours sur la consommation, par exemple). Cette transmission est fertile, elle laisse à l'individu la possibilité de faire quelque chose avec son objet, de s'en saisir vraiment. L'anthropologue Tim Ingold soulevait d'ailleurs cette idée d'une attention sensible et d'une approche différente portée à son environnement dont le rapport à nos propres objets et leur apprentissage dans les termes énoncés plus haut fait à mon avis grandement partie : « Montrer quelque chose à quelqu'un, c'est amener cette chose à être vue ou expérimentée par cette personne – que ce soit par le toucher, l'odorat, le goût ou l'ouïe. C'est, pour ainsi dire, révéler un aspect ou un élément de l'environnement, de manière à ce qu'il puisse être appréhendé directement. Ainsi des vérités inhérentes au monde sont peu à peu divulguées aux novices. Dans ce processus, chaque génération contribue à la formation de la suivante par une éducation de l'attention. En les mettant dans des situations particulières, on apprend aux novices à sentir ceci, à goûter cela, ou à prêter attention aux autres choses. À travers cet affinement des capacités de perception, les significations immanentes à l'environnement – c'est-à-dire au contexte relationnel des perceptions du monde d'un individu – ne sont pas construites, mais plutôt découvertes. »⁶²

Si je regarde l'expérience de consommation aux G F lors de mes observations, les interactions sont minimales, sauf si elles sont motivées par moi. Néanmoins, j'entre tout de même en relation avec des discours, beaucoup de discours d'énonciateurs différents et non incarnés (sauf pour les vendeur·euses.). Je reste tout de même en majorité autonome dans ma consommation. Sur une observation de 30 minutes, j'ai été capable de déambuler dans l'espace marchand en regardant les vêtements sans que personnes ne me sollicite. L'organisation de l'espace et de la marchandise est faite de telle sorte que l'on est pas à solliciter l'aide de quelqu'un pour consommer. Pour exemple, il y a les panneaux qui indiquent les différents espaces, les étiquettes explicatives non systématiques sur les portants, le marquage séparé des espaces pour signifier que c'est une marque différente et souvent des encarts systématiques qui expliquent la démarche de la marque, et la disposition globale de la marchandise⁶³. Nous sommes dans ce qu'il y a de connu dans la consommation. Dans ce qu'elle est le moteur d'un acte individuel.

Tous les encarts qui n'existent d'ailleurs pas sur les autres espaces dans les G F sont présents, comme pour surreprésenter un code implicite qui ne pourrait pas être connu par tous, car il s'agit de vêtement de seconde main. J'y voyais une prétention éducative à un ensemble de produits qui diffèrent du reste de ce qui est proposé dans les Galeries Lafayette, mais également de quoi autonomiser (ou isoler) les publics dans leur consommation. Le passage de savoirs se

61. Définition de ressourceries selon la chambre de commerce et d'industrie : « Les ressourceries sont des lieux de collecte, de réemploi et de revente d'objets usagers ou d'occasion. Issues de l'économie sociale et solidaire, ces structures sont souvent des associations ou des entreprises d'insertion qui s'inscrivent dans une démarche de préservation des ressources et d'économie circulaire. » Disponible en ligne à cet URL : <https://www.cci.fr/actualites/ressourceries-et-recycleries>. Consulté le 19.03.2022.

62. INGOLD, Tim, (2018). *Marcher avec les dragons*. Seuil. Essai.

63. Annexe 1, p 3-4.

fait ici d'un dispositif textuel à une personne, dans un mouvement unilatéral et contrôlé de la part des marques.

Afin d'illustrer de cette posture, je reprends les mots de Pierre Berthelot : « En cherchant ainsi à nous transformer en captifs souvent inconscients de la logique d'expression identitaire des marques, ces médias d'un nouveau genre court- circuitent nos relations en les dérivant vers une relation exclusivement marquée et maîtrisée. »⁶⁴

Au-delà de l'observable du terrain, je vois également la visée de l'activité du LEØ qui est éminemment collective. S'il était question de satisfaire des plaisirs individuels en premier chef, le projet du lieu serait tout autre. Personne n'œuvre pour son intérêt propre, la majorité du déroulé de la journée se compose d'actes qui sont tournés vers l'aide à l'autre. En cela aussi, et peut être en regard d'une consommation qui se tournerait elle vers le plaisir individuel, le réemploi est éminemment collectif.

B. Un passage des savoirs

Une consommation alternative à celle qui est le plus souvent proposée dans les magasins de vêtements et qui voudrait inclure du réemploi se compose nécessairement d'une partie d'artisanat, ou de bricolage. Décider de ne pas acheter neuf, c'est aller au-devant de besoins de réparation, il est donc nécessaire de faire entrer des techniques manuelles pour pouvoir faire durer l'objet-vêtement.

J'ai pu constater en effectuant du tri avec Julie qu'elle avait développé un grand nombre de compétences au contact du vêtement dans une idée de le valoriser le plus possible. La pratique du démantèlement, par exemple, qui succède au premier tri effectué entre les vêtements jugés en bon état (pas de trous, pas de taches) et les autres, nécessite de connaître les matières des vêtements et de savoir ce qu'il est possible de faire avec. Différents sacs dans la zone de tri étaient là pour ordonner les fermetures éclairs, les boutons, le jean, le coton, le cuir et le synthétique, la laine.

Au LEØ, les techniques manuelles interviennent lorsque le vêtement est considéré hors d'usage. Le tissu va passer par un certain nombre d'étapes qui vont l'amener vers autre chose. Le seul but étant d'en faire quelque chose d'utile au sens qu'il garde une valeur fonctionnelle et pour quelques rares cas, esthétique.

Plusieurs techniques d'artisanat qui utilisent le tissage ont été développées au sein du squat.

Julie avec d'autres femmes détricotent des pulls et font des pelotes avec les tissus comme le synthétique et la laine. Les pelotes de laine servent à l'atelier de tricot organisé pour les femmes. Les pelotes de synthétique ont pendant un temps servi à faire des éponges lavables, mais au fur et à mesure de leur utilisation, les membres du LEØ et d'autres se sont rendu compte qu'elles séchaient mal et pourrissaient assez vite, selon ce que Julie me rapporte lors d'une de nos séances de tri. Il faudra donc leur trouver une autre utilisation. Chacun peut venir avec une proposition d'idée, les expériences se font en fonction de ce que chacun peut apporter, au fil des passages. Je me rends compte en discutant avec Julie que le LEØ subi des améliorations

64. BERTHELOT, P. « Les médias magasins : du prétexte à l'implication ». *Communication & langages*. 2005, pp 41-53. P 51.

fonctionnelles selon les personnes qui se trouvent là, ce moment, pour apporter leur compétence. Il ne s'agit pas de pouvoir commander certaines avancées, c'est en cela qu'il est tributaire de cette mise en lien pour le meilleur.

CRÉATION D'ÉPONGES LAVABLES À PARTIR DE PELOTES DE TISSU SYNTHÉTIQUE



D'autres formes d'art manuel découlent du démantèlement des tissus comme la fabrication de banderoles pour les associations militantes qui le souhaitent et qui peuvent profiter du lieu pour faire des ateliers de confection.



Lorsque je regarde ce qu'implique le réemploi des vêtements tel qu'il est proposé par les G L, ne m'est rendu possible uniquement l'accès qu'à des vêtements disposés sur des portants pour lesquels je dois payer un certain prix afin d'en avoir l'usage. La consommation contre un échange monétaire semble être la seule forme d'interaction possible avec l'objet. Je peux aussi l'essayer, le toucher, le manipuler, le regarder. Mais je ne peux pas l'altérer ou le transformer sur place. Il se présente dans une forme sur laquelle je n'ai pas de moyen d'action, avant de m'affranchir de cette régulation de l'échange par l'argent. Tout est en quelque sorte pris en charge pour moi dans ma consommation, l'objet se présente à moi dans une sorte de forme finie, comme marchandise dans cet espace.

C. Une déperdition des savoirs liée à l'industrialisation.

Si le réemploi n'est pas un réflexe majoritaire de l'usage que nous faisons de nos objets, c'est peut-être car nous en avons perdu la connaissance, ou que cela s'est cantonné dans des niches de savoir-faire particuliers.

Manuel Charpy, chercheur au CNRS-INHRA, spécialisé en histoire de la culture matérielle et visuelle rappelle dans une discussion avec le media en ligne [lundimatin](#), que l'opacité de nos

objets dans leur design mais également dans leur fonctionnement, nous rend très difficile l'accès à des modalités de réparation : « Il y a une opacité de la technique, c'est la magie du bouton presseur [...] Ils (les objets) sont devenus des boîtes noires, nous ne savons plus comment nos objets fonctionnent mais on peut les utiliser et c'est d'une certaine façon la définition de la magie »⁶⁵. Perdre la connaissance de nos objets mène à une forme de passivité dans la consommation. Nous laissons la connaissance technique de nos objets à leurs producteurs sans réellement savoir de quoi ils sont fait, comment ils fonctionnent, c'est similaire pour les vêtements. La complexité de la fabrication des matières synthétiques, mais aussi la volonté de la part des marques qui font fabriquer à grande échelle pour l'industrie de la mode rapide de ne pas exposer l'ensemble des informations nous éloignent aujourd'hui de la connaissance de ce que nous portons, tout comme la composition des teintures, la complexité de la chaîne de production et d'approvisionnement. Bien que de plus en plus visibles et mis en scène comme un argument de transparence, les conditions de productions et le choix des matières sont pourtant des critères déterminants dans ce qui va permettre un réemploi du vêtement après sa première mise sur le marché.

Cette conscience dans le choix des matières lors de la production d'un vêtement comme élément déterminant de sa durée de vie est une évidence criante. Moins la matière est naturelle (cuir, coton, lin chanvre, laine, soie, cachemire) et plus vite le vêtement se détériorera, notamment à travers les lavages. Plus elle est mélangée, moins elle est recyclable car il est encore très complexe de séparer les fibres lors de la destruction.

Si l'on couple un marché de la mode rapide saturé de matières de mauvaise qualité avec les effets de mode portés par la publicité qui pousse au renouvellement, nous obtenons des centres de tris qui débordent, des plateformes comme Vinted qui deviennent les poubelles de la mode rapide sans parvenir à inverser le mouvement du balancier comme l'explique l'enseignante-chercheuse Anissa Pomies dans un article du journal en ligne Reporterre :

Même si, au départ, on commence sur cette plateforme avec les meilleures intentions du monde, tout y est fait pour renouveler les transactions marchandes et pousser à la consommation. Il y a un côté très normatif : la plateforme vous prend par la main, vous explique exactement ce qu'il faut faire pour vendre bien et plus. Il y a un côté très ludique, c'est comme jouer à la marchande.⁶⁶

Ailleurs que sur Vinted, le réemploi trouve des formes commerciales initiées par les marques d'habillement. Le phénomène n'est plus si nouveau, mais la liste s'allonge et cela ne finit pas de m'étonner. Certains services sont moins aboutis que celui énoncé en introduction par la marque J M Weston, mais tous fonctionnent à peu près sur le même système de l'envoi des vêtements déjà portés dont les clients-es veulent se séparer, à la marque qui effectuera elle-même le travail de scénarisation du vêtement en vêtement marchandise (mise en scène, photo, fiche produit) et rétribuera en fonction de la qualité des vêtements envoyés avec un chèque cadeau à utiliser chez cette même marque. Ici quelques initiatives et leur date de lancement :

65. CHARPY Manuel, GUIEN Jeanne, BARTHOLEYNS Gil, [Interview] « l'étrange et folle aventure de nos objets quotidiens », sur le site du média en ligne lundimatin, publié le 3 janvier 2022, disponible à cet URL : <https://lundi.am/L-etrange-et-folle-aventure-de-nos-objets-quotidiens>. Consulté le 19.03.2022.

66. KOKABI REZA Alexandra, 2020. « S'habiller écolo ? Pas sur Vinted », *Reporterre.fr*. [en ligne]. 29 janvier 2020. [Consulté le 18.03.2022]. Disponible à l'adresse : <https://reporterre.net/S-habiller-ecolo-Pas-sur-Vinted>

- Aigle avec Second Souffle. (Novembre 2021)
- The Kooples avec Second Love. (Octobre 2021)
- Zalando avec Seconde Main. (Septembre 2020)
- Sandro avec Seconde Main. (Octobre 2021)
- Petit Bateau avec Changer Demain (novembre 2021)
- Balzac Paris avec Seconde Vie. (Septembre 2021)
- COS avec Resell. (Septembre 2020)
- Isabel Marant avec Isabel Marant Vintage (juin 2021)
- La Redoute avec « La Reboucle » (Janvier 2021).

Le commerce de seconde main à toujours eu court, en dehors des marchés principaux, de manière informelle, dans les vides greniers, brocantes, sur des groupes Facebook, bref. Une circulation à échelle individuelle. Emmaüs et d'autres magasins de revente de vêtements de seconde main avaient déjà pignon sur rue et cohabitaient avec ce petit commerce. Vinted, Vestiaire Collective qui est une plateforme de revente de vêtements et accessoires haut de gamme font partie des acteurs qui commercialisent cette pratique, non sans en transformer son approche.

Comme rappelé plus haut par exemple avec Vinted, nous ne sortons pas de la surconsommation malgré la nature réemployée du vêtement car le dispositif qui permet sa revente contient des incitations à la consommation au travers des notifications push, de la possibilité d'avoir un porte-monnaie dans l'application qui pousse à réinvestir l'argent par un autre achat à la suite d'une vente etc.

Finalement, la connaissance de nos vêtements et leur inscription dans le système complexe de la production et de la consommation n'avance pas plus et cela permet de continuer d'invisibiliser les vies après celle que l'on donne à nos vêtements. Tout comme l'amont de ce que nous possédons, l'aval nous est également très opaque. La mise à distance du déchet sous toutes ses formes éloigne de nous le sentiment des disfonctionnements du système capitaliste. Amélie disait justement lors d'une discussion que nous avons juste avant l'arrivée des gens à la gratuité du dimanche 16 janvier 2022 que « *les gens devraient vivre avec leurs déchets juste pendant un an, comme ça ils verraient comment ils jettent.* »⁶⁷

La question de l'institutionnalisation des formes de réemploi est à mon sens problématique pour cette raison. Elle invisibilise les facteurs problématiques dans la consommation de vêtements en capitalisant sur une croyance associant écologie et vêtements réemployés. Nous l'avons vu, sur la question du réemploi, nous pouvons constater une saturation du discours largement établie depuis un ou deux ans maintenant. Un des aspects de cette recherche est de pouvoir exposer certains mécanismes qui servent cette posture et cette saturation, par l'observation des représentations du réemploi à l'œuvre dans l'espace marchand des Galeries Lafayette.

67. Annexe 13, p 41.

III - S'emparer du déchet pour combattre le capitalisme : créer de la valeur contre la richesse économique.

A. Le réemploi comme pratique militante

Que des marques demandent à leurs consommateurs•ices de ramener leurs propres objets-déchets, avec une contrepartie financière qui souvent les poussent à consommer à nouveau du neuf, afin de pouvoir refaire une plus-value supplémentaire sur une marchandise qu'ils ont déjà vendue une fois, c'est une chose. L'argument écologique n'est jamais très loin. Mais s'en est une autre que cela soit parfaitement inclus dans la logique marchande. Le mouvement de récupération perpétuel de valeurs circulantes comme argument marketing est bien connu à présent, notamment sous le nom de « *greenwashing* »⁶⁸, lorsqu'il s'agit d'arguments écologiques mis en avant comme dans les cas présentés plus haut. Je n'y vois pourtant aucune trace de lutte pour une baisse de la production, ni d'élan pour la réduction de la consommation.

Je me pencherai donc pour l'instant du côté du LEØ et de ce que j'ai cru saisir comme étant une lutte, une lutte inégale et avec des armes faites de bric et de broc, mais vaillante, modeste et fière. S'il m'intéresse dans cette recherche de pouvoir saisir ce qui pourrait opposer certaines représentations du réemploi, il est nécessaire d'en saisir d'abord les contours.

J'ai eu une impression de familiarité en lisant l'article de Delphine Corteel, *Des déchets faire surgir une capacité d'agir*⁶⁹, dans la description en quelques traits qu'elle fait du lieu de son enquête à Berlin : « un lieu où les normes habituelles relatives au propre et au sale, à l'ordre et au désordre, au neuf et à l'usagé, à ce qui fait la valeur d'un objet sont renversées et subverties. Les déchets sont valorisés, les accidents de la vie des objets – usure, rayure, déchirure, manque – qui ailleurs seraient considérés comme des défauts et les condamneraient à l'abandon voire à la destruction, sont perçus comme autant de prises pour l'inspiration et la créativité ». La valeur de l'objet, son statut, revient au centre car je le crois, c'est un outil symbolique hautement politique.

Le LEØ s'inscrit dans une lutte par le statut du lieu. L'occupation temporaire et la bataille juridique pour prouver l'utilité sociale du lieu rend tout ce que fait le LEØ politique car engagé entre le remplissage quotidien des vides sociaux et économiques laissé par l'Etat. Je n'ai pas demandé, pendant mes observations, si un engagement militant politique était au cœur du projet du LEØ puisqu'Amélie m'a très vite parlé d'anticapitalisme, que le but est de sortir de la consommation.

68. Le *greenwashing* (ou « écoblanchiment » pour sa traduction française la plus usitée) est une stratégie de communication et de marketing adoptée par des entreprises ou autres organisations. Elle consiste à mettre en avant des arguments écologiques pour se forger auprès du public une image écoresponsable, alors que la réalité des faits ne correspond pas, ou insuffisamment, à la teneur explicite ou implicite des messages diffusés. Formé par l'association/contraction des mots anglais *green* (« vert ») et *whitewashing* (« blanchiment » dans tous les sens du terme) ou *brainwashing* (« lavage de cerveau »), le terme a été créé au début des années 1990 par des ONG soucieuses de dénoncer certaines pratiques des grands groupes industriels, puis popularisé au cours des années 2000 qui ont vu une expansion notable du procédé. Définition de *greenwashing* sur le site YouMatter.world disponible à cet URL : <https://youmatter.world/fr/definition/greenwashing-definition-cest-quoi-le-greenwashing/>. Publié le 3 octobre 2019. Consulté le 18.03.2022.

69. CORTEEL, Delphine, (2015). Des déchets faire surgir une capacité d'agir. Enquête dans une association berlinoise de récupération. *Ethnologie française*. 18 août 2015. Vol. 45, no. 3, pp. 511-522.

Mais il ne s'agit pas d'actes politisés dans la ligne d'un parti. Il s'agit d'avantage d'une politique du geste. Quelque chose de bien plus radical, qui s'énonce par le fait : « Dans les discussions, le discours anticapitaliste des membres du LEØ s'énonce en dehors de tout cadre partisan : leur positionnement écologiste est défendu comme une pratique ancrée dans le quotidien, et non dans des théories politiques, et c'est cet ancrage dans le quotidien qui est revendiqué comme profondément « politique » et opposé à la politique politicienne – y compris l'écologie politique qui ne sert pas ici de référence. »⁷⁰ C'est ce qu'énonçait Igor Babou lors de sa première enquête et c'est ce que je retrouve dans le discours d'Amélie lorsqu'elle me parle d'anticapitalisme, et de sortir de la consommation.

En cela, le réemploi des vêtements reçus en don au LEØ, la gratuiterie, s'inscrivent dans ce cadre engagé. Engagé contre ce que produit un monde libéral qui dépossède en n'apprenant qu'à posséder. La gratuiterie met donc à disposition des vêtements, accessoires, chaussures, petits bijoux et de la vaisselle que des particuliers, principalement, sont venus déposer, parce qu'ils n'en voulaient plus. Ce sont leurs déchets, même si cela s'inscrit dans une pratique de don, nous reviendrons plus tard sur ce terme.

Se saisir de cette matière-là, pour en faire une alternative viable pour des personnes qui en ont besoin, de façon gratuite (ce terme là aussi, aura son moment), va à l'encontre du mouvement de consommation. Il se tisse dans la richesse de cet acte, la fertilité d'une lutte qui prend le déchet comme arme de poing.

Habiter les ruines d'un lieu qui avait pour activité une forme industrielle de production constitue également une position de résistance. C'est également un point de vue pratique, il est possible d'en faire des lieux d'activité par leur surface, souvent vaste.

B. Le tri comme espace de politisation

Si les activités du LEØ peuvent se trouver créatrices d'ouvertures pour faire advenir des espaces interstitiels de lutte permettant à d'autres réalités de consommation d'exister, c'est dans le tri au LEØ que l'on retrouve la plus forte condensation de cette prise d'acte.

Le tri est une des activités principales qui occupe les habitants du squat. Que ce soit pour la nourriture ou pour les vêtements, il est essentiel. Le tri a plusieurs fonctions d'ordre pratique : il permet de garder un suivi des stocks régulier, de comptabiliser ce qui rentre, d'optimiser le stockage, de prévoir les manques et les demandes. Amélie formule régulièrement sur le blog du LEØ, à la suite des billets qui relatent semaine après semaine l'activité du lieu, les besoins en vêtements ou produits pour bébé qu'elle pourrait avoir recensés.

Les dons se structurent en partie en fonction des besoins formulés par Amélie. Elle communique également la liste à ceux qu'elle sait être des donateurs réguliers. Les personnes qui sont en contact avec elle et qui prévoient de donner se renseignent aussi en amont. Mais, une grande partie des dons se font en dehors de la connaissance des besoins du squat.

70. BABOU, Igor, (2019). Vivre et créer dans les ruines du capitalisme : activisme, écologie et friches urbaines. *Fig. Revue indépendante de critique architecturale*. [en ligne]. mai 2019. No. 5. [Consulté le 21 mars 2022]. Disponible à l'adresse: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02138618>. P 26.

La structuration des arrivées de vêtements et des différentes façons dont ils ressortent est extrêmement complexe car les sources sont nombreuses et inégales en régularité.

J'ai expliqué, dans la sous-partie précédente, les activités qui sont pratiquées sur le vêtement lorsqu'il est en phase de tri. Mais il y a également une strate de critères en dehors du fonctionnel – le vêtement remplit-il toujours sa fonction ? – au-delà de l'esthétique-fonctionnel, c'est-à-dire, les trous et les tâches qui ne sont pas admis. C'est Julie qui m'en a parlé pour la première fois au cours de notre entretien du 12 janvier et j'ai eu à ce sujet plusieurs discussions par la suite avec Amélie. C'est une façon pour elles de poser leurs engagements, pris entre plusieurs considérations dont les échelles d'importance sont très dures à déterminer. Impossibles même. Il existe donc une strate idéologique que j'ai tentée de classer selon différents sujets que j'ai pu dégager. Il y aurait un premier tri idéologique opéré et qui concerne d'abord un aspect : le marchand.

Dans cet axe réside des critères de tri. Par exemple, le fait d'enlever les vêtements logotypés avec des noms de marque, ou encore, pour les jeux ou les livres pour enfants par exemple, de ne pas proposer des livres de certaines marques. Amélie me parlait spécifiquement des livres de la marque McDonald, qu'elle avait l'air d'avoir croisés assez souvent dans les dons.

Un second aspect concerne l'assignation de genre : cela consiste dans le retrait d'un maximum des vêtements renvoyant à une sexualisation des petites filles.

Les décolletés sur les vêtements 6-12 ans, me donnera comme exemple Julie lors de notre session de tri. Amélie me confie que c'est un squat féministe qui les a aidés à trouver ce système de tri.

Cette position idéologique se retrouve également dans la disposition des vêtements au sein de la gratuiterie. J'observe, par exemple, qu'il n'y a pas de tri par taille ou par genre. Les pantalons avec les pantalons, les vestes avec les vestes. Les clous avec les clous, en somme, pour ramener le vêtement à sa fonction utilitaire sans esthétiser davantage ou inciter les publics à aller dans une zone plutôt qu'une autre, comme me le dira Amélie : « *le but, ce n'est pas qu'un homme par exemple se dise, ha ça c'est chez les femmes, je ne vais pas voir, par ce que déjà il y a plus de vêtements de femme, et en plus il peut trouver des trucs chouettes, qui sait.* »⁷¹ A quelle catégories de tri ce système a-t-il été emprunté ? C'est par exemple, la même classificaA quelle catégories de tri ce système a-t-il été emprunté ? C'est par exemple, la même classification que nous retrouvons dans les magasins de bricolage. Les catégories sont optimisées pour suivre une logique peut complexe et qui accompagne l'usage. Toutes les vis sont ensemble, peu importe leur taille, forme ou couleur.

Le troisième critère de tri concerne les valeurs liées au capitalisme. Julie, puis, Amélie après elle, me confie lors d'une discussion informelle autour du poêle, que des jeux comme le Monopoly sont mis de côté parce que les valeurs d'enrichissement personnel, d'accumulation de capital et de biens, la rivalité pour l'accumulation soutenus par le jeu de société ne correspondent pas à ce que le projet du LEØ porte comme valeurs. Les jeux à piles et les jeux de guerre sont également sortis des rangs.

71. Annexe 15, p 41.

En théorie donc, au-delà du premier critère de tri fonctionnel (trous, tâches, état global) ce sont les critères retenus pour essayer de rester aligné avec ce que le LEØ porte comme valeurs qui entrent en jeu. C'est un questionnement qui est toujours en cours car cela présente plusieurs problématiques auxquelles les habitants n'ont pas encore la réponse, ils se demandaient si ils étaient légitimes d'être ceux qui empêchent un accès matériel à certaines choses ?

Amélie me disait que pour les vêtements d'enfants c'est très compliqué car il est possible, pour un colis de petite fille, de mettre des tons neutres, mais que reste-il pour les garçons ? Parce qu'elle sait que si elle met du rose dans un colis pour garçons, les mamans à qui elle donne le colis ne s'en serviront pas et elle ne dispose pas d'assez de quantité de vêtements d'enfant pour permettre à ce critère d'être constant.

Le tri s'effectue à partir des normes existantes. La normativité de genre, les valeurs d'enrichissement sont des valeurs présentes dans le système capitaliste avec lesquelles le LEØ négocie sans cesse. L'intrication se passe également ici. Dans ce qui arrive au LEØ et qui en fait un acteur qui va retraduire à sa manière ce système de classification des êtres à travers les vêtements.

C. Le don, la gratuité : Relation de coexistence avec le capitalisme

Dans son essai *Gratuité, essai à transformer*⁷², Véronique Perriot piste cette notion à travers une enquête dans des zones de gratuité. Un morceau de témoignage, lorsqu'elle décide de lancer son espace de gratuiterie a fait écho à ce système de tri, qui dans un sens, s'inscrit encore en contre de la consommation dans sa mise en œuvre, comme appuyé sur elle, dos à dos :

Ce que je perçois d'emblée, c'est la liberté qu'elle autorise : liberté d'organisation, liberté pour chacun d'amener ce qu'il veut quand il le veut [...] on peut mélanger tous les dons par catégorie, ce qui facilite le choix, sans trier quoi est à qui, ou contrôler ou tracer quoi que ce soit : il n'y a pas de retour, pas de reprise, pas de comptabilité. Chacun prend sous sa propre responsabilité : si le grille-pain ne marche pas, il n'aura perdu qu'un peu d'espoir.⁷³

Le vêtement-objet, qui passe par le statut de déchet (puisque son propriétaire s'en sépare lors du don au LEØ), puis est revalorisé par le tri et la remise en circulation dans la gratuiterie pour atteindre ce statut en dehors de la marchandise et en dehors du déchet, à vocation à être donné de nouveau. J'ai trouvé intéressant cet acte qui existe à deux reprises et qui intervient à des moments différents de la vie de l'objet, en début et en fin de son passage au LEØ.

Mais surtout, il m'est apparu intéressant d'interroger cet acte qui agit sur le statut du vêtement lorsqu'il est confié au LEØ, tout comme lorsqu'il est proposé aux publics. Peut-être, peut-on dans ce cas, qualifier l'objet de don ? Que mettre derrière ce terme ?

Lors de notre entretien, Julie me confie que c'est d'ailleurs quelque chose d'assez complexe cette relation au don. Du côté de la réception des sacs par le LEØ, il y a l'enjeu de la liste de besoin, et celui des critères qui vont intervenir dans le tri. Les habitants du LEØ demandent à ce que les vêtements donnés soient propres et en bon état. C'est stipulé sur l'affiche à l'entrée du lieu qui donne les indications de la date de la prochaine gratuiterie⁷⁴.

72. PERRIOT Véronique, (2018), *Gratuité, essai à transformer*, Collectif L'ouvrage.

73. *Ibid*, p 17.

74. Annexe 2, rubrique signalétique, p 14.

Le squat rencontre des problèmes dans la gestion de la saturation des dons. Julie m'explique, dans notre entretien, qu'ils ont dû fermer la gratuiterie car les dons étaient trop nombreux. Iels les recueillent normalement deux fois par semaine. Julie me dit que c'est complexe d'être face à une personne en position de donner et de lui faire part de ces positionnements sur le capitalisme, le genre, la consommation, car l'action de don est en train de se produire.

Ici, il est intéressant d'essayer de reprendre la théorisation du don par l'anthropologue Marcel Mauss. Marcel Mauss avait énoncé ce triptyque dans la pratique du don : donner, recevoir rendre, duquel découle le contre-don, principe qui tient celui qui a reçu à rendre en prenant compte de la valeur symbolique de l'objet reçu et à donner.

Le LEØ est en position de recevoir, les particuliers sont dans la position de donneurs. De la place du donneur, il peut découler une attente d'être valorisé par son action de don. Le don génère un certain type de relation à l'autre qui engage en ce qu'il met en dette.

Marcel Mauss dans son *Essai sur le don*⁷⁵ paru en 1925 expliquait que ce qui peut faire la force de la mécanique subtile du contre-don est que l'objet donné serait chargé d'un « hau », l'esprit de la chose donnée dont parle le sage maori, qui ferait que l'objet garderait en lui une trace de son propriétaire d'origine. L'objet dans le don fait tout autant partie de la relation que les deux êtres qui sont engagés dans celui-ci. Il ne s'agit pas ici de figer une définition du don mais bien d'interroger à l'aune des fondements théoriques inévitables en anthropologie ce qui peut se jouer dans cette relation au réemploi dont le don fait partie au LEØ.

Cette idée du « hau » m'a parue résonner fortement avec le concept marketing du supplément d'âme des vêtements réemployés, dont la qualification qui se diffuse largement aujourd'hui serait plutôt « *pre-loved* », que je traduirais par « déjà aimés », comme un indice discursif peircien d'une vie passée du vêtement. La rhétorique émotionnelle autour du vêtement réemployé comme observée notamment aux Galeries Lafayette, m'est apparue comme la traduction marchande de cet esprit spirituel du « hau ».

Le LEØ est dans cette double position : une fois les dons récoltés et triés, c'est à ses habitants et bénévoles présents lors des gratuiteries d'être dans la position de celui qui donne, ou de celui qui rend. Le travail de tri et de transformation effectués sur les vêtements ainsi que la mise à disposition de l'espace, peuvent être vu comme la contrepartie du don initial.

D'autres actants entrent alors en relation autour du don, les premiers donneurs n'en sont pas réellement sortis car leurs traces résident encore sur les vêtements, mais de nouveaux actants sont là pour recevoir et s'inscrire dans la chaîne du don. Quelle est la redevance de ces derniers, qui arrivent au bout de la chaîne ? Comment se sentent-ils engagés dans ce système de don ? Je crois que cette question d'ordre anthropologique réside dans une vérité intérieure qu'il faut interroger pour l'appréhender. Ceci n'étant pas la direction de mon travail, je ne suis en mesure de clore cette chaîne qu'en allant explorer des hypothèses.

75. MAUSS, Marcel, (2007). *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. PUF. Quadrige Grands textes.

Néanmoins, Alain Caillé dans *Extension du domaine du don*⁷⁶, ouvrage qui relie l'essai de Marcel Mauss à l'aune d'autres concepts comme celui de *résonnance* d'Harmut Rosa⁷⁷ permet de penser le don en dehors de la vision utilitariste dominante du monde que cristallise l'économie, qui elle, voudrait répondre sans cesse au don: « à quoi ça me sert ? »⁷⁸ La vision du don proposé par Alain Caillé comme une façon d'être au monde et de voir les liens qui se tissent entre les êtres propose de voir comme objet véritable de tous dons une interdépendance fertile et nécessaire, que l'on pourrait opposer à l'individualité supposée d'une relation utilitariste aux choses et aux êtres. Cette mise en interaction est appelée par Alain Caillé énergie : « l'énergie du hau ou du mana. Ou bien celle du souffle vital, que les Chinois appellent le ki. »⁷⁹

Si le LEØ passe donc de manière changeante par différentes positions dans son rapport au don, il circule dans ces relations d'interdépendances de façon bien plus complexe qu'en étant en dette et en endettant. À une échelle macro-sociologique, il est possible de faire entrer d'autres actants dans la relation de don : les marques productrices de vêtements qui se retrouvent dans les sacs de don du LEØ, les publicitaires qui trouvent des moyens stratégiques d'incitation à la surconsommation, les designers de produits qui ne permettent pas la réparation de certains objets en en faisant de véritable boîtes noires. Le don est un rapport au monde dans lequel, même en partant du LEØ, la formation en système est largement visible.

La gratuité est intriquée dans le don, au LEØ. L'endroit de mon étude s'appelle bien « la gratuiterie ». J'ai tenté de regarder si ce mot était bien celui employé pour désigner des espaces similaires ailleurs. Amélie me confie, lors de la gratuiterie du 15 janvier, que c'est une pratique assez courante dans les squats, d'avoir un espace où les gens peuvent venir déposer et prendre des objets ou vêtements, et que ces espaces sont plus ou moins structurés ou manutentionnés. Mais elle m'introduit un autre terme, celui de « *free shop* », que je suis donc allée explorer et qui, semble-il, est plus couramment utilisés pour désigner ces espaces dans une sphère militante.

Lorsque j'inscris « gratuiterie » puis « *free shop* » dans le moteur de recherche Google scholar, je tombe automatiquement sur des recherches liées à l'économie solidaire, sur le PDF de la recherche d'Igor Babou au LEØ, et, sur des comptes-rendus de recherche-action portant sur les dynamiques sociales. Le sujet est éminemment lié à une politisation de la façon de consommer, rendre quelque chose gratuit devient un acte politique militant.

Je tombe également sur des articles liés à la permaculture et à la transition écologique. Je fais le même exercice dans la base de donnée académique Cairn. « *Free shop* », des résultats surtout liés au « *duty free* » et à l'arrivée de la détaxe des marchandises, donc non pertinent pour ma recherche.

76. CAILLÉ, Alain, (2019). *Extensions du domaine du don: Demander-donner-recevoir-rendre*. Arles: Actes Sud Littérature. Questions de société.

77. ROSA Harmut (2016), traduction française (2018) *Résonance. Une sociologie de la relation au monde*, Paris, La Découverte. Le philosophe dans cet ouvrage nous fait part de son concept de *résonnance* pour penser un rapport au monde décrit comme : « un rapport cognitif, affectif et corporel au monde dans lequel le sujet, d'une part, est touché [...] par un fragment de monde, et où, d'autre part, il "répond" au monde en agissant concrètement sur lui, éprouvant ainsi son efficacité » (p. 187)

78. CAILLÉ Alain, *op cit*. P67

79. *Ibid*, p 67.

Néanmoins, je piste le « *free shop* » sur des sites de squat que je trouve en inscrivant « squat » dans mon moteur de recherche Google et en identifiant sur les différents sites le détail des activités proposées. J'en trouve la trace dans un squat à Montpellier, le Radar qui en parle de cette manière : « Le FreeShop n'est pas un magasin de fringues. Le FreeShop vous permet d'amener les vêtements que vous n'utilisez plus. Mais il permet aussi à d'autres de se vêtir librement tant qu'ils en ont besoin. Ainsi, nous essayons de sortir collectivement du capitalisme nos besoins de s'habiller. En hiver comme en été, s'habiller ne doit pas dépendre de la paie des patrons ! »⁸⁰

Cette définition m'a intéressée dans son caractère militant anticapitalisme affirmé, avec une inclinaison marxiste de la défense des prolétaires face aux « patrons », qui récupèrent la valeur de la force de travail sans redistribuer équitablement les richesses qui découlent de la production par cette force de travail.

Je trouve sur le site d'intersquat, site d'informations sur la vie des lieux de squat en France sur la page du SAFE, le Squat Artistique, Féministe et Écologique qui décrit ses activités dans lesquels se trouve aussi un « *freeshop* ». ⁸¹ C'est un mot d'origine anglo-saxonne qui trouve plusieurs équivalences qui ne couvrent pas toutes les mêmes activités ou les mêmes origines idéologiques. Le « *free shop* » peut avoir des accointances avec le « magasin gratuit », la « zone de gratuité » ou encore la « *gratifiera* »- la version espagnole formée par le mot « *gratis* », et « *feria* »- terme espagnole que l'on peut traduire par fête.

Le « *free shop* » trouve ses origines dans les mouvements contestataires du capitalisme aux États-Unis dans les années 1960 avec notamment le mouvement des Diggers, un collectif anarchiste installé à San Francisco. Amélie me dit qu'elle a voulu franciser le mot pour éviter de s'inscrire dans un vocabulaire vernaculaire propre à une culture du squat qui, selon elle, pourrait tenir à distance un certain public. Elle me rappelle aussi qu'il y a autant de squats que de façon de faire et qu'une universalité de fonctionnement n'est pas extirpable du fonctionnement du LEØ : « *parfois certains squats ne sont pas dans une gestion de leur énergie du tout, ils ne gèrent pas le flux !* »⁸². Elle me dit que c'est Michel (l'autre fondateur du LEØ) qui a instauré le volet écologique, qu'elle est anticapitaliste.

Dans l'essai *Gratuité, essai à transformer*, Veronique Perriot file l'étymologie du mot « gratuit » qui désigne d'abord en 1350 l'exemption de payer. Voici la définition que l'on trouve dans le dictionnaire historique de la langue française d'Alain Ray au mot gratuité : « est un dérivé savant du latin *gratuitus* ou un emprunt au latin médiéval *gratuitas* "faveur" (1273). Le mot a signifié vers 1350 "exemption de payer" ; il désigne ensuite l'action d'accorder quelque chose par faveur (1460). Par extension, gratuité signifie "caractère désintéressé (d'une action)" (1541). À partir du XIXs., il s'applique au caractère de ce qui s'obtient sans payer (1866 ; la gratuité de l'enseignement), au caractère de ce qui est non motivé (1884). » Ce qui est gratuit est en fait accordé par faveur, c'est donc « une exception doublé d'un privilège ». ⁸³ Cela remet au centre la question

80. Site du squat Radar situé à Montpellier, description du « Freeshop » disponible à cet URL : <https://radar.squat.net/en/node/385613>. Consulté le 21.02.2022

81. Site internet Intersquat, page du SAFE : « parce qu'on a installé un **free shop** où vous pourrez vous servir et/ou déposer des vêtements, accessoires, etc. ». Disponible à cet URL : <http://paris.intersquat.org/les-lieux/safe/>. Consulté le 21.02.2022.

82. Annexe 15, p 42.

83. PERRIOT, Veronique, (2018), *Gratuité, essai à transformer*, Collectif Louvrage. P 26

du don. Est-ce que ce qui est un don est donc gratuit ? Si comme on l'a vu plus haut, le don est un système dont le coût ne disparaît jamais totalement alors la gratuité comme le glissement sémantique actuel qui lie le mot au désintéret n'existe pas plus que le don libre et gratuit.

Finalement je me demande qui paye, lorsque le LEØ ou les personnes qui donnent, donnent. Je ne peux m'empêcher de penser à un coût écologique qui est inscrit au cœur de cette économie de l'échange entre le LEØ, ses donateurs et preneurs. L'objet existe malgré tout, il est là, et en surnombre. Il prend tout l'espace et le temps des êtres qui travaillent pour lui.

La relation marchande est toujours là, présente en creux, par des références implicites. La gratuité veut en fait dire, plus proche de son étymologie latine gratis, « gracieusement, par complaisance ». On ne voit pas le coût immédiat, mais il y en a bien un. Que les vêtements soient disposés sur ces tables en cette froide journée de janvier, triés, rangés, que ce lieu soit à disposition pour cela, et plus loin derrière, que des dons aient eu lieu, donc que des personnes aient créées des déchets en se séparant d'une partie de leurs affaires. Le bien gratuit est en fait « pas débarrassé du coût mais seulement du prix »⁸⁴. Pour être gratuit l'objet devrait n'avoir aucun coût ni pour celui qui donne, ni pour celui qui reçoit.

Il y a des domaines que l'on pense comme des « derniers sanctuaires de la société de consommation »⁸⁵.

IV - Conclusion intermédiaire

Alors que le déchet est une conception qui vient avec l'avènement de la société de consommation, la représentation circulant de lui comme excédent négatif et embarrassant est toujours très présente (notamment pour le nucléaire, ou les déserts de vêtements dans certains pays d'Afrique). La saleté ou l'usure qui lui colle à la peau est implicite, mais, plus que cela, c'est sa dépréciation qui en fait une chose méprisable. Sa perte de valeur lui coûte bien plus cher qu'un trou ou qu'une tâche.

La production industrielle fabrique des rebuts de façon industrielle et le LEØ se retrouve en périphérie de ce système en produisant de la valeur sur un objet qui n'a plus de valeur symbolique dans le système de la consommation de masse qui prend pour repère le neuf. L'observation de la gratuité au LEØ, la pratique du don ou de la gratuité, reflets de la consommation, me permettent de valider ma première hypothèse : **La représentation du réemploi au LEØ semble subir l'influence de la pratique de la consommation comme référent culturel nécessaire à la circulation des vêtements donnés, dans une relation d'interdépendance entre discours marchands et discours militants.** Néanmoins, cette exploration m'a permis d'apporter du relief à cet axe de recherche en percevant également des espaces, comme le système de tri, qui permettent des percées politiques fortes, quotidiennes. Plutôt qu'une interdépendance, je dirais donc que la représentation de la pratique du réemploi au LEØ permet de rendre visible les interdépendances entre les acteurs militants sociaux et les acteurs économiques marchands orientés vers le profit.

84. *ibid*, p30.

85. BERTHELOT, Pierre, (2005). « Les médias magasins : du prétexte à l'implication ». *Communication & langages*. 2005, p45.

Je continue à me questionner sur la circulation du statut de l'objet, sa déchéance, sa reprise en fonction des acteurs qui s'en saisissent et les enjeux qui suivent cette circulation.

C'est une question inattendue qui émerge au fur et à mesure de mon avancée dans ce travail. J'aimerais pouvoir m'y pencher dans un futur travail de thèse car elle mérite à mon sens une approche précise de la façon dont les acteurs qualifient les objets, angle méthodologique peu approfondi dans ce travail.

DEUXIÈME PARTIE

L'opérativité symbolique du réemploi, une valeur remède.

Cette partie permet d'explorer le second axe de recherche interrogeant une mobilisation « prétexte » du réemploi dans l'espace marchand (re)store des Galeries Lafayette. Nous traverserons davantage ce terrain afin d'observer s'il y a une remédiation du statut de l'objet comme marchandise issue de l'industrialisation, afin de produire un statut intermédiaire, entre objet délaissé et marchandise réemployée, qui soit plus désirable pour un certain public. Nous interrogerons également de quelle façon est mobilisé le réemploi dans la consommation telle qu'elle est proposée par les Galeries Lafayette à travers le jeu d'invisibilisation ou de re-présentation du travail qui entoure la mise en circulation du vêtement.

Pour cela, le travail d'enquête des pratiques encadrant le réemploi au LEØ donnera des arguments contrastants, pour faire ressortir certains indices et leur différence de mobilisation aux Galeries Lafayette.

Cette partie est également un espace d'interrogation de l'axe de recherche qui fait la supposition d'une utilisation « prétexte » du réemploi par les Galeries Lafayette.

I - Le couple écologie - consommation : relation de « prétexte »

A. Les Galeries Lafayette prescriptrices de bons comportements

Les Galeries Lafayette sont un des grands magasins parisiens historiques puisqu'ouvert en 1895, juste après le premier du genre, le Bon Marché en 1852 qui inspirera le roman d'Emile Zola, *Au bonheur des dames*, publié en 1883. Avec les Grands Magasins naît la flânerie dans des espaces de vente, une activité de divertissement liée à la consommation. D'autres facteurs viennent supporter l'élargissement de l'accès à ces grands magasins à une large part de la population Parisienne, comme le développement du crédit au-delà de l'ardoise chez le commerçant de quartier, et du paiement échelonné comme l'explique la maîtresse de conférence et historienne Anaïs Albert dans son ouvrage *La vie à crédit*⁸⁶ qui retrace l'histoire de la consommation des classes populaires parisiennes entre le XIXe et le XXe siècle.

La déambulation entre les étals et vitrines fait l'objet d'une réflexion autour de leur agencement pour lesquels la circulation est un aspect de la scénographie marchande qui couvre en réalité un plus large ensemble d'éléments. C'est également la période de l'avènement du rayonnage, grâce à de vastes surfaces de vente qui offrent la possibilité de présenter une grande diversité de catégories d'objets et de denrées alimentaires.

C'est à cet égard que l'intérêt de la muséologie pour l'approche de la disposition d'un lieu marchand est intéressant car comme le rappelle Pierre Berthelot : « [...] ces deux dispositifs spatiaux partagent une même technologie : l'exposition d'objets. Or, si le magasin a jusque-là été peu étudié en tant que média, la muséologie s'est en revanche penchée sur la singularité du

86. ALBERT Anaïs, *La vie à crédit, la consommation des classes populaires à Paris (années 1880-1920)*, coll. Histoire de la France aux XIXe et XXe siècles, Editions de la Sorbonne, 2021.

fonctionnement sémiotique et communicationnel du musée depuis déjà un certain temps. »⁸⁷ Pour pouvoir supposer de la nature prescriptrice d'une marque dans un lieu de vente, il faut pouvoir dire que ce lieu de vente a une prétention communicationnelle, ce qui ne va pas de soi : un point de vente est avant tout un espace de stockage et d'exposition de la marchandise étalée à la disposition d'hypothétiques clients. La mise en communication d'un lieu de vente résiderait donc dans l'intentionnalité de la part des acteurs, ainsi que dans la transformation de certains signes de cet espace pour tenter de former un tout cohérent, propice à la diffusion de cette intention :

Pour qu'un espace marchand se transforme en espace signifiant, on le comprend il faut donc faire subir à celui-ci un traitement particulier qui consistera pour l'essentiel à transformer le dispositif technique de monstration de l'offre en dispositif de réception d'un discours sur celle-ci adressé à ses potentiels consommateurs.⁸⁸

L'espace (re)store des Galeries Lafayette a été créé dans une logique marketing qui commence avec la création du label Go for Good dont la promesse est de fournir « une mode plus responsable »⁸⁹. Lancé en 2018, les objectifs du label décrits par la marque sont de « favoriser la création en faveur du bien commun. Go for Good répond à la quête croissante de sens et de transparence exigée par les clients et invite l'ensemble des parties prenantes à s'inscrire dans une logique vertueuse de progrès. »⁹⁰ On peut signaler ici plusieurs prétentions dans cette description, notamment celle de faire de la médiation de talents liés à la mode. Les G.L. se placeraient comme un curateur-mécène qui pourrait servir de tremplin-vitrine à de jeunes créateurs de mode rentrant dans les critères de sélection imposés par la marque. La mobilisation de la notion de « bien commun » rappelle la formation sémantique d'une « raison d'être » d'entreprise. Ces phrases lyriques énoncées pour définir l'objectif à très long terme de l'entreprise, censées guider toutes les décisions stratégiques. C'est la justification de l'existence d'une entreprise dans la société, le « why » comme il a été conceptualisé par le théoricien du management Simon Sinek⁹¹.

Quant à « la logique vertueuse de progrès », nous ne quittons bien évidemment ici pas les rangs de la rentabilité. Cela place cette proposition des Galeries Lafayette entre le mécène de jeunes créateurs de mode et l'entreprise à but lucratif tournée vers une écologie rentable. Une croissance verte.

Je vois dans ce discours au moins un triple public. Il peut s'adresser aux jeunes créateurs, aux publics consommateurs mais également aux investisseurs. Dans cette description la marque qui prend la position d'énonciateur « invite toutes les parties prenantes à s'inscrire dans [...] »⁹²

87. BERTHELOT, Pierre, (2009). « Du Bruit dans la Cuisine » : L'apport de la muséologie pour penser une scénographie marchande autour de la gastronomie. *Culture & Musées*. 2009. Vol. 13, no. 1, pp. 91-114. p 98.

88. *Ibid*, p 98.

89. Site internet dédié à l'initiative Go For Good des galeries Lafayette, disponible à cet URL : <https://goforgood.com/>. Consulté le 24.03.2022.

90. Engagements Go For Good, sur le site en ligne des Galeries Lafayette. Disponible à cet URL : <https://www.groupegalerieslafayette.fr/engagements>. Consulté le 24.03.2022.

91. SINEK, Simon, (2009). *Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*. Penguin

92. Site internet dédié à l'initiative Go For Good des galeries Lafayette, disponible à cet URL : <https://goforgood.com/>. Consulté le 24.03.2022.

une action dont elle serait l'incitatrice. L'heure n'est pas à la suggestion timide et laisse entendre un principe d'autorité stricte, ne serait-ce que sur la sélection des marques « création responsable » qui pourront faire partie du label.

Une mise en garde relative à toute interprétation de la réception de ce message sur le lieu de vente s'impose. Du point de vue des sciences de gestion, nous pouvons dire que la diversification de l'offre, qui va de pair avec la diversification des conduites d'achat et des aspirations variées qui se segmentent, influence l'adaptation des lieux de vente à ces aspirations écologiques grandissantes. Comme le rappelle Pierre Berthelot :

En effet, en revendiquant ou, en tout cas, en cherchant à démontrer la maîtrise possible des effets produits par la création d'une ambiance aboutie, ces chercheurs (en science de gestion) inscrivent leur démarche dans le cadre d'une conception instrumentale du point de vente⁹³.

Il est donc important de rappeler que la mise en avant d'une perception instrumentaliste de la communication par les sciences de gestion est une vision dangereuse de la communication. Nous nous attacherons ici à bien rester dans des analyses que les sciences de l'information et de la communication, la méthodologie choisie dans ce mémoire, la sémiologie et la muséologie nous permettent, sans avoir accès à la réception par des publics des représentations que nous observons.

Mais en quelle mesure est-il possible que ces intentions, présentes dans le discours de la marque, se retrouvent dans la mise en scène de l'espace (re)store ?

Cette question peut s'appréhender par l'observation de la qualification du lieu par lui-même. Pour cela, l'analyse sémiologique de la signalétique de l'espace de vente nous servira d'appui.

93. BERTHELOT, Pierre, (2009). « Du Bruit dans la Cuisine » : L'apport de la muséologie pour penser une scénographie marchande autour de la gastronomie. *Culture & Musées*. 2009. Vol. 13, no. 1, pp. 91-114. P 94

B. La rhétorique du « RE ».



La signalétique de l'espace (re)store se construit autour d'un principe linguistique : le préfixe « re ». L'ensemble du dispositif indiquant la position de ce plateau dans les Galeries Lafayette fait apparaître cette construction sémantique, qui, par des principes de graphie, est mise en exergue sur chaque panneau, doublé de crochets à l'intérieur du carré.

Il y a un jeu de forme avec les carrés, évoquant par exemple l'aspect ludique du Rubik cube, dont les faces ne sont pas fixes et peuvent être bougées, dans presque tous les sens, afin d'essayer de faire se correspondre les faces de couleurs entre elles. Le préfixe lui, ne change pas. Nous trouvons, « re-start », « re-model », « re-store », « re-think », « re-cycle », « re-fresh ».

La corrélation avec la stratégie de gestion des « trois R » est assez probante, d'autant plus qu'elle est présente, de façon détournée sur certains dispositifs de signalétique. La stratégie des « trois R » consiste à valoriser la fin de vie des déchets selon trois principes : Réduire la consommation de biens et d'énergie, Réutiliser ou Réemployer les produits en fin de vie par la réparation notamment, et enfin Recycler les matériaux pour en refaire de la matière première en passant par le tri.

De nombreuses variantes à cette stratégie existent, comme des additions avec les « quatre R » (réparer, ré-imaginer, recouvrir, repenser) et même les « cinq R » (refuser les produits à usage unique, réduire sa consommation, réutiliser ou réparer, recycler, rendre à la terre) développés par la blogueuse, Béa Johnson, inscrite dans le mouvement du zéro déchet. La stratégie des « trois R » fait d'ailleurs l'objet d'un projet de décret porté par le Ministère de la transition écologique : « le décret 3R », qui fixe, entre autre, des objectifs de réduction des emballages plastiques à usage unique et de soutien aux filières liées au réemploi : « La stratégie comporte également un plan d'action, conçu pour répondre aux principaux enjeux associés au déploiement des alternatives 3R permettant d'atteindre les objectifs : limiter les emballages inutiles et excessifs, accompagner la montée en puissance du réemploi, ou encore accélérer la recyclabilité des emballages mis sur le marché. »⁹⁴

Les acteurs qui sont à l'origine de la communication sur le lieu de vente des Galeries ont changé la formulation initiale pour proposer celle-ci : « renouvelez, revendez, recyclez. »

Nous pouvons voir ici la médiagénie⁹⁵ d'un discours sur le réemploi dans sa circulation entre les sphères économiques, politiques, marchandes, sociales et médiatiques.

À travers la mise en scène marchande d'un élément circulant dans les représentations autour des actions écologiques, la stratégie des Galeries Lafayette participe du concept de « représentation » de la marchandise développé par Eleni Mouratidou, « la marchandise n'était pas uniquement présentée mais aussi représentée et par conséquent dotée de qualités autres que celles qui lui étaient inhérentes, factuelles ». La marchandise profite d'une sorte d'aura déporté sur elle dans l'écho écologique de la mobilisation du champ sémantique du réemploi et de la stratégie des « trois R ».

94. « Stratégie 3R : réduire, réutiliser, recycler les emballages en plastique à usage unique », article publié sur le site du ministère de la transition écologique le 22 février 2022. Consulté à cet URL : <https://www.ecologie.gouv.fr/strategie-3r-emballages-en-plastique-usage-unique> le 28.03.2022.

95. MARION, Philippe, (1997). Narratologie médiatique et médiagénie des récits. *Recherches en communication*. 1997. Vol. 7, pp. 61-87.

Le triptyque « renouvez, revendez, recyclez » intègre complètement les logiques marchandes de consommation de la marchandise, à un principe écologique censé permettre la diminution de la consommation et la réduction des déchets liés à cette consommation.

Les trois verbes sont conjugués à la troisième personne du pluriel comme pour s'adresser à ceux qui les lisent, en l'occurrence les publics consommateurs.

Le premier mot mis en avant par les G.L. est bien « renouvez ». Nous sommes là à l'antithèse d'un principe de sobriété. Pierre Berthelot nous met en garde sur cette ambivalence qui désarçonne : « La difficulté est donc de ne pas confondre enjeu symbolique – le positionnement signifié par l'ambiance – et enjeu médiatique – le discours médiatisé par la scénographie du point de vente. »⁹⁶

Arrêtons-nous un instant sur ce préfixe « re ». La linguiste, Isabelle Weil, à travers sa recherche sémantique diachronique de la formation du « re », propose la thèse suivante : le préfixe « re » marquerait nécessairement l'implication du sujet dans l'action du verbe préfixé : « Tous les chercheurs se sont demandé si n'importe quel verbe était susceptible de recevoir ce genre d'affixe et tous ont constaté qu'il était bien difficile de répondre : je ne suis sûre que d'une seule chose, il doit être rare de préfixer ainsi un verbe dont le sens s'oppose à une quelconque implication du sujet dans le procès comme dans le cas de *mourir, périr, faillir*, s'opposant à *tuer*... On peut en revanche *renaître*. »⁹⁷. J'en tire que l'injonction perceptible dans le discours des dispositifs de l'espace (re)store à « renouvez » sa garde-robe pour « revendre » ensuite les vêtements dont on ne voudrait plus, où en faire don pour le recyclage s'inscrit pleinement dans l'action du sujet qu'induit le préfixe. Ce triptyque ne fait d'ailleurs référence qu'à la marchandise, en proposant une boucle non vertueuse à travers un élément rhétorique appartenant initialement au principe de l'écologie et de l'économie circulaire. L'économie circulaire prône un modèle économique de la consommation fondée sur le réemploi des objets déjà produits. La location par exemple, étant une des actions faisant partie de l'économie circulaire. N'oublions pas ce qui succède le « (re) », store, le magasin, en anglais, possiblement amalgamé avec le mot « restaurer ». Le store étant considéré comme une unité individuelle dans la construction sémiotique des panneaux, je me risquerai à faire le pari que l'ambivalence des deux termes est assumée.

Un autre aspect du pistage linguistique effectué par Isabelle Weil m'est apparu intéressant en ce qu'il convoque le vocabulaire ecclésiastique dans une dimension de « compensation » d'une action perçue comme négative :

« Par exemple, le sens de compenser se trouve dans le latin chrétien *redimere*: *emo* a pour signification “acheter” et *redimo*, “racheter une chose vendue” (au sens de mouvement en retour), mais en vocabulaire ecclésiastique (les images fondées sur les valeurs de l'argent y sont fréquentes), racheter un péché implique l'idée de le compenser et de le faire disparaître ; comme *redimere* n'a guère d'existence, on emploie *racheter* avec ce sens qui figure dans l'expression *le peuple des*

96. BERTHELOT Pierre. « Du Bruit dans la Cuisine : L'apport de la muséologie pour penser une scénographie marchande autour de la gastronomie ». In: Culture & Musées, n°13, 2009. Scènes et scénographies alimentaires (Sous la direction de Jean-Jacques Boutaud et Serge Chaumier), p 97

97. WEILL, Isabelle, 2009. « Re- dans tous ses états, un « préfixe » marquant l'aspect implicatif. » *Linx. Revue des linguistes de l'université Paris X Nanterre*. 1 mai 2009. No. 60, p. 119-140. p120.

rachetés, expression (peu claire désormais) signifiant “ceux pour qui le péché (originel) a été compensé par un sacrifice conçu comme une sorte de rançon ” »⁹⁸.

La mise en regard de la dimension de compensation, avec l'enjeu pour les marques inscrites dans une logique de consommation de masse, de devoir se racheter une image face aux injonctions écologiques sociales est intéressante. Dans le même temps que le préfixe « re » implique le sujet consommateur et la marque dans la même action. Il invoque également l'ambition de réparer, ou limiter les dégâts causés par le secteur de la mode vestimentaire.

Les réponses sociales autour du besoin d'une consommation qui ait un coût moindre pour la planète ont donc des effets sur la façon dont est mis en scène l'espace marchand.

C. Mise en scène de la désindustrialisation

« La perte de qualité si évidente, à tous les niveaux du langage spectaculaire des objets qu'il loue et des conduites qu'il règle ne fait que traduire les caractères fondamentaux de la production réelle qui écarte la réalité : la forme-marchandise est de part en part l'égalité à soi-même, la catégorie du quantitatif. C'est le quantitatif qu'elle développe et elle en peut se développer qu'en lui. »⁹⁹

Pour reprendre ce que Guy Debord développe dans *La société du spectacle*, le capitalisme essaye de se débattre avec le sentiment de fausseté qu'il a créé par rapport à la marchandise, cherchant à ré-insuffler de la qualité dans ce volume qui est généré par lui. Ce principe de désindustrialisation du vêtement est un aspect très travaillé par les marques qui revendent des vêtements de seconde main. Les stratégies marketing sont les mêmes que pour les acteurs de la mode jetable, mais les vêtements ne sont pas toujours disposés comme des séries d'un même modèle rangé par taille, comme il est très courant de le voir dans des enseignes comme Zara, H&M, Pull&Bear, Mango, Uniqlo, Primark, &other Stories... L'achalandage change donc, mais le discours contenu dans le reste de la mise en scène qui entoure la marchandise, reste celui d'une consommation pour la consommation, c'est-à-dire la destruction totale de l'objet.

Pour ce qui est des Galeries Lafayette, la re-singularisation de la marchandise disposée sur les portants passe notamment par la segmentation des espaces en plusieurs espaces. Chacun d'entre eux est marqué par un ensemble de signes visibles marquant sa différence¹⁰⁰.

De plus, chaque stand propose des éléments décoratifs singuliers, marquant une identité propre. Des petits objets comme de la vaisselle, des cadres, ou encore des objets anciens comme des tourne-disque ou de vieux téléphones filaires sont souvent présents, disposés pour certains sur du mobilier de maison détourné en présentoir. D'autres stands rejoignent d'avantage les standards visuels du reste des Galeries Lafayette avec une disposition plus sérialisée de la marchandise¹⁰¹.

Néanmoins, ne nous y trompons pas. Malgré la recreation d'ambiance simulant une intimité par l'irruption de mobilier de salon, ou d'objets anciens venant appuyer l'aspect « seconde main

98. *Ibid.* p124.

99. DEBORD Guy, (1992), *La société du spectacle*, Folio, p36.

100. Annexe 1. Rubrique Mise en scène, p 3-5.

101. Annexe 1, Rubrique séparation et cloisement, p 3.

» des vêtements, il y a d'autres éléments permettant aux publics consommateurs de ne pas perdre leurs repères dans ce moment de consommation.

Ces éléments font partie d'une cohérence apparente dans l'organisation globale de l'espace. Les coins de marques sont de taille égale, tous présentent un comptoir avec un•e vendeur•euse, signe probant d'un espace de vente, les vêtements sont, pour la plupart, suspendus et une cabine d'essayage est disponible sur chaque stand.

La cohérence passe également par la présence d'un sol en parquet pour chaque espace de marques, tandis que les espaces de circulation se font sur un carrelage blanc. Ils appartiennent donc bien à la même unité.

Autre élément : des cloisons de bois abritent les identités graphiques des marques présentes, leur donnant un même support d'expression de leur ethos.

Nous sommes ici dans un modèle d'hybridation qui rappelle ce que Pierre Berthelot appelait le média-magasin. Les Galeries Lafayette servent de régie publicitaire à d'autres marques (triées sur le volet) "l'enseigne *hôte* qui monnaie la location de ses emplacements"¹⁰² dont l'activité de réemploi va agir comme principe de dissimulation de la visée consumériste du grand magasin et d'occasion pour les Galeries Lafayette de saisir par « effet d'aubaine » une valorisation positive liée à l'écologie.

II - Le réemploi comme remède à la consommation

A. Consommer du passé au présent

Les vêtements présentés dans l'espace (re)store ne sortent pas de l'usine. Plusieurs types de réemploi cohabitent sur ce plateau. Il y a du réemploi associé à ce que les G L appellent les marques de « seconde main » et la « création responsable »¹⁰³. La « seconde main » couvre toutes les marques qui proposent des vêtements déjà portés qu'elles sélectionnent, disposent, assemblent, organisent en collection. Cela repose sur de la curation sans avoir besoin de fabrication, ni de production. Dans ces marques-ci se trouvent des marques considérées comme des « friperies » (elles disposent d'ailleurs de magasins dans Paris) telles que Crush On, et Culture Vintage. D'autres sont assimilées à des dépôts-vente de luxe comme Monogram et Personal Seller et proposent notamment des sacs à main de marques de luxe comme Gucci, Louis Vuitton ou encore Chanel.

La « création responsable » quant à elle, désigne des marques qui produisent des vêtements selon des critères jugés comme responsables par le label Go for Good des Galeries Lafayette. Cependant, les marques présentes ne sont pas obligées de cumuler tous les critères, elles

102. BERTHELOT, Pierre. (2005), « Les médias magasins : du prétexte à l'implication ». In: Communication et langages, n°146, 4ème trimestre 2005. Tout peut-il être média ? P 44.

103. Annexe 1. Rubrique élément discursif, n°1, p 5.

peuvent seulement en valider un seul pour être distribuées aux G L¹⁰⁴. Cela peut être le choix des matières, le choix de la filière d'exploitation du coton ou des teintures, l'endroit de la production. On y trouve par exemple la marque Resap qui produit des collections avec des chutes de jeans récupérées auprès de grandes entreprises comme Levi Strauss & Co.

Les espaces qui proposent de la marchandise sur le principe de la « création responsable » ont d'ailleurs moins d'éléments décoratifs dans leurs espaces, ce qui les rapprochent davantage de l'identité des Galeries Lafayette et permet une mise en avant du produit sur un principe de sobriété du décor.

Aucun des produits n'est neuf et ils s'inscrivent tous dans une forme de réemploi, avec plus ou moins de modifications sur la matière première avant la mise en circulation.

L'industrie de la mode s'est toujours servie des précédentes créations ou mouvements culturels pour nourrir son inspiration. Il est courant de trouver dans les collections de créateurs de haute couture, des esthétiques nostalgiques de moments forts de la mode réinterprétées. Cette position marketing semble exiger du consommateur un certain bagage culturel et financier pour s'assurer de l'investissement qu'il peut faire. Cette consommation *vintage* auprès des marques telles que Personal Seller ou Monogram ne répond donc pas à l'attrait d'un prix avantageux par rapport aux vêtements neufs. C'est également le cas pour la clientèle des Galeries Lafayette de façon plus large, qui, à défaut d'avoir un bagage culturel pour l'achat de seconde main, se retrouvera face à la barrière du prix, qui fera office de frein et d'exclusion d'une population très modeste.

Les portants des marques de friperie (Crush On, Culture Vintage, Relique, Entremain), lors de mon observation, étaient parcourus par un public jeune, adolescent, plutôt féminin, tandis que quelques mètres plus loin, les étagères de sacs de luxe ne rassemblaient que des touristes et des personnes moins jeunes. Ces publics ne se mélangent qu'à l'entrée du magasin. Ils n'ont pas accès aux mêmes offres, y compris sur l'espace (re)store.

Néanmoins, ce qui lie ces différents étals de vêtements de seconde main de type friperie est bien un imaginaire du passé, quelque chose qui a déjà circulé. Une des justifications de la résurgence de vouloir se vêtir d'archives, de consommer un vêtement déjà produit chargé culturellement, serait la volonté d'une mise à distance d'un présent trop anxiogène que l'on éloigne par le plongeon dans des formes et des matières qui rappellent un passé refuge, sur un air de « c'était mieux avant ». Cette vision dysmorphique de l'histoire n'est possible que par ce qu'Emmanuelle Fantin appelle un « filtre mémoriel d'idéalisation partagé »¹⁰⁵. En effet, ce qui fait la représentation des décennies passées dans le vêtement tendrait à évoquer en majorité les côtés positifs d'une époque. Cela se vérifie notamment par la forte présence

104. Site GoForGood, à la page : Les critères de sélection : « Le label interne Go for Good permet d'identifier des produits qui ont un impact moindre sur l'environnement, soutiennent la production locale ou contribuent au développement social. Une marque peut postuler au label interne Go for Good en ayant tout ou partie de son offre éligible à nos critères de sélection. Ces critères reposent sur une sélection rigoureuse de labels indépendants, de matières, de techniques ou de modes de fabrication dont les bénéficiaires en matière de développement durable reposent sur des éléments factuels et publics. » Disponible à cet URL : <https://goforgood.com/criteres-de-selection>. Consulté le 31.03.2022

105. FANTIN Emmanuelle, (2018), « La publicité nostalgique d'elle-même. Du discours à l'objet de la consommation », in Recherche en communication n°46, 2018. P 119.

de vêtements appartenant aux années 70 dans lesquels prédominent les symboles du mouvement hippie qui prédomine dans le style (pantalons évasés, port du foulard sur la tête, veste en daim *patchwork* ou encore l'utilisation massive de la technique du *Tie and dye*).



« Un retour vers le passé pour mieux consommer le présent », voilà ce qu'on peut lire sur l'encart descriptif de la marque Relique, présente sur l'espace (re)store. La marque prône la nostalgie d'une époque que ses créateurs (et ses consommateurs-ices) n'ont pas connue.

Il m'a paru intéressant ici de faire un parallèle avec le mouvement esthétique du *ruinporn*, voyeurisme de ruine, ou pornographie de ruines en français, objet d'une médiatisation croissante témoignant d'un intérêt nouveau pour les lieux abandonnés. L'expression *ruinporn* est née à Détroit aux Etats-Unis, où elle s'est répandue au début des années 2010 pour condamner un genre photographique consacré à la représentation de lieux abandonnés dans lequel est privilégiée la dimension esthétique.

Il semblerait qu'une vision romantique (en référence au mouvement littéraire et culturel du début du XIX^{ème} siècle pour l'Europe) s'empare de cette pratique. Elle infuse peut-être également dans la consommation de vêtements de seconde main, que le dispositif marchand cherche à (ré)enchanter. À la recherche d'un élan nostalgique, la période littéraire du début du siècle passé, a produit un certain nombre de récits sur le goût des ruines médiévales comme paysage métaphorique de la mort, du passé, de l'éphémère de la beauté et de la vie et de reflet intérieur d'un « moi » emporté par la mélancolie, comme l'explique Judith Lyon-Cean :

Antiques ou médiévales, classiques ou romantiques, les ruines sont des lieux, mais aussi des images, et des écrits, qui fabriquent et transmettent ces lieux. On peut aimer les ruines en images ou en poésie. Au milieu des ruines, on pense à la littérature – celle qu'elle a pu susciter ; méditations poétiques de Lamartine, odes de Victor Hugo, romans dits noirs ou gothiques, etc. ; celle que l'on pourrait à son tour produire. La ruine est un dispositif de visualisation du

passé où il entre de l'écrit, mais aussi, surtout, de l'image : les ruines, médiévales et romantiques tout aussi bien qu'antiques, forment d'abord une imagerie : dessins, tableaux, gravures, photographies, articulés à des écrits et à des lieux. L'image, indéfiniment reproduite, fixe le passé comme ruine, montre le temps qui passe arrêté en ruine.¹⁰⁶

Comme le mouvement romantique, la pratique de l'achat de seconde main pourrait se teinter d'une fascination pour les ruines en ce que les vêtements usés peuvent être les restes d'une histoire passée sociale ou individuelle ; tout comme ils peuvent apparaître à l'état de ruines.

Au-delà de l'aspect esthétique, s'emparer d'un objet conceptuel ou physique appartenant au passé, tels que les ruines ou les vêtements de seconde main, peut constituer un acte politique comme une contestation à la production capitaliste.

C'est plutôt à ce titre que le projet du LEØ squat un ancien local industriel, une façon de s'inscrire dans les ruines du capitalisme et de faire advenir quelque chose qui s'inscrive dans une opposition totale avec les origines du lieu. C'est déjà un acte de création qui donne des perspectives futures contre l'incertitude de cette époque. C'est d'ailleurs tout le propos du texte majeur d'Anna Lowenhaupt Tsing dans *Le champignon de la fin du monde*¹⁰⁷. Mathilde Vassor et Laura Verquerre, doctorantes au GRIPIC l'expliquent très bien dans leur article à propos de l'ouvrage : « Le travail d'Anna Tsing révèle donc l'intrication entre des mondes capitalistes et péricapitalistes qui fonctionnent ensemble »¹⁰⁸. Anna L. Tsing retrace dans son ouvrage la vie d'un champignon matsutake de « sa production dans les forêts d'Oregon aux États-Unis à sa consommation, très appréciée, au Japon. Ce champignon a la particularité de vivre dans les "ruines" du capitalisme : les forêts de pins rouges abîmées par l'activité humaine très appauvries en humus. »¹⁰⁹ La force du récit de l'autrice réside dans sa capacité de mettre en lumière les formes de vies précaires, qui sont imbriquées dans les activités liées au capitalisme. C'est à mon sens la position que le LEØ occupe.

Vision romantique, nostalgique ou position de lutte, s'habiller sur les ruines du capitalisme peut ne pas procéder de la même intention. Ici, nous regardons plutôt l'intentionnalité des acteurs, producteurs de représentation, faisant partie du corpus et non la façon dont les publics peuvent s'emparer de cet acte de consommation. L'accès à la construction du sens est donc incomplet, il ne fonctionne pas de manière unilatérale et se construirait plutôt quelque part dans cet espace entre la production d'une stratégie énonciative d'un acteur et sa lecture par des publics.

Pour ce qui est de la prise en compte du couple marque/publics, qui tous deux produisent du sens, s'emparent des représentations et les transforment, une thèse est nécessaire pour pouvoir développer ce travail et poursuivre cette recherche.

106. LYON-CAEN, Judith, (2018). Voir le passé dans les ruines romantiques : une histoire politique et littéraire. *Sociétés & Représentations*. 2018. Vol. 45, no. 1, pp. 233-260. P234

107. LOWENHAUPT TSING, Anna, (2017). Le champignon de la fin du monde. Sur la possibilité de vivre sur les ruines du capitalisme. *La Découverte*.

108. VASSOR, Mathilde et VERQUERE, Laura, (2020). Anna Lowenhaupt Tsing, *Le Champignon de la fin du monde : sur la possibilité de vivre dans les ruines du capitalisme*, Paris, La Découverte, 2017, 415 p. *Communication et langages*. 1 décembre 2020. Vol. 205, no. 3, pp. 171-173. P171

109. *ibid*, p 172

Néanmoins, nous pouvons affirmer, à la suite de ces analyses, que l'un est en lutte contre le capitalisme selon le discours d'Amélie, fondatrice du LEØ, alors que l'autre s'inscrit dans des logiques de spectacularisation émotionnelle de la marchandise afin de la renouveler.

B. Signes et dispositifs observés : former une opérativité symbolique du réemploi dans et contre la consommation.

Afin d'étayer ce second point, je vais m'appuyer davantage sur les signes observables présents dans l'analyse sémiologique de l'espace (re)store.

J'entends par « opérativité symbolique » la capacité d'un dispositif, d'un ensemble de signes structurés et investis d'une intention, à prétendre pouvoir agir sur les représentations sociales et les actions des individus à son contact. L'opérativité symbolique nous permet donc de penser l'espace (re)store comme un dispositif au sens foucauldien du terme, afin de regarder comment le sens est fabriqué et à travers quel signe il circule.

Jean Davallon, dans un article retraçant le travail de Louis Marin sur cette même quête de la formation du sens parle d'« efficacité symbolique »¹¹⁰ en utilisant sans réelle distinction les termes « opérativité » et « efficacité » : « Il y a en effet chez Louis Marin une interrogation continue sur la transformation des signes en force : cela commence avec ses travaux sur l'utopie (j'ai à l'esprit son texte sur Disney dans *Utopiques, jeux d'espaces*), sur le récit (*Le Récit est un piège*), puis dans *Le Portrait du roi*. La réunion sous forme d'ouvrage (*Politiques de la représentation*) d'un ensemble d'articles sur cette question montre à quel point nous avons encore là matière à réflexion pour une analyse de l'opérativité des médias et plus largement des objets culturels, c'est-à-dire pour une analyse de leur efficacité symbolique. » Jean Davallon énonce également que « l'opérativité symbolique » relèverait entre autre d'un usage social et politique des dispositifs que sont les objets culturels. C'est en cela que cette notion m'a intéressée car il me semble qu'elle permet de saisir ce qui, dans le dispositif de mise en scène de l'objet culturel du réemploi, façonne le mouvement dans la production du sens.

En cela, plusieurs ensembles de signes sont très parlants. Nous en verrons un, extrait des analyses en annexe¹¹¹ dans lesquels d'autres signes sont analysés.

Le premier ensemble se compose des éléments discursifs relevés dans l'espace (re)store, notamment les discours des marques dans les encarts placés aux murs, ainsi que ceux présents sur les étiquettes¹¹². La liste des signes relevés n'est pas exhaustive. Il était plus compliqué, lors de mon observation, de prendre des photos dans les espaces de marque tel que Monogram. En effet une attention plus soutenue est portée par les employés aux bien les plus chers dans ce type d'espace.

À partir de la matière sémantique contenue sur les étiquettes et les encarts de marque, j'ai procédé à un codage avec les catégories qui sont apparues à la lecture analytique croisée avec les signes observés dans la grille d'analyse :

110. DAVALLON, Jean, (2007). Louis Marin : limites de la sémiotique et opérativité symbolique. *Hermès, La Revue*. 2007. Vol. 48, no. 2, pp. 130-131. P 131.

111. Annexe 1, 2, 3, 4, 5 et 6, pp 1-31.

112. Annexe 1. Rubrique : éléments discursifs : 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10. P 6-9.

- Qualificatifs vêtement
- Pratiques associées
- Discours de marque
- Imaginaire convoqués – registres
- Méta données.

Ces catégories permettent de mettre en avant les principes de « l'opérativité symbolique ». L'objectif est de chercher les signes dans le langage qui peuvent permettre de comprendre les représentations véhiculées par ces dispositifs discursifs.

Un premier reclassement afin de faire ressortir les qualificatifs utilisés pour parler du vêtement a été très instructif.

QUALIFICATIFS VÊTEMENT	vintage années 70
	vintage des trésors oubliés.
	de très belles pièces de seconde main, pour leur qualité, leur beauté et leur prix.
	de seconde main Chaque pièce est unique
	Cet article de seconde main pour sa qualité Son aspect unique lui confère toute sa valeur et son identité.
	Cette pépite vintage est unique, comme toi ! pour sa qualité et son unicité.
	de seconde main

On retrouve dans les termes employés une majorité de « *vintage* » et de « seconde main », mais également de nombreux qualificatifs tels que « qualité », « beauté », « trésors oubliés », « pièce unique », ou encore « pépite ». De façon assez univoque, les marques cherchent dans leur discours, comme sur les étiquettes, à souligner l'aspect singulier du vêtement, ce qui le différencie d'un vêtement vendu en série. Néanmoins, le fait qu'il soit vendu comme un produit de seconde main ne l'empêche pas d'avoir été produit en série précédemment.

C'est probablement ce passé industriel que les qualificatifs tentent de masquer, notamment parce qu'un dispositif tourné autour de l'argumentaire écologique peut s'inscrire en contre d'une marchandise sérialisée. Paradoxe étonnant, quand, au bout de l'allée nous retrouvons cette même marchandise.

En croisant les données textuelles se trouvant dans la catégorie « imaginaires convoqués - registres », on peut trouver une récurrence à la mobilisation du champ sémantique du voyage, de l'exotisme des pièces comme argument valorisant.

Autre point saillant de cette analyse, et sûrement le plus important à mon sens, la récurrence du registre du soin qui se déploie sur le support de l'étiquette avec une anthropomorphisation forte du vêtement, au plus près du produit, lorsque l'attention de la personne qui le tient dans ses mains se concentre sur la découverte du prix.

Quelques exemples : « bichonnée », « sélectionnée avec amour », « quelques traces d'un amour passé peuvent néanmoins subsister. »

Malgré la variété des marque présentes, il semble assez évident de rassembler les données en peu de catégories, ce qui m'amène à trouver une représentation assez homogène du réemploi située entre les imaginaires de pièces choyées comme de petits êtres fragiles qui ont déjà eu une longue vie, unique et singulière, face aux clones que l'industrie de masse produit. C'est dans ces constructions d'imaginaires que vient se loger l'opérativité symbolique du réemploi dans la représentation proposée par les Galeries Lafayette.

C. L'efficacité symbolique : « Il ne peut pas y avoir de guérison sans désir de croire »

J'ai trouvé une autre définition de l'expression de « l'efficacité symbolique » de Claude Lévi-Strauss relu par Alain Caillé et Pierre Prades : « dans un texte célèbre de *L'Anthropologie structurale*, Claude Lévi-Strauss [1958] proposait une expression évocatrice, l'« efficacité symbolique », pour désigner un problème central, le problème central peut-être de la psychologie [...] comment expliquer que les mots, mais aussi les gestes, les postures, les incantations puissent soigner hors de tout contact physique ? Et, plus généralement, qu'est-ce qui fait qu'on y croit, qu'on y adhère et que "ça marche" ? »¹¹³

Cela me fait immédiatement me poser la même question quant à ce paradoxe entre le discours écologique et les logiques de consommation de masse. Qu'est ce qui fait que l'on croit tout de même conciliable la mode et la sauvegarde de la planète ? Qu'est ce qui fait que ce paradoxe puisse s'atténuer tout à coup face au produit ?

Claude Lévi-Strauss parlait de « l'efficacité symbolique » dans le contexte de l'analyse d'une longue incantation d'un shaman du Panama qui aidait lors des accouchements difficiles, uniquement par la parole : « le shaman fournit à sa malade un *langage* [souligné par Lévi-Strauss] dans lequel peuvent s'exprimer immédiatement des états informulés, et autrement informulables » (p. 218). »¹¹⁴

Ce qu'Alain Caillé et Pierre Prades notent et qui nous intéresse particulièrement est ce sur quoi repose le pouvoir de guérison. Une croyance, donc un dépôt d'autorité en la personne du shaman, mais pas uniquement : « Ce qui passe au second plan, dans cette répartition des rôles, et qui apparaissait pourtant à chaque moment de l'exposé de la cure chamanique par

113. CAILLÉ, Alain et PRADES, Pierre, (2015). « Y croire. » Retour sur l'« efficacité symbolique ». *Revue du MAUSS*. 11 décembre 2015. Vol. 46, no. 2, pp. 291-318. P 291.

114. *Ibid*, p292.

Lévi-Strauss, c'est le rôle crucial de la culture et des représentations partagées par le chamane et sa patiente. »¹¹⁵

C'est cet aspect de culture partagée, sur laquelle reposerait la croyance qui rend possible la guérison que j'ai repensé à la dissonance cognitive subie par certains individus. Ceux qui privilégient l'achat de seconde main pour des raisons écologiques, et qui se retrouvent, nous pouvons l'imaginer, dans des positions mentales complexes face à un discours de renouvellement de la mode. C'est à cet endroit que viennent se heurter les convictions et les actes. Cela appartient à un autre domaine que les sciences de l'information et de la communication et je me garderai ici d'investiguer.

Néanmoins, il est possible en partant du dispositif de l'espace (re)store, de voir quel langage est énoncé par les marques, et sur quelle culture et représentations partagées ce langage s'appuie. C'est ce que nous avons analysé plus haut.

Je me demande donc à la suite de ces constats, en quoi nous propose-t-on de croire ?

Si je reprends les éléments de mon analyse, je discerne que dans le discours marchand se loge l'assurance de faire du bien en « adoptant » un vêtement qui est en « souffrance », mais dont on a pris soin, à la manière d'un animal blessé (mettant au second plan l'échange marchand). Il s'agirait donc d'une consommation réparatrice, aux allures de (ré)demption.

Malgré le fait que la marchandise ne soit pas neuve, l'effet d'abondance est toujours présent. Dans les espaces de friperie, les portants sont pleins, en cela, les repères d'une consommation dans l'accumulation sont conservés. Karl Marx avant Jean Baudrillard disait déjà que la production capitaliste « s'annonce comme une immense accumulation de marchandise ».¹¹⁶ La représentation partagée de la profusion est donc également sollicitée comme un élément du dispositif marchand de l'espace (re)store.

Si l'on regarde l'imaginaire de la profusion sur le terrain du LEØ, elle s'incarne également par les montagnes de dons accumulés dans l'espace de stockage¹¹⁷. Néanmoins, ces piles de vêtements font d'avantage référence à un amas de déchets dont on ne distingue plus la forme, qu'à des marchandises désirables.

J'ajouterai, pour conclure sur ce parallèle entre l'« efficacité symbolique » chez Claude Lévi-Strauss et l'« efficacité symbolique » du dispositif marchand des Galeries Lafayette, que les éléments de langage (chamaniques ?) des Galeries Lafayette peuvent avoir des prétentions à une efficacité symbolique tant ils reposent sur une culture partagée – le (re) écologique, la profusion, l'unicité du vêtement – et qu'ils investissent possiblement des champs du « croire » chez les publics consommateurs : « la seconde main est plus écologique, je sais que je vais faire du bien à la planète ». C'est une adhésion a priori qui vient confirmer que l'on donne à « croire ». C'est en cela qu'il m'a semblé pouvoir proposer le réemploi comme une valeur remède, presque thérapeutique, à une consommation pétrie de dissonances.

115. *Ibid*, p293.

116. MARX, Karl, (1859). *Le capital Livre I : Critique de l'économie politique I.1*. Librairie du Progrès.

117. Annexe 2, Rubrique : système de triage, p 22.

À l'image de la pensée du père Noël, développée par Jean Baudrillard dans *Le système des objets*, la croyance en une consommation écologique combinée à un principe de tendance semble être « une fabulation rationalisante. »¹¹⁸

III - Visible et invisible : l'enjeux de la représentation de la circulation des flux de matière dans la construction symbolique du réemploi

A. Discours et représentation de la matière vêtement en transformation : le visible

Comme nous l'avons vu plus haut, les représentations du réemploi dépendent également de la représentation des pratiques qui lui sont associées. Le réemploi est une pratique à tiroir qui contient des opérations de remise en état du vêtement (ou pas) passant, avant cela, par une étape de curation. S'agissant des marques présentes dans l'espace (re)store, ces étapes de sélection et de transformation sont visibles dans le discours présent sur les étiquettes et les encarts de marque, le plus souvent rapportée comme « la sélection ».

PRATIQUES ASSOCIÉES	« leur sélection de vêtements »
	« Dans les arrières boutiques, les brocantes et les endroits gardés secrets à paris ou ailleurs » « sillonne les friperies »
	« Un service clé en main » « Sélectionnées »
	« Sélectionné avec soin » « du monde entier » « Reflétant ainsi un moment particulier de la mode et certaines sont transformées. »
	« a été sélectionné avec soin parmi des milliers d'autres »
	« Elle a été sélectionnée avec amour »
	« c'est une curation »

La signification d'une curation est souvent associée à un « ailleurs » exotique et précieux, ou au soin dont cette sélection a fait l'objet.

Au LEØ, il y a également un discours sur le tri, déjà relaté dans une partie précédente, mais qui ne tient pas des mêmes arguments. En effet, il se concentre sur l'aspect global de l'objet

118. BAUDRILLARD Jean, (1968), *Le Système des objets. La consommation des signes*, Paris, Gallimard, p197.

vêtement, en ce qu'il doit rester fonctionnel et propre, ainsi que sur le volet socio-éducatif militant propre au LEØ.

Dans les deux cas, le vêtement est représenté comme une matière circulante. Nous pouvons tout à fait rapprocher cette mise en visibilité de l'absent avec ce qui s'apparenterait à une médiation des coulisses du spectacle marchand, « qui tendent à *re-présenter* la marque ou la marchandise en densifiant sa dimension *spectaculaire*. »¹¹⁹ La représentation de ce qui précède l'exposition de la marchandise n'entretient pas forcément une relation avec la chose représentée. La sélection de la marchandise s'est probablement faite dans un hangar, en province parisienne, à travers un achat au poids de ballots de vêtements, comme c'est souvent le cas. Nous sommes dans la représentation purement symbolique *in absentia* de la circulation du vêtement.

Je reviens aux mots d'Amélie lors d'un de mes passages : « *Il faut questionner la place des objets, ils sont en transit, c'est important de s'en détacher émotionnellement, dit la meuf qui a les boules parce que son chat lui a perdu son tee-shirt orange* ». ¹²⁰

En effet, si différence il y a, c'est dans l'investissement émotionnel dont le vêtement est chargé. Au LEØ, l'intention semble de rester au plus près de sa valeur d'usage pour éviter les effets d'accumulation de vêtements.

J'ai eu accès au LEØ à de nombreux états de la matière. Ces représentations ne sont pas toutes exposées au public, mais elles ne m'ont pas été cachées, bien au contraire. La circulation de la matière est un enjeu majeur car le volume détermine le travail qui attend les habitants du LEØ. Plus métaphoriquement, cela rappelle, par écho, la surconsommation. Plus il y a de vêtements et de dons, plus l'utilité du LEØ est évidente. Amélie me disait parfois qu'elle serait très contente que le LEØ n'ait pas besoin d'exister. En voyant les piles de vêtements, je me disais bien que cet horizon ne s'inscrivait pas dans un futur proche.

Pour rendre compte de la circulation des vêtements au LEØ, j'introduis un schéma permettant de rassembler tout ce que j'ai pu observer comme transformation de la matière. Ceci est une représentation rationalisée, les temporalités et volumes ne sont pas représentés, ce qui ne donne à voir qu'un aspect de la réalité. Néanmoins, cela permet de se figurer ce qui est rendu visible par les acteurs et ce qui ne l'est pas.

119. MOURATIDOU, Eleni, (2018). Le spectacle de la marchandise : imitations, illusions et croyances. *Communication langages*. 2018. Vol. 198, no. 4, pp. 27-34. P 30.

120. Annexe 15, p44.

LABORATOIRE ÉCOLOGIQUE ØDÉCHET

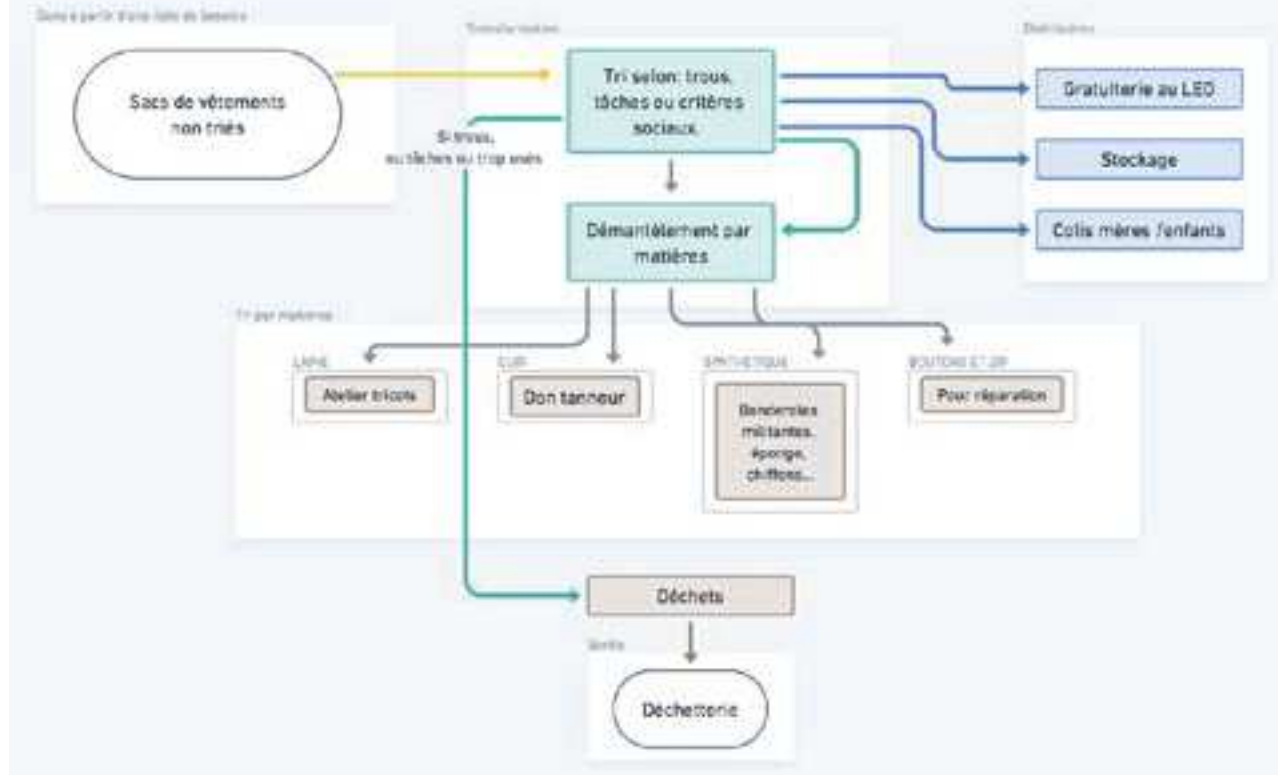


Schéma de transformation de la matière vêtement au LEØ. 2022 Disponible en annexe 8, p 33.

Mobiliser le terme de matière pour parler des dons qui arrivent au LEØ permet de penser le volume et la transformation. De plus, la matière a un rôle central, puisqu'elle va déterminer l'utilisation possible qui adviendra après le premier tri de fonction d'usage. Le vêtement n'est plus investi symboliquement, il devient matière première fonctionnelle. Pour la laine et le synthétique, il redeviendra symbole lorsqu'une fois transformé en pelote, la matière première servira à créer du lien entre des femmes dans des ateliers de tricots ou à fabriquer des banderoles militantes pour des associations comme Extinction Rébellion.

Si l'on voit bien ici que la représentation de la circulation du vêtement et de son réemploi s'incarne de façon extrêmement différentes selon le cadre militant écologique du LEØ, ou le cadre marchand des G. L., il y a également un grand nombre de manipulations et d'actions qui ne sont pas montrées. Le fait que le LEØ mette en avant sur le site les volumes triés, ainsi que les nombreuses actions qui découlent de la pratique du réemploi, renvoie à l'épineuse question de la gestion des déchets comme problème public et de la détermination des acteurs « désignés » pour s'en occuper. Si un déchet est abandonné par son propriétaire, il revient aux collectivités territoriales d'en prendre la charge par le maillage des poubelles de tri, le ramassage des déchets et, éventuellement leur revalorisation. Delphine Corteel, dans un article issu de multiples enquêtes menées dans des associations ayant comme activité la revalorisation des déchets, replace le contexte historico-économique qui sous-tend la question de la gestion des déchets comme problème public :

Si la responsabilité des déchets produits par les ménages incombe aux collectivités territoriales, la prévention de la production, la collecte et le traitement sont largement délégués à des entreprises privées depuis les années 1980. L'introduction du tri sélectif et du recyclage dans les années 1990 a accéléré le mouvement. En effet, dans une situation de crise économique persistante et d'afflux massif de déchets, les collectivités ont tenté de réduire les coûts d'enlèvement et de traitement par diminution de la part des déchets à traiter. Le recyclage et la valorisation en sont l'un des moyens et se développent sur fond de privatisation d'une partie du service, la part la plus rentable. Avec la promotion du réemploi, on assiste donc à une nouvelle phase de la délégation du service public relatif aux déchets, en direction des associations cette fois.¹²¹

L'anthropologue souligne également l'enjeu économique et l'équilibre précaire qui découlent de la délégation informelle de la gestion des déchets à un tissu associatif, dont le LEØ fait partie, sans le revendiquer : « Aucune ressourcerie n'est en mesure de s'autofinancer et toutes reposent sur un modèle économique qui fait la part belle au travail bénévole et aux subventions publiques, en particulier en ce qui concerne les emplois. » C'est d'autant plus vrai pour le LEØ, dont le statut d'occupant temporaire de lieux privés, de squatteur, rajoute à la précarité de leur position malgré la réalisation d'un travail et la mise en place d'une structure qui vient combler un manquement de la part du gouvernement.

En cela, la représentation à visée pédagogique, militante du travail effectué au sein du lieu représente une condition de preuve d'existence centrale. Tandis que la revalorisation des vêtements aux Galeries Lafayette constitue un enjeu stratégique économique, lié au dégagement d'une rentabilité de cette plateforme du troisième étage, dont la mise en visibilité repose sur un récit sublimé de la réalité concrète de sa mise en œuvre.

B. Discours et représentation de la matière vêtement en transformation : l'invisible

Aux Galeries Lafayette, autrement que par le discours contrôlé des étiquettes et des encarts, il m'était impossible de voir les endroits où les vêtements étaient stockés. Je n'ai eu accès qu'à un état de la matière : lorsqu'elle est préparée pour la vente, étiquetée, et disposée sur cintre.

Cela permet effectivement aux récits du soin de la sélection, de l'unicité des pièces exotiques, d'exister tant il n'y a rien pour les contrer. La marchandise est là, comme par magie. J'imagine que des sacs de vêtements n'aideraient pas cette représentation à advenir.

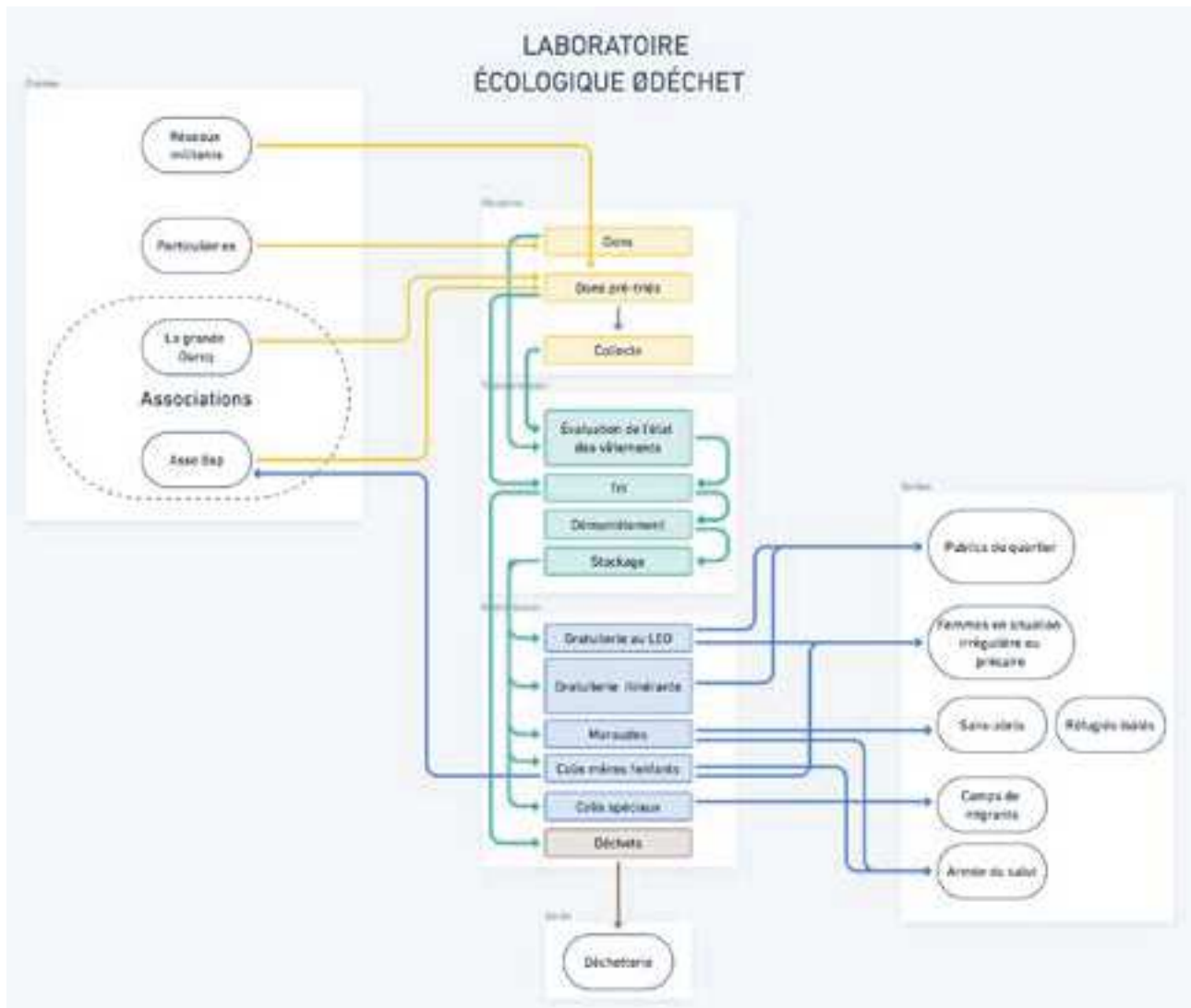
Cela m'a donné à voir, au regard de ce qui était visible au LEØ, que le grand magasin et les marques présentent aux G.L. se servaient de l'invisibilisation d'un travail autour du vêtement comme d'un instrument de contrôle de la représentation proposée.

Au sein du squat, il y a également tout un pan de la circulation, notamment sur le réseaux d'arrivage des dons et sur les réseaux de distribution des dons qui lui, reste discret, peu accessible. J'ai eu accès à ces informations à travers des entretiens flottants avec les fondatrices, Amélie et Julie, et grâce à la position que j'occupais et aux relations que j'avais avec elles. Néanmoins, ce ne sont pas des informations exposées ou partagées avec le public de la gratuité, par exemple.

121. CORTEEL, Delphine, (2016). « Réemploi : le travail de requalification des déchets en questions ». *Mouvements*. 1 septembre 2016. Vol. 87, no. 3, pp. 107-118. P 112

J'ai ici également préféré une représentation schématisée, car la complexité et la multiplicité des acteurs impliqués dans la gratuiterie et le réemploi au LEØ est dense.

Cela permet de se représenter le maillage important dans lequel le LEØ est inscrit en tant qu'acteur social.



Toutes les informations concernant les entrées et les sorties n'étaient « visibles » qu'au travers des discours des acteurs·ices, obtenus à l'aide des entretiens flottants *in situ*.

Les entrées concernent le réseau d'acteurs associatifs, ou toutes personnes en relation avec des associations qu'Amélie contacte et qui connaissent, avec le temps, les besoins du LEØ. Certains, qu'elle appelle les « électrons libres », vont pouvoir apporter du matériel de puériculture comme c'est le cas de Souad, une infirmière qui est venue lors d'une de mes observations avec sa voiture chargée de couches et de lait infantile. Cette fois-ci, en échange, Souad est repartie avec quelques denrées alimentaires qu'elle redistribuera aux personnes qu'elle suit. C'est un fonctionnement fait de liens interpersonnels fins, sur la base d'une confiance qui s'établit dans la durée entre les personnes. Le contre-don n'est absolument pas une prérogative aux dons réalisés au LEØ.

Les informations sur les activités sont, elles aussi, à des niveaux de visibilité différents. Sur le panneau rouge décrivant les activités du LEØ, il est possible d'en lire quelques-unes, quand

d'autres, plus politique comme l'aide aux migrants, ne sont pas exposées. La masse de vêtement n'est pas dédiée seulement à cet espace mais vient irriguer biens plus d'entités associatives. J'en ai retracé une partie ici, qui n'est pas fixe.

Un point m'a paru intéressant lorsque j'ai tenté avec les acteurs•ices de retracer cette circulation. Malgré la liberté de parole entre eux et moi, la représentation figée et surtout à vocation à être diffusée de cette circulation n'est pas une chose souhaitée par les acteurs•ices. En effet, savoir d'où viennent les dons, à quelles associations le LEØ donne ou de qui il reçoit ou encore à quelles associations ils ne donnent pas, constitue une matière politique dans le réseau de dons entre les squats et les associations.

Le LEØ comme les Galeries Lafayette invisibilise un certains nombres d'actions relevant de la circulation des vêtements autour de l'activité de réemploi pour les publics. Principalement la provenance, d'une nature vague pour les G L et invisibilisée pour le LEØ. Ainsi que le réseau de distribution pour le squat, qui représente des aspects dont la représentation est plus contrôlée. Il y a d'ailleurs un équilibre subtil sur la représentation des flux au LEØ. Paul me confiait que : *« sur les chiffres, plus tu fais une jolie vitrine d'asso, plus t'es bien placé pour les dons. Mais si on joue pas le jeu, on perd cette possibilité. »*¹²² Il convient donc de pouvoir trouver ce juste milieu entre, mettre en avant la capacité de mise en lien des besoins, tout en étant une plateforme de stockage et de logistique opérante, sans pour autant rentrer dans des logiques de masse, car comme Amélie poursuivi : *« [...] c'est pour cela qu'il faut faire attention à pas trop grossir parce que sinon on brasse trop et il y a forcément du gâchis. »*¹²³

C. Le LEO pris dans une répétition des marqueurs de la consommation pour faire circuler les vêtements

Un autre enjeu apparaît dans la circulation des flux, notamment au LEØ, il s'agit de la mise en scène du vêtement au sein de la gratuiterie. Pour que le stock puisse « tourner », il faut évidemment passer par toutes les étapes de tri détaillées dans le schéma plus haut, mais également pouvoir faire en sorte que les vêtements sortent de la gratuiterie, qu'ils soient récupérés par les publics : les mères isolées en situation de précarité, souvent en attente de régularisation de leur situation administrative et les publics présents lors des gratuiteries ouvertes.

Pour cela, la mise en scène du vêtement joue un rôle majeur, tout comme la posture que les acteurs•ices adoptent lorsque les gratuiteries sont ouvertes au public.

Outre le système de tri, je retrouve un environnement assez familier dans la gratuiterie : des portants, des cintres, des tables avec les objets disposés. Lors de l'installation de la gratuiterie en extérieur, les consignes étaient de disposer le plus possible de vêtements sur les portants, tout en essayant de les ordonner pour y donner facilement accès. Sur les tables, même consignes. Nous avons pliés les vêtements par catégories (pantalons, tee-shirt, jupes etc...) en mettant en avant ceux que l'on estimait, par leur aspect ou leur forme, pouvoir attirer l'œil des visiteurs.

122. Annexe 15, p 44.

123. Annexe 15, p 45

Je me souviens, face à des pièces en très bon état, m'être appuyée sur ma perception de ce qui me semble « être à la mode » pour mettre en avant certains vêtements, tout en puisant dans l'idée que je me faisais de ce que j'aurais pu prendre ou acheter en magasin.

La disposition finale est un croisement entre un magasin de seconde main, de par l'aspect des vêtements qui s'y trouvent et un vide grenier. Quelques personnes pendant la gratuiterie m'ont d'ailleurs demandées si les vêtements étaient gratuits. C'est bien qu'il y a un certain nombre de signes qui reproduisent une simulation d'un espace marchand duquel on aurait ôté l'échange monétaire, financier. Si nous enlevons le prix à la marchandise, que deviennent les principes de régulation ? Le dispositif est en cela primordial car il va induire des comportements. Amélie me disait d'ailleurs que : « *la disposition des vêtements influence le comportement des gens, quand parfois on fait des gratuiteries un peu plus à l'arrache, là c'est à même la rue et les gens se battent parfois sur des vêtements. Quand c'est posé à même le sol, sur une bâche, bah c'est vite la guerre.* »¹²⁴

Elle me disait aussi qu'« *on voit les gens qui sont là pour tout rafler* »¹²⁵. C'est ici que la régulation par l'éducation au don par les habitants du LEØ devient un principe d'échange et permet d'entrer en relation avec les publics visiteurs. Elle s'incarne dans quelques usages, comme expliquer lorsque des vêtements tombent des cintres que nous (les personnes ayant mis en place la gratuiterie dans lesquelles je m'inclusais pour cette journée) n'étions pas là pour ramasser les vêtements à la place des gens. Ou encore, dans le fait de dire qu'il fallait déposer les cintres dans la caisse située près de la porte. Une succession de petites attitudes qui mettent en lumière le travail pédagogique de transmission derrière cette disposition, et, qu'à la différence d'un espace marchand, le maintien de cette disposition n'est pas un service que propose le LEØ, avec des personnes rémunérées pour le faire, mais bien une responsabilité partagée entre tous.

En cela, le dispositif de la gratuiterie reprend certains codes, que je qualifierai d'esthétiques, des espaces marchands de magasin de vêtements de secondes mains, tout en appliquant comme principe régulateur un partage des tâches de maintenance qui transmet un message autour de l'éducation au don et à cette pratique de la gratuiterie, comme alternative à l'achat de vêtements neufs. L'un des objectifs qu'y glissait Amélie était de ne pas reproduire la même attitude de consommation individualiste assistée, proposée par le circuit « classique » des magasins de vêtements. J'ai en tête l'exemple probant des magasins de la marque Zara, dans lesquels certains employés sont assignés au pliage des vêtements sur les présentoirs. Il existe donc des logiques de contamination entre le dispositif marchand des G.L. et le dispositif de la gratuiterie du LEØ. Logiques que l'on retrouve et qui permettent une circulation des vêtements par le repère que constitue la consommation comme acte ordinaire, intériorisé, ici symbolisé par le portant, les cintres et le tri par catégories notamment. Il est possible par ce biais de voir l'intrication de lieux comme le LEØ dans le système capitaliste à l'image des biffins, qui sont devenus les puciers ou brocanteurs et qui participent à une économie touristique de la ville. Même si la pratique est, à l'origine, précaire ou qu'elle vient soutenir un tissu précaire, elle existe avec, par et dans la consommation.

124. Annexe 15, p 45.

125. Annexe 15, p45.

IV - Conclusion partielle

Dans cette partie nous avons pu questionner au regard de la problématique, l'opposition posée à priori entre les représentations proposées par les deux terrains.

Cela s'est fait par le biais de l'analyse de l'opérativité symbolique du réemploi, incarnée dans les dispositifs, au filtre des discours des acteurs.

La mobilisation « prétexte » du réemploi constituant le second axe de recherche a été éprouvée à travers une analyse sémiologique de la signalétique des Galeries Lafayette, des étiquettes de vêtements et des encarts de discours des marques. L'étude de ces éléments a permis de mettre en lumière un argumentaire homogénéisé se construisant autour du soin du vêtement, de son caractère exotique et unique, ainsi que de la rhétorique du « re », empruntée à la stratégie de gestion et de réduction des déchets des « trois R », détournée pour servir une logique consumériste. Ces dispositifs tiennent à distance la consommation dans les aspects anti-écologiques qui lui sont reprochés aujourd'hui.

Cet axe de recherche se vérifie donc entièrement par la mise en scène d'un vêtement re-singularisé qui brouille son statut de marchandise.

Le premier axe : **la représentation du réemploi au LEØ semble subir l'influence de la pratique de la consommation comme norme, nécessaire à la circulation des vêtements donnés, dans une relation d'interdépendance entre discours marchands et discours militants**, a pu, lui, être revisité sous un autre angle que celui du don et de la gratuité vue en première partie. L'influence des normes liées à la consommation s'est également vérifiée par la scénographie de la gratuité.

Cette mise en scène, semblable à celle d'une friperie, induit un certain nombre de comportements d'achats normés, intégrés par les publics. Ces comportements viennent contrebalancer l'effet d'aubaine de la gratuité. Lorsque les vêtements sont sur des cintres, sur des portants, cela induit des gestes de manipulation qui sont similaires à ceux effectués dans un magasin de vêtements. Néanmoins, la gratuité vient, elle aussi, induire des logiques comportementales face aux vêtements, comme se servir abondamment, prendre sans regarder ou questionner l'utilité de l'objet pour nous. La mise en scène reprenant des codes marchands permet de contrer l'effet dépréciatif lié à un objet gratuit sans valeur marchande.

Néanmoins, la nuance que j'introduirais dans l'influence supposée d'une norme héritée de la consommation sur les pratiques du LEØ se trouve dans les signes qui constituent cette reprise de normes. Ils sont majoritairement de nature cosmétiques. Presque proposés comme une accroche (un « prétexte » ?) permettant le dialogue avec les personnes sur place.

Sur le terrain, se vit un rapport bien plus fin entre les personnes présentes, notamment à travers la mise en visibilité du travail lié à la pratique du réemploi et à la gratuité.

Les acteurs du LEØ incarnent un discours qui propose une voie de sortie radicale de la consommation, adossée contre elle.

Maintenir l'espace de gratuité est, par exemple, le rôle de chacun-e. Ranger les cintres, remettre les vêtements qui tombent, les replier. Selon les acteurs•ices du LEØ, il ne peut pas y

avoir d'alternative viable comme celle qu'ils proposent, sans sortir de la consommation passive et assistée.

En cela, le premier axe de recherche mène à une analyse finalement bien plus profonde que sa formulation initiale ne le permettait.

La mise en scène de la circulation des vêtements cristallise un enjeu pour les deux terrains, qu'elle soit re-présentée de façon sublimée dans le discours afin de rendre son aura à la marchandise, ou mise en récit afin de légitimer une position de nécessité dans une lutte.

Les deux acteurs manipulent les mêmes signes avec des visées différentes, ce qui nourrit des imaginaires qui n'ont rien de similaire en surface. Le LEØ s'inscrivant même en contre des logiques de consommation, comme celles des Galeries Lafayette. En cela, et dans leurs visées, ces deux représentations sont en effet en opposition. Un premier imaginaire rend compatible la logique de croissance, d'abondance et de choix sans cesse renouvelé avec le modèle du réemploi ; tandis que l'autre, qui n'existerait pas sans les logiques qui sous-tendent le premier, porte dans son discours un abandon total du principe de renouvellement par la mode avec une vision teintée de fonctionnalisme.

Il aurait été intéressant d'interroger de manière systématisée les publics des lieux et d'observer de façon plus concentrée les gestes de manipulation des vêtements afin de saisir davantage de différences dans la relation entretenue entre une marchandise et un objet en transition, entre l'objet-don, le déchet et la marchandise. Ces observations pourront faire l'objet d'un travail de thèse.

TROISIÈME PARTIE

Le statut de l'objet, nerf de la guerre symbolique.

La deuxième partie de ce mémoire pointe le statut transitoire de l'objet-vêtement contenu au LEØ lors des gratuiteries. C'est en effet une question que je n'ai cessé de me poser lors de mes observations. Quel statut ont ces vêtements ?

L'ambiguïté est moins apparente aux Galeries Lafayette., bien que les principes de remédiation par les discours inscrits dans le dispositif escortant les vêtements, peuvent sembler agir sur la détermination du statut de l'objet par le récit qui est fait sur lui. Il m'a donc paru intéressant de se pencher sur ce que la médiation avec l'objet culturel qu'est le réemploi, peut produire comme changement sur le statut de l'objet, déterminant pour l'attribution de sa valeur, sa vue ou sa mort symbolique. Cette partie comporte des raisonnements exploratoires qui visent à poser les jalons d'une réflexion autour du statut de l'objet, ainsi que d'exposer la façon dont le réemploi actualise un certain rapport à la consommation.

I - L'objet-marchandise, attribution et circulation de la valeur

A. Dissimuler la marchandise, « marchandiser » le réemploi

L'analyse sémiotique de l'espace (re)store nous a conduit à une appréciation de la représentation spectaculaire de certains signes du réemploi tels que la circulation du vêtement, son principe de sélection, sa non nouveauté et sa précédente utilisation. Le dispositif porte sa focale sur l'aval de l'acte d'achat, pour enrichir le présent de sa consommation. Au LEØ, le temps mis en avant est celui du présent de l'objet, ou son futur, en représentant ce qu'il peut advenir dans des formes nouvelles, créatrices d'une valeur utilitaire et sociale.

Revenons à ce que le statut de l'objet véhicule avec lui comme représentations partagées. La marchandise, par exemple. Les biens marchands que sont les vêtements étiquetés dans l'espace (re)store sont des marchandises au sens d'« un objet produit ou acheté en quantité pour être revendu avec un bénéfice. »¹²⁶ Cette définition est très partielle et ne prend que le point de vue économique pour qualifier les objets. Il me semble avoir dans la définition de marchandise, la notion de la production du bien (manufacturé, industriel), la quantité du bien produit (en gros, au détail), mais également l'intention du producteur de vendre, c'est-à-dire de conclure avec sa production un échange marchand et pour cela, la mise de mettre scène l'objet disposé de la façon la plus attrayante afin d'en tirer profit (sur un marché, ou dans tout autres espaces d'échanges marchands). Ce qui constitue une seconde strate permettant de qualifier la marchandise, en suivant l'élaboration que Karl Marx en fait dans *Le Capital*, réside dans le fait que l'objet doit premièrement avoir une valeur d'usage, une utilité sociale comme nourrir, se déplacer, se vêtir... Lorsque l'objet est produit pour être vendu, il va lui être attribuée une valeur d'échange qui déterminera son prix lors d'une transaction (réalisée avec de l'argent, par

126. Définitions lexicographiques et étymologiques de « Marchandise » dans sur le site du Centre national de ressources textuelles et lexicales. Disponible à cet URL : <https://www.cnrtl.fr/definition/marchandise>. Dernière consultation le 03.04.2022.

exemple) comme contrepartie à l'acquisition. Pour Luc Boltanski et Arnaud Esquerre, « une chose, n'importe laquelle, se transforme en marchandise quand, dans une situation d'échange, un prix lui échoit. » La notion de prix est évidemment contextuelle et fluctuante.

Ce sont deux principes qui régissent la marchandise dans un premier temps. La valeur d'échange s'est complexifiée dès lors que la consommation s'est émancipée de la seule valeur d'usage de l'objet (cela n'a-t-il jamais été vraiment le cas ?), pour s'organiser autour du symbole, la faisant fluctuer au gré de la cote des valeurs accolées à l'objet : « Tout objet est doté d'une valeur symbolique qui le constitue en objet/signe. Sa valeur est fixée en fonction de critères de distinction sociale, arbitrairement définis par le système symbolique de la société de consommation (valeur d'échange/signe) »¹²⁷.

Dans ce que Pierre Berthelot décrit ici, la perméabilité du signe qui se constitue autant dans le corps social que dans la consommation est importante pour saisir la manière dont le réemploi est devenu une valeur/signe circulant massivement. Il rajoute que « cette codification des objets est politique. »¹²⁸

Il est clair que, l'écologie comme principe de protection de notre environnement (végétal, animal et biologique), a une cote élevée sur le marché des objets culturels. Son attribution symbolique à un objet-marchandise est gage d'une valorisation positive ayant une répercussion sur sa valeur marchande.

Ce qui semble être critiqué aujourd'hui dans la consommation, c'est la marchandise comme bien industriel produit massivement et à bas coût, au détriment d'une juste rémunération de tous les acteurs de la chaîne de production et de distribution, sans parler du coût écologique associé. C'est précisément de cette représentation de la marchandise dont l'objet marchand doit s'éloigner dans sa construction symbolique, s'il veut rester désirable pour une population de plus en plus soucieuse de l'impact social et environnemental de sa consommation vestimentaire.

B. L'objet doit racheter son statut d'objet industrialisé

L'objet devrait donc « racheter » son statut de marchandise pour avoir accès à un autre statut, intermédiaire, qui ne serait pas une marchandise au sens du produit en série industriel pointé du doigt, mais qui conserverait néanmoins une valeur d'échange. Le vêtement de seconde main, qu'il soit constitué sur le mode du recyclage de tissus, ou juste ancien, s'apparenterait à la catégorie des objets *durable* que Michael Thompson définit comme ceux dont l'espérance de vie, très longue, est idéalement illimitée et dont la valeur augmente avec le temps.

L'anthropologue américain envisage dans son ouvrage *Rubbish Theory*¹²⁹ une catégorisation des objets qui serait mouvante, rendant possible pour un déchet de devenir une marchandise, ou un objet de luxe, comme c'est le cas pour les vêtements *vintage*.

127. BERTHELOT, Pierre, (2005), « Les médias magasins : du prétexte à l'implication ». *Communication & langages*, pp 41-53. P 48.

128. *Ibid*, p48.

129. THOMPSON Michael, (1979), *Rubbish Theory : The creation and destruction of value*, Oxford, Oxford University Press.

Les éléments discursifs qui entourent les vêtements dans l'espace (re)store euphémisent un rapport trop transactionnel avec le vêtement, le décor, les objets importés de la pièce à vivre, une impression de libre circulation. Néanmoins, les prix sur les étiquettes, les vendeurs•euses derrière les caisses ne permettent pas de sortir du statut de la marchandise.

L'objet produit de façon industrielle doit donc tenir sur lui-même un discours plus complexe que celui du temps de sa production artisanale. Des signes qui permettent immédiatement de le différencier d'un autre, tels que sa provenance, son producteur et qui font les marqueurs de son identité sont inscrits sur lui. Avec la mondialisation de la production, ces signes sont parfois gommés : le « *made in Taiwan* » ou Portugal, ou *China*, renvoie à une réalité lointaine, ponctuée de scandales médiatisés sur l'écroulement des usines de production, le travail des enfants ou des populations opprimées pour le compte de grandes marques de la mode jetable. Certains marqueurs de l'identité d'un produit présentent donc un enjeu important dans sa valorisation, et semblent être sensiblement les mêmes que lorsque la majorité des biens produits sont artisanaux.

Il faut à présent exagérer les traits de son identité afin d'obtenir un discours qui retrouve de la densité. C'est le cas à travers le réinvestissement de la valeur du fabriqué en France, du label Bio, des labels sur l'origine des cotons qui renvoient à des caractéristiques de l'identité du produit et qui le rendent plus facilement identifiable. Il existe également un déséquilibre d'appréciation au sein de ces critères. Il ne suffit pas de donner la provenance d'un produit pour en augmenter sa valeur d'échange. Certaines provenances sont plus valorisées que d'autres, notamment les pays dont les représentations autour d'un savoir-faire circulent. Je pense à l'Italie pour le travail du cuir par exemple. Il en va de même pour les matières dont les représentations ne valorisent pas le produit de la même façon. Les matières dites « nobles » ou naturelles, telles que le cuir, la laine, le cachemire, la soie, l'angora, le lin, le chanvre et, dans une certaine mesure, le coton (bien que sujet à de nombreuses controverses) bénéficient encore d'une médiatisation positive. Les matières mélangées, produites de manière artificielle ont davantage de mal à participer à la valorisation d'un produit dans la vente de seconde main. En jeu, le besoin d'avoir des matières solides pour pouvoir durer si le vêtement n'est pas neuf. Une autre façon d'exagérer les traits de sa nature réemployée, observée aux Galeries Lafayette avec étonnement, est la conservation de taches ou de signes d'usure qui pourraient être considérés comme esthétiques (la patine pour le cuir, le côté délavé de certains tissus). La tache, tout comme le trou, appartient aux signes qui influencent la valeur d'échange.

Ces signes, que l'on pensait réhilitoires sur une marchandise neuve, ont parfois subi une récupération sous forme d'institutionnalisation par le secteur de la mode. Je pense aux jeans, pour lesquels les trous sont devenus un signe valorisant pour un certain type de consommateurs. Néanmoins, il me semble plus compliqué de considérer que la tache, qui relève de la propreté et non de l'usure, puisse trouver bonne presse pour une marchandise considérée comme neuve, ou dans un cadre comme les Galeries Lafayette, qui présuppose d'un certain niveau de gamme.

Pourtant, j'ai trouvé, lors de mes observations, des vêtements tachés, froissés, loin des standards de la marchandise neuve industrielle sortant d'usine.

Ces traces constituent autant d'indices, au sens peircien du terme, qui signifient la vie passée du vêtement. En cela, nous pouvons y voir une sur-perfomation, une sur-représentation de l'objet non industriel.

Lorsque j'ai regardé les mêmes signes sur l'autre terrain, je n'y ai pas vu la même chose. Certes, les vêtements sont de moins bonne qualité en ce qui concerne les matières, mais aucuns ne présentent des taches, des trous ou un état d'usure avancée. C'est justement un des premiers critères de tri.



Vêtements sur portants Galerie Lafayette

Si ces critères viennent donner un corps à la représentation dans un principe stéréotypé du vêtement réemployé, est-ce dans le but de pouvoir retrouver une aura perdue dans la production en série¹³⁰, des collections et de la mode sans cesse renouvelée ?

Si j'arrête là la réflexion, j'attribue à l'industrialisation et la production en série tout le dommage fait aux vêtements dans ce qu'ils peuvent être considérés comme des marchandises jetables dans une vision mécaniste. Il est probable que la production en série ait eu un rôle à jouer dans la dépréciation de la marchandise textile, mais il me semble que c'est davantage le fonctionnement systémique de l'industrie de la mode fondé sur les tendances et le rythme par collections,

130. Je fais référence ici au texte de Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* (1939). Dans cet essai, l'auteur analyse ce qui se perd dans l'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique. L'aura de l'œuvre, son *hic et nunc* (« ici et maintenant »). Walter Benjamin définit l'aura d'un objet par « l'unique apparition d'un lointain si proche soit-il ». Il élabore une théorie des variations de la perception de l'homme face à l'œuvre d'art changeante à cause des nouvelles technologies. Cela m'a fait penser à la notion d'authenticité remise au goût du jour par les NFT qui viennent justement permettre de garder un principe d'originalité et d'unicité de l'œuvre face à la possibilité numérique de reproduction.

saisons et leur renouvellement que l'on peut également considérer comme un des facteurs majeurs. Ces facteurs se heurtent ici au besoin urgent de réduction de la consommation, que le vêtement réemployé illustre.

Antoine Hennion et Bruno Latour le soulignent dans leur article « L'art, l'aura, et la technique selon Benjamin » paru dans les cahiers de médiologie que la technique est une composante de l'art présente depuis toujours dans sa fabrication au travers des outils que développent les artistes. Ce n'est pas le fait qu'elle permet une reproductibilité de l'œuvre qui lui fait perdre son originalité, son *aura*.

Les auteurs apportent leur critique de cette effet incombé à la technique, tout en relevant les défauts de ce qui est investi dans le terme d'*aura* par Benjamin : « Une dichotomie répétitive organise toute l'argumentation : d'un côté, la singularité, la contemplation, la concentration – et l'*aura* ; de l'autre, les masses, la distraction, l'immersion – et la perte de l'*aura*. [...] Quand il combine cette définition erronée de la technique, comme reproduction mécanique, avec sa définition erronée de l'*aura* religieuse, comme présence unique de l'original, il ne peut rater sa cible : la copie n'est qu'une pâle contrefaçon de l'original. »¹³¹

L'aura serait « une sorte de Paradis perdu, une référence négative par rapport à laquelle il décrit les effets nouveaux de la reproduction mécanique des œuvres et la nouvelle séduction des masses qui a remplacé l'ancienne beauté de l'art. »¹³².

Il me semble donc, plus que de devoir retrouver une aura perdue, qu'il en va davantage du fait de retrouver une désirabilité et une singularité que porte le vêtement réemployé, identifiable par les indices et traces d'usures, et qu'il y a ici une sur représentation de ces indices pour tenter de résoudre en quelque sorte cette contradiction face à la sérialisation multifactorielle du vêtement.

C. Une consommation pour le bien commun ?

Cela permet de mettre en perspective ce que consommer le réemploi comme objet culturel peut vouloir dire. La consommation à visée écologique ou sociale est présente par exemple sur des produits dans le secteur alimentaire, qui, avant le secteur de la mode, a vu apparaître des signes liés à l'assurance d'une consommation vertueuse sur les emballages. Le chocolat, par exemple, avec la notion de « commerce équitable »¹³³ qui donne l'argument d'un meilleur équilibre au niveau de la répartition des revenus liés à la vente d'un produit, assurant aux producteurs de cacao une rémunération davantage en adéquation avec la force de travail fournie.

131. LATOUR Bruno, HENNION Antoine, (1996), « L'art, l'aura et la technique selon Benjamin. ou comment devenir célèbre en faisant tant d'erreurs à la fois... », *Les cahiers de médiologie*, 1996/1 (N° 1), p. 235-241. P236 et 237.

132. *Ibid*, p 237.

133. Le commerce équitable repose sur une organisation des échanges visant à équilibrer le rapport producteur / consommateur entre les pays développés et les pays en développement. Le consommateur achète le produit à un prix garantissant au producteur une juste rémunération de son travail, dans un cadre social et environnemental ainsi mieux préservé. Le commerce équitable est né de la volonté de réajuster le jeu du commerce international qui fait reposer sur les petits producteurs et artisans des pays en développement une forte pression. Son objectif est de changer les modes de production et de consommation pour leur assurer un travail mieux payé, dans de meilleures conditions. Source : Ministère de l'économie, des finances et de la relance. Disponible à cet URL : <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/commerce-equitable>

Le label Fairetrade Max Havelaar, par exemple, appartient à la branche Fairetrade International, dont le nom est tiré « du héros d'un roman hollandais de 1860, dans lequel l'auteur, Edouard Douwes Dekker, dénonçait l'oppression et l'exploitation des paysans. »¹³⁴ Son objectif est bien d'assurer une consommation plus solidaire avec les paysans et agriculteurs en début de chaîne de production. D'autres mentions telles que « garanti sans huile de palme » sont apparues à la suite de l'enquête de l'agence de presse qui exposa médiatiquement le scandale de la déforestation massive et le travail des enfants liés à cette culture, ou encore les mentions « avec moins de sucres », « avec moins de sel »... Toutes ces informations sont inscrites sur les packagings en réponse à une montée médiatique de l'exposition d'un problème dont les publics consommateurs prennent conscience, elles sont donc liées à la santé des consommateurs, à des scandales écologiques ou sociaux précis.

Pour le secteur de la mode, les scandales entachent les grandes enseignes, notamment celles de la mode jetable comme Zara, Uniqlo, Sandro, Maje ou De Fursac. Elles sont accusées d'avoir travaillé avec des usines de sous-traitance chinoises qui pratiquent le travail forcé de la population opprimée des Ouïgours. L'enquête pour crime contre l'humanité est toujours en cours. La signification d'une consommation vestimentaire qui respecterait des principes écologiques ou sociaux se fait également à travers l'apparition de labels.

Néanmoins, le réemploi propose dans sa pratique une consommation orientée vers le bien commun. Ce n'est pas un acte tourné vers le soin de sa propre santé (comme manger biologique), ou encore ciblé à la suite d'un scandale précis, ou vers une région du monde en particulier.

Il permet de réactualiser ce que consommer pour la société veut dire, en s'inscrivant contre la production de nouveaux biens. Nous pouvons voir le réemploi investir d'autres aspects, comme la valorisation de l'ancien, la trouvaille de pièces uniques, des valeurs symboliques attachées à l'aspect du vêtement qui permettent d'augmenter sa désirabilité, mais d'autres valeurs, au-delà du principe écologique s'imposent. Cette vision est d'ailleurs le pan argumentaire mis en avant au LEØ. Cela permet de repenser la consommation au-delà de l'acte individuel, qui induit un bénéfice à une petite échelle. La consommation fondée uniquement sur des biens produits, sonne comme une révolution.

II - Tout sauf une marchandise, construction en creux d'un objet qui n'est pas non plus un déchet

A. Déchet du capitalisme, objet en transition, un statut multiple

Nous l'avons vu, si le dispositif au sein de l'espace (re)store abrite des stratégies d'évitement d'une marchandise standardisée, le statut des objets-vêtements au LEØ est tout aussi mouvant.

Lors de mes observations, les acteurs•ices qualifiaient le vêtement de « vêtements », de « dons » mais également de « déchets » pour parler des vêtements en lien avec le gaspillage et la surconsommation. Les définitions et le statut que prend l'objet vont changer en fonction du degré de politisation du débat. C'est évidemment un rapport contextuel.

134. Source, site internet The Goodgoods. Disponible à cet URL : <https://www.thegoodgoods.fr/labels/fairtrade-max-havelaar/>. Consulté le 04.03.2022.

Il y a également un combat à mener en ce qui concerne l'imaginaire lié au déchet. Si nous ne parvenons pas à considérer le statut de l'objet comme pouvant transiter d'une catégorie à l'autre, dès qu'il passe les portes de la catégorie déchet, pour celui qui l'a consommé, il est irrécupérable, sale, mort. C'est d'ailleurs par leur suivi, comme une « biographie des choses », méthodologie ethnographique et économique développée par Arjun Appadurai et Igor Kopytoff, qu'il est possible de saisir les évolutions du statut de l'objet et, par extension, de la création de la valeur autour de lui. Igor Kopytoff développe le principe de biographie d'un objet en ces termes :

En faisant la biographie d'une chose, on peut poser des questions similaires à celles qu'on pose au sujet des gens : quelles sont, sociologiquement, les possibilités biographiques inhérentes à tels statuts, dans telle période et telle culture, et comment ces possibilités se réalisent-elles ? D'où vient la chose et qui l'a fabriquée ? Qu'a été sa trajectoire jusqu'ici, et qu'est-ce que les gens considèrent comme une carrière idéale pour une telle chose ? Quels sont les "âges" ou périodes reconnus dans la "vie" de la chose, et quels sont les repères culturels pour ces périodes ? Comment change l'utilisation de la chose avec son âge, et que lui arrive-t-il lorsqu'elle atteint le terme de sa pleine utilité ?¹³⁵

C'est bien dans cette optique que je me pose la question de ce qui peut constituer les « conditions biographiques » du déchet. En le considérant autrement que comme une matière dégradante et dégradée. C'est d'ailleurs la posture épistémologique du philosophe François Dagognet dont l'ouvrage *Des détritius, des déchets, de l'abject : une philosophie écologique*¹³⁶ propose de considérer le déchet d'un point de vue philosophique alors que jusqu'alors il était encore stigmatisé par son statut, objet indigne d'une pensée « noble ». Cette approche permet de s'en saisir en dehors des idées préconçues qui entourent le déchet.

Des populations s'en saisissent lors de la fouille de poubelles ou de glanage sur les trottoirs, néanmoins le statut de la marchandise est symboliquement toujours plus fort, plus désirable pour la majorité de la population.

Des perspectives autour de cette mouvance du statut de l'objet s'ouvrent dans les lieux comme le LEØ. En témoignent les propos recueillis par le journaliste du Chiffon Gary Libot, lors d'un entretien avec une maman aidée par le LEØ: « Ce n'est pas seulement une aide temporaire qu'elle a pu recevoir ici, c'est un changement d'imaginaire qui s'est amorcé : "Maintenant, quand je vois une poubelle, parfois je regarde ce qu'il y a dedans. J'ai récupéré une tablette numérique une fois. Avant je l'aurai jamais fait." »¹³⁷ Il se joue, dans le statut de l'objet, une guerre des représentations en ce que la qualification du déchet est synonyme de la lutte menée par le LEØ. Lorsqu'il est question de vêtement, c'est davantage pour parler de la gratuité, du tri et des activités de revalorisation en direction des publics aidés. « C'est bien là l'apport fondamental de cette méthode : mettre au jour ce qui resterait caché par nos a priori catégoriel si l'on se limitait aux points de vue habituels. C'est-à-dire, si l'on se contentait d'étudier de façon compartimentée la production, puis la commercialisation, puis l'utilisation, puis la désuétude, puis la valorisation

135. KOPYTOFF, Igor, 1986. The cultural biography of things: commoditization as process. In : *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge : Cambridge University Press. pp. 64-92. P66-67.

136. DAGOGNET François, (1997) *Des détritius, des déchets, de l'abject : une philosophie écologique*, Coll. Les empêchements de penser en rond. Institut Synthélabo pour le progrès de la connaissance. Le Plessis-Robinson.

137. LIBOT, Gary, sans date. Laboratoire écologique zéro déchet : « Avec nos actions de récup' on ramasse la merde du capitalisme » - Le Chiffon. [en ligne]. [Consulté le 11 mars 2022]. Disponible à l'URL : <https://lechiffon.fr/laboratoire-ecologique-zero-dechet-avec-nos-actions-de-recup-on-ramasse-la-merde-du-capitalisme/>.

patrimoniale ». Je rajouterai qu'il me semble possible qu'un objet cumule des statuts, tout autant qu'il peut en traverser plusieurs au cours de sa vie.

Pour le vêtement au LEØ comme aux Galeries Lafayette, il y a une cumulation ou une ambivalence de statuts, que les catégories préexistantes ne me permettent pas de penser dans toute leur complexité.

B. Faire advenir l'autre dans le vêtement, un objet investi d'altérité.

Une autre pratique qui découle du réemploi, et plus particulièrement de la sélection, m'avait frappée lors de mon observation au LEØ. Au cours d'une discussion avec Amélie, Julie et Luciole, elles m'ont détaillé ce qui allait constituer les informations qui m'ont permis de construire le schéma présent en deuxième partie, sur toutes les pratiques qui découlent des dons.

Amélie parlait du bouchon dans le tri en ce moment, causé par le manque de cintres. Si les vêtements ne peuvent pas être suspendus, le tri s'arrête jusqu'à ce que la gratuiterie se vide un peu et que des cintres soient rendus libre, ou qu'un arrivage de cintres parvienne jusqu'au LEØ. Nous parlions du lien émotionnel que les gens ont parfois avec les objets. À la différence d'ici, à Noisy-le-sec, l'ancien lieu du LEØ, où a été conservé une gratuiterie ambulante, Amélie connaît mieux les gens qui se présentent pour prendre des vêtements.

Elle me raconte donc que, pendant l'étape de tri, tous ces gens sont avec elle : *« il y a plein de fois où je tri et je pense à des gens, je me dis, ha, ça, ça va lui plaire. »*¹³⁸

Il y a donc un investissement émotionnel de soi pour Amélie, qui poursuit : *« Ça me permet de mettre autre chose que la mécanique du tri, je mets de l'émotionnel dedans. Quand j'aurais perdu ça, je pense que j'arrêterai. »*¹³⁹

Elle me rappelle que cette posture est également possible car le LEØ, contrairement à d'autres associations, n'est pas tenu à une logique de rentabilité qui pousserait les habitants à faire du volume avant tout. Lucile rajoutera cette phrase, qui m'a fait voir le vêtement comme le reflet d'Autres que ceux qui le manipule à l'instant où il est trié : *« On se sent un peu ensemble quand on tri »*¹⁴⁰, en faisant référence aux personnes à qui le LEØ vient en aide. Le tri permettrait une communion par la mémoire, la projection de pensée comme le souvenir, mais est-ce vers un futur possible ?

Le vêtement réemployé est donc composé de ces multiples figures ; celle de l'ancien propriétaire dont la présence peut se manifester par les traces laissées, celle d'un futur propriétaire, appété dans la circulation de l'objet.

Il me serait impossible de faire état du même point de vue pour ce qui est de l'espace (re)store car je n'ai pas interrogé les acteurs•ices qui ont opéré aux sélections.

Nous avons pu, en revanche, voir qu'il y avait une prétention à souligner l'attention portée à la sélection dans les signes discursifs qui se rapportent aux vêtements. En cela, l'autre, en tant que futur acheteur, advient à travers cette précaution dans le discours. Il est le destinataire de ces

138. Annexe 15, p 45.

139. *Ibid*, p 45.

140. *Ibid* p 45.

mots. La marque curatrice est également une figure très présente qui parle d'elle-même, elle se fait exister comme garant du tri opéré. Je dirais qu'une troisième figure réside dans le discours, le Grand Magasin, qui permet à cette sélection d'être exposée et de créer cette rencontre entre le vêtement et le visiteur consommateur.

C. Déconstruire l'objet, revisiter nos environnements.

La marchandise, le vêtement réemployé, fait partie de cette culture matérielle qui consiste à regarder les objets qui nous entourent sous l'angle social, culturel, économique, communicationnel, dans les rapports que nous entretenons avec eux et le reste de nos environnements. Le vêtement non neuf, en tant que tel, ne me « dit » rien de ce que nous avons pu voir plus haut, il faut le voir pris dans l'action humaine, individuelle et collective, afin d'imaginer pouvoir répondre aux questions que posent son statut, sa valeur, sa circulation.

Il me semble que le vêtement réemployé, dans son déploiement massif, tend à construire un nouveau rapport aux objets. Les gestes qui l'accompagnent s'inventent à partir d'un matériel composite, entre les repères construits dans la consommation et « l'encyclopédie personnelle »¹⁴¹ de chaque individu. Les imaginaires qui l'entourent empruntent à une multiplicité de registres préexistants, qui viennent s'agréger, lui donnant la possibilité d'être la continuité d'un matérialisme compatible avec les multiples effondrements qui nous attendent.

Serait-ce dans la rationalisation de nos environnements, dans l'abandon de la propriété matérielle comme une sorte de contre-pouvoir apposé à l'objet qui nous entoure de toute part, que résiderait l'objet de la lutte ? Jean Baudrillard soulignait en ouverture de *La société de consommation* qu'il était advenue « une sorte de mutation fondamentale dans l'écologie de l'espèce humaine. À proprement parler les hommes de l'opulence ne sont plus tellement *environnés*, comme ils le furent de tout temps, par d'autres hommes que par des OBJETS. Leur commerce quotidien n'est plus tellement celui de leurs semblables que, statistiquement selon une courbe croissante, la réception et la manipulation de biens et de messages (...). »¹⁴²

L'objet est producteur de sens et un médium de notre rapport au monde, en ce qu'il nous met en relation avec lui. Ces objets-vêtements, qui nous entourent et que nous emportons avec nous, forment, autant que l'ensemble des interactions que nous entretenons entre humains, non-humains, ou encore avec notre pensée, un des éléments d'une « écologie de l'esprit » pour reprendre la théorie de Gregory Bateson¹⁴³. Une illustration de cela est la façon dont les objets rendent possible au LEØ le dialogue social autour de l'écologie, de la consommation et d'une certaine prise de conscience de son environnement d'objets. Par les objets, et leurs natures réemployées, se noue un tissu d'interactions qui passe par la parole, mais également l'action. Les dons, les allers-retours, le tri, la transformation, les échanges, sont au centre en tant que moyens et non en tant que raison de ces mouvements.

141. Umberto Eco, (1979), *Lector in fabula. Le rôle du lecteur*, LGF.

142. BAUDRILLARD, Jean. (1970), *La Société de consommation*. « Ses mythes, ses structures », Paris, Denoël, p 17.

143. Gregory Bateson définit son principe d'écologie de l'esprit comme ceci : « Nous arrivons ainsi à l'image d'une sorte d'enchevêtrement complexe, vivant, fait de luttes et d'entraides, exactement comme sur n'importe quelle montagne avec les arbres, les différentes plantes et les animaux qui y vivent - et qui forment, en fait, une écologie ». Gregory Bateson, *Une Unité sacrée - Quelques pas de plus vers une écologie de l'esprit*, chapitre 26, Seuil, Paris, 1996

III - Conclusion intermédiaire

Si les dispositifs qui escortent le vêtement agissent bien comme des éléments permettant l'attribution de son statut, c'est dans le statut lui-même que réside toute la complexité de l'analyse.

Nous avons observé que les deux dispositifs représentent des temporalités différentes liées au vêtement. Lorsque le dispositif marchand accentue largement le rapport au passé, le LEØ pointe davantage le présent et le futur du vêtement, à travers ses possibilités de transformation et ce qu'il permet de faire advenir hors de la consommation.

Afin de mettre à l'épreuve ce troisième axe de recherche : **la médiation du réemploi** (comme objet culturel) **renégocie constamment le statut intermédiaire de l'objet entre marchandise et déchet**, nous avons interrogé la valeur de l'objet comme principe économique et symbolique perméable à son environnement.

Le statut de marchandise induit néanmoins des valeurs négatives s'il est associé, comme c'est le cas dans l'imaginaire collectif, à un principe d'industrialisation avec la complexification des chaînes de production (baisse de qualité, séries, surabondance, scandales écologiques et humains...). Cela peut avoir fait perdre de la désidérabilité aux vêtements. Même si les vêtements présents dans l'espace (re)store ne sont pas moins des marchandises, le dispositif semble agir en prévention de cette perception, par l'opposition à ces valeurs négatives. En cela, le statut du vêtement est volontairement brouillé.

Il s'agit d'une redéfinition, une remédiation du statut de la marchandise par le dispositif.

Ainsi, la manipulation du réemploi comme imbriqué dans une perception écologiste de la mode est un gage de valorisation positive ayant une répercussion sur la valeur marchande de l'objet. C'est dans cette visée que les vêtements présents dans l'espace (re)store (sur)performent leur rôle de vêtements réemployés alors que ce n'est pas le cas au LEØ.

Le statut de l'objet est un état transitionnel dans sa biographie. Ainsi, le regarder comme un élément mouvant sur lequel les perceptions peuvent évoluer, faisant également évoluer sa qualification, permet une ouverture méthodologique bien plus large. La pensée interactionniste présente dans *L'écologie de l'esprit* de Bateson m'a permis de voir les objets-vêtements comme des éléments qui font advenir une pluralité d'échanges qui, en effet, participent à la requalification constante de leur statut.

Je dirais donc que l'axe de recherche qui considère la médiation du réemploi comme une négociation constante du statut de l'objet, est avérée. Néanmoins, il reste, à mon avis, une multitude de statuts transitionnels à interroger. C'est un travail qui sera à mon avis passionnant.

CONCLUSION

De toute évidence, ce travail ne saurait se conclure sans paraître incomplet. Mais il faut conclure. La problématique questionnée dans cette étude m'a permis d'interroger les représentations du réemploi dans leur relations complexes d'intrication, au sein de deux espaces qui ont constitué mes terrains d'observation, le squat écologique Laboratoire Zéro Déchet et l'espace (re)store des Galeries Lafayette.

J'ai pu entrevoir, selon l'enchaînement logique des axes de recherche, la façon dont ces représentations se tissent les unes avec les autres, dans les signes de la remédiation de la pratique du réemploi.

Premièrement, en faisant un détour du côté de l'historicité de la pratique, pour en retracer la genèse et les origines de sa perception, qui constitue une représentation qui se forme au sein d'un tissu social, inscrit lui-même dans le tissu urbain, économique et culturel.

La professionnalisation de la pratique du réemploi est liée à l'histoire de la gestion des déchets en ville. Cette cohabitation demeure comme une ombre au-dessus du statut de l'objet réemployé, tout comme au-dessus du statut des hommes et des femmes qui en ont la charge.

Fripiers, biffins, chiffonniers, puciers, tous participent à l'économie de la ville et à la gestion d'un problème public dans leurs activités périphériques à la consommation.

S'interroger sur la formation du vêtement en objet-déchet, a permis de mettre un cadre contextuel sur cette recherche : celui d'une consommation débordante dans le secteur de l'habillement, d'un gaspillage dans la consommation des objets qui entre en collision avec une urgence écologique à prendre au premier degré par tous les acteurs économiques et sociaux concernés.

À travers le premier axe de recherche, des principes d'influence entre les normes inhérentes à la pratique ordinaire de la consommation et la représentation du réemploi au LEØ, ont été déterminés. Il se trouve qu'il s'agit davantage d'une stratégie d'emprunt, que d'une nécessité subit par les acteurs•ices du LEØ. Ce qui vient construire ici la pratique du réemploi se trouve dans la richesse des liens qu'elle permet de faire advenir, dans l'élan de transformation qui caractérise le chemin suivi par certains vêtements qui deviennent autre chose que des déchets.

Néanmoins, une partie des repères qu'impose le système économique dans lequel baigne le LEØ autant que les Galeries Lafayette, dessinent des motifs en ombre chinoise. Contre la consommation qui apparaît en creux, le don. Contre le prix et la valeur marchande, la gratuité. En creux dans la disposition des vêtements, en creux dans les gestes des publics : les normes de consommation, comme des motifs imprimés. Le dispositif de la gratuiterie reproduit un simulacre de lieu marchand (vide grenier, friperie...) dont il ne conserve que les atours esthétiques afin de mieux s'y opposer, à travers le discours des acteurs, ces petits files tendus, dont les publics se saisissent parfois. Cette représentation est un espace de déconstruction de la passivité et de l'assistantat présent dans l'ordinaire de la consommation.

C'est également une représentation du réemploi qui se construit dans le présent et le futur de l'objet. Dans une possibilité tangible de ce que la part maudite¹⁴⁴ peut devenir avant d'être damnée pour de bon.

Il va de soi qu'une mobilisation collective, qui passe notamment par une circulation des savoirs faire qui entourent l'objet, est nécessaire à ce réemploi, tout comme l'est la réappropriation de la connaissance de nos objets-vêtements, afin de pouvoir les faire échapper à la fin tragique de la poubelle et du désintéressement.

Se loge, dans certains signes, plus que dans d'autres, une férocité du message à porter.

Le tri, par exemple, constitue un merveilleux outil de dissémination de revendications militantes pour le LEØ. Trier c'est apposer un certain nombre de critères, imposer une vision de façon discriminante. Trier est politique. Dans *Le champignon de la fin du monde* d'Anna Tsing cité à quelques reprises dans cette recherche, est fait une description extrêmement pertinente de ce que le tri fait au statut de l'objet.

On y découvre, dans un centre de tri du fameux champignon, des ouvriers qui de façon mécanique séparent les champignons suivant des critères de taille, de calibre, donc selon les critères d'un marché économique. Mais le champignon n'a pas toujours été une marchandise, et ne le restera pas. Avant cela, il était un végétal en culture dans les forêts de l'Oregon, et après cela, il sera objet presque sacré, offert en cadeau lors de cérémonies japonaises. Le tri a le pouvoir de redonner ou d'enlever de la valeur symbolique et marchande aux objets. Pour la pratique du réemploi, c'est une condition d'existence.

Nous avons ensuite porté un intérêt à la mobilisation, « prétexte » du réemploi, terme emprunté à Pierre Berthelot, afin de qualifier l'utilisation dissimulée et opportuniste de cette pratique dans un contexte marchand.

Pour poursuivre le parallèle que ma méthodologie en confrontation a permis, aux Galeries Lafayette, le tri est un signe dont les représentations sont également récurrentes, toutes sur un même registre. Il est figuré qu'une sélection de vêtements a été opérée avec soin, parfois dans des pays étrangers, afin de trouver des « trésors oubliés ». Le discours s'étale également en aval, en qualifiant sur l'étiquette le vêtement de « pépite », « bichonnée ». Le discours sur le tri est un élément majeur de la mise en scène marchande qui confère son unicité aux vêtements de l'espace (re)store.

L'invisibilisation d'un certain nombre d'actions relevant de la circulation du vêtement au profit de la « dérivation qu'opèrent les marques sur notre relation à notre environnement quotidien, [permet à] la logique du prétexte [d']éclairer [r] d'un jour nouveau débat sur l'importance symbolique du marchand dans notre époque. »¹⁴⁵

144. Je fais ici référence au texte de George Bataille titré *La part maudite*, essai d'économie si nous pouvons le résumer ainsi, publié en 1949. George Bataille y décrit le processus inévitable de gaspillage induit par l'énergie excédante propre à la croissance comme la *part maudite* du capitalisme. Cette part maudite n'étant pas reconnue comme une loi fondamentale de l'économie lors de la parution du texte, George Bataille propose de la détruire de façon consciente. Le vêtement issu de la mode jetable dont les propriétaires se séparent après l'avoir porté un petit nombre de fois est pour moi la *part maudite*. Il ne s'agit pas de l'objet seul, mais bien de lui et de son régime d'existence.

145. BERTHELOT, Pierre, (2005), « Les médias magasins : du prétexte à l'implication. » *Communication & langages*, pp 41-53. P51.

À travers cette étude de la relation de « prétexte », il m'a été possible de voir que les vêtements constituent des médiums (au sens de l'acceptation du terme faite en médiologie) et qu'ils produisent des effets par leur entremise, ils sont des « dispositifs véhiculaires »¹⁴⁶.

Cette proposition constitue davantage une interrogation sur la vocation de la communication.

Logée dans celle-ci, la possibilité d'une opérativité sociale de la valeur réemploi dans la consommation, autant à visée de profit, que pour faire naître des sortes de contre-pouvoir de la consommation, dont les vêtements réemployés seraient les passeurs.

Enfin, la médiation opérée par ces deux dispositifs vient renégocier le statut de l'objet contenu dans sa représentation. Pris entre marchandise, déchet et tout un tas d'autres statuts qu'il me semblerait très riche d'explorer, l'objet est investi d'un empilement de statut que les dispositifs de représentation viennent orienter tant que faire se peut. Le statut est un objet politique au même titre que le tri. Il permet, à l'image du choix des qualifications d'identités dans les communautés *queer* par exemple, de contester, ou de faire sien l'objet d'un rejet. En cela, le déchet en tant que qualificatif est un des statuts dont peut se parer l'objet-vêtement s'il est question, pour le LEØ notamment, de dénoncer les effets néfastes du capitalisme.

À l'inverse, dans un subtil jeu d'équilibre, le dispositif de l'espace (re)store se garde d'abriter des déchets, comme il se garde d'abriter des marchandises industrielles faisant advenir, à travers les tâches et traces d'usure présents sur les vêtements, des étiquettes, codes-barres, et prix, un statut intermédiaire, interstitiel.

Pour terminer, au vue de mes observations, je me risquerai dans cette conclusion à une supposition. La récupération par les marques des discours écologiques autour de la sortie de la consommation marchande, portés notamment par le LEØ, procéderait d'une dilution de l'opérabilité écologique du «réemploi», ainsi que d'un dessaisissement de sa possibilité à faire advenir une réduction de la consommation. Après tout, par quels truchements serait-il possible de conjuguer tendances, renouvellement et principe de sobriété dans la consommation ?

Cette exploration déductive nécessiterait une enquête en réception, afin de recueillir la perception des publics exposés à ces représentations sur le réemploi aux Galeries Lafayette ou ailleurs. Je n'ai pas eu l'occasion de pouvoir procéder à de tels travaux en plus de ceux déjà mis en œuvre dans cette recherche.

Néanmoins, si les acteurs économiques de la mode mobilisent une pratique qui contient la possibilité prometteuse d'une réduction drastique de la consommation de vêtements neufs, il ne me semble pas que cette mobilisation soit possible sans qu'advienne quelques opérations de dissimulation, de détournement ou d'euphémisation de la remise en cause profonde du système économique de la mode.

Au fond, peut-être que cette recherche se laisserait résumer comme une investigation ciblée sur les représentations du réemploi, pouvant trouver un écho précieux si elle s'inscrivait dans une lecture en réseau d'autres représentations. En effet, compte tenu de la récence et de l'ampleur du phénomène de la mobilisation du réemploi par les acteurs économiques, il semble redessiner les contours d'une consommation investie d'enjeux sociétaux et environnementaux forts. Il me semble qu'un travail de thèse concernant les mêmes problématiques pourrait

146. DEBRAY Régis, (2000), *Introduction à la médiologie*, Paris, PUF, coll. « 2nd cycle », p. 88

permettre d'apporter une actualisation de ce que consommer (pour le bien commun) veut dire, de ce que le réemploi fait à la consommation.

BIBLIOGRAPHIE

I - Ouvrages

- ADLER, Patricia A. et ADLER, Peter, (1987). *Membership Roles in Field Research*. SAGE.
- ALBERT, Anaïs, (2021). *La vie à crédit, la consommation des classes populaires à Paris (années 1880-1920)*. Éditions de la Sorbonne. Histoire de la France aux XIXe et XXe siècles.
- BARTHES, Roland, (1978). *Leçon. Texte de la leçon inaugurale prononcée le 7 janvier 1977 au Collège de France*. Média Diffusion.
- BARTHES, Roland, (1980). *La chambre claire: note sur la photographie*. Paris: Seuil. Cahiers du cinéma.
- BAUDRILLARD, Jean, (1968). *Le système des objets. La consommation des signes*. Paris: Gallimard.
- BAUDRILLARD, Jean, (1970). *La Société de consommation*.
- BEAUD, Stéphane et WEBER, F, (1997). *Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques*. [en ligne]. La Découverte.
- BEJAMIN Walter, (2013) [1939], *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, traduit par Frédéric Joly, préface d'Antoine de Baecque, Paris, Payot, coll. Petite Bibliothèque Payot.
- BERTHELOT-GUIET, (2013), *Parole de pub. La vie triviale de la publicité*: Editions Non Standard.
- BOLTANSKI, Luc et ESQUERRE, Arnaud, (2017). *Enrichissement : une critique de la marchandise*. [en ligne]. Gallimard. [Consulté le 9 avril 2022]. NRF Essais.
- CAILLÉ, Alain, (2019). *Extensions du domaine du don: Demander-donner-recevoir-rendre*. Arles: Actes Sud Littérature. Questions de société.
- DAGOGNET, François, (1989). *Eloge de l'objet: pour une philosophie de la marchandise*. Vrin.
- DAGOGNET, François, (1997). *Des détritiques, des déchets, de l'abject : une philosophie écologique*. Le Plessis-Robinson: Institut Synthélabo pour le progrès de la connaissance. Les empêcheurs de penser en rond.
- DEBRAY, Régis, (2000). *Introduction à la médiologie*. Paris: PUF. 2nd cycle.
- ECO, Umberto, (1979). *Lector in fabula. Le rôle du lecteur*. LGF.
- ECO, Umberto, (2008). *La guerre du faux*. Grasset.
- ERNER, Guillaume, (2008). *Sociologie des tendances: « Que sais-je ? » n° 3796*. Paris: Presses Universitaires de France. Que sais-je.
- ÉTIENNE, Candel, (2019). *Discours sur le déchet*. [en ligne]. Surfaces utiles. [Consulté le 11 mars 2022]. Disponible à l'adresse: <http://surfaces-utiles.org/discours-sur-le-dechet-etienne-candel.html>

GARCIN-MARROU Flore, (2020) *Penser le design avec la philosophie*, Strat école de design, Sèvres, Lyon.

GUY, Debord, (1967). *La société du spectacle*. Buchet-Chastel.

HARTOG François, (2003), *Régimes d'historicité. Présentisme et expériences du temps*, Paris, Éditions du Seuil.

HEGEL, F. Georg, (1998). *Fragment 65, Notes et fragments d'Iéna 1803-1806*. Aubier.

INGOLD, Tim, (2018). *Marcher avec les dragons*. Seuil. Essai.

JEANNERET, Yves, (2008). *Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels*. Paris: Hermès-Lavoisier. Communication, médiation et construits sociaux.

KRZYSZTOF Pomian, (1999 : 215), *Sur l'histoire*, Paris, Gallimard.

LÉVI-STRAUSS, Claude et LÉVI-STRAUSS, Claude, (1958). *Anthropologie structurale*. Plon Paris.

LOWENHAUPT TSING, Anna, (2017). Le champignon de la fin du monde. Sur la possibilité de vivre sur les ruines du capitalisme. *La Découverte*. 2017. pp. 32.

MARX, Karl, (1875). *Le capital*. Librairie du Progrès.

MAUSS, Marcel, (2007). *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. PUF. Quadrige Grands textes.

PEIRCE, Charles S., (1932). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce, Vol. II: Elements of Logic*. Cambridge: Harvard University Press.

PERETZ, Henri, (2004). *Les méthodes en sociologie: l'observation*. Paris: La Découverte. Repères.

PERRIOT Véronique, (2018), *Gratuité, essai à transformer*, Collectif L'ouvrage.

ROSA Harmut (2016), traduction française (2018) *Résonance. Une sociologie de la relation au monde*, Paris, La Découverte.

SEURRAT, Aude, (2014). *Écrire un mémoire en sciences de l'information et de la communication. Récits de cas, démarches et méthodes*. Sorbonne Nouvelle (Presses).

VEBLEN Thorstein, (1970) [1899], *La théorie de la classe de loisir*, Paris Gallimard.

II - Articles scientifiques

BABOU, Igor, (2019). « Vivre et créer dans les ruines du capitalisme : activisme, écologie et friches urbaines ». *Fig. Revue indépendante de critique architecturale*. [en ligne]. mai 2019. No. 5. [Consulté le 21 mars 2022]. Disponible à l'adresse: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02138618>

BAZIN Jean, (1996) « Interpréter ou décrire : notes critiques sur la connaissance anthropologique », in Jacques Revel & Nathan Wachtel, eds, *Une école pour les sciences sociales. De la V section à l'Ehess*. Paris, Le Cerf-Éd. de l'Ehess: 401-420.

- BERTHELOT, P., (2005). « Les médias magasins: du prétexte à l'implication ». *Communication & langages*.
- BERTHELOT, Pierre, (2009). « Du Bruit dans la Cuisine » : L'apport de la muséologie pour penser une scénographie marchande autour de la gastronomie. *Culture & Musées*. 2009. Vol. 13, no. 1, pp. 91-114.
- CAILLÉ, Alain et PRADES, Pierre, (2015). « Y croire. » Retour sur l'«efficacité symbolique» ». *Revue du MAUSS*. 11 décembre 2015. Vol. 46, no. 2, pp. 291-318.
- CORTEEL, Delphine, (2015). « Des déchets faire surgir une capacité d'agir. Enquête dans une association berlinoise de récupération ». *Ethnologie française*. 18 août 2015. Vol. 45, no. 3, pp. 511-522.
- CORTEEL, Delphine, (2016). « Réemploi : le travail de requalification des déchets en questions ». *Mouvements*. 1 septembre 2016. Vol. 87, no. 3, pp. 107-118.
- DAVALLON, Jean, (2004a). « La médiation: la communication en procès ». *Médiation & information (MEI)*. 1 janvier 2004. Vol. 19, pp. 37-59.
- DAVALLON, Jean, (2004b). « Objet concret, objet scientifique, objet de recherche ». *Hermès, La Revue*. 2004. Vol. 38, no. 1, pp. 30-37.
- DAVALLON, Jean, (2007). « Louis Marin : limites de la sémiotique et opérativité symbolique ». *Hermès, La Revue*. 2007. Vol. 48, no. 2, pp. 130-131.
- DESJEUX, Dominique, (1998). « Les échelles d'observation de la consommation ». *Comprendre le consommateur*. Paris: Éditions Sciences Humaines.
- FANTIN, Emmanuelle, (2018). « La publicité nostalgique d'elle-même. Du discours à l'objet de la consommation ». *Recherches en communication*. 2018. Vol. 46, pp. 117-130.
- FISSETTE, Jean, (2012). « Courte lecture de la notion d'icône chez Peirce ». *Intellectica*. 2012. Vol. 58, no. 2, pp. 277-284.
- LATOUR, Bruno, HENNION Antoine, (1996). « L'art, l'aura et la technique selon Benjamin, ou comment devenir célèbre en faisant autant d'erreurs à la fois ». *Cahiers de médiologie*. 1996. No. 1.
- LYON-CAEN, Judith, (2018). « Voir le passé dans les ruines romantiques : une histoire politique et littéraire ». *Sociétés & Représentations*. 2018. Vol. 45, no. 1, pp. 233-260.
- MAREC, Joëlle Le, (2002). « Situations de communication dans la pratique de recherche : du terrain aux composites ». *Études de communication*. 2002. No. 25, pp. 15-40.
- MARION, Philippe, (1997). « Narratologie médiatique et médiagenie des récits ». *Recherches en communication*. 1997. Vol. 7, pp. 61-87.
- MOURATIDOU, Eleni, (2018). « Le spectacle de la marchandise : imitations, illusions et croyances ». *Communication langages*. 2018. Vol. 198, no. 4, pp. 27-34.

SOULÉ, Bastien, (2007). « Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales ». *Recherches Qualitatives*. 2007. Vol. 27, pp. 127-140.

SUNG, Kyungeun, (2015). « A review on upcycling: Current body of literature, knowledge gaps and a way forward ». In: World Academy of Science, Engineering and Technology.

TISSERON, Serge, (1998). « De l'inconscient aux objets ». *Les cahiers de médiologie*. 1998. Vol. 6, no. 2, pp. 231-243.

VASSOR, Mathilde et VERQUERE, Laura, (2020). « Anna Lowenhaupt Tsing, Le Champignon de la fin du monde : sur la possibilité de vivre dans les ruines du capitalisme, Paris, La Découverte, 2017, 415 p ». *Communication et langages*. 1 décembre 2020. Vol. 205, no. 3, pp. 171-173.

III - Mémoires et thèses

ATTELEYN, Priscille, (2021). *Le Vintage est à la mode cette année. Pour une valorisation des comportements d'achats circulaires au sein du modèle économique de la fast fashion: le cas Mad Vintage*. Paris: CELSA, Sorbonne Université.

CASTRES, Astrid, (2019). *De la garde-robe au musée : La seconde vie des vêtements à l'époque moderne (fripe, emploi et ravaudage)*[en ligne]. LabEx CAP. Consulté à l'adresse: http://labexcap.fr/wp-content/uploads/2018/11/Projet_Labex_CAP_Astrid_Castres-1.pdf

IV - Presse et littérature grise

REVILLARD, Anne. Observation directe et enquête de terrain. *Anne Revillard*. [en ligne]. 4 décembre 2013. [Consulté le 19 mars 2022]. Disponible à l'adresse: <https://annerevillard.wordpress.com/observation-directe-et-enquete-de-terrain/>

DOCUMENTATION

I - Perspectives historiques et économiques

A. Ouvrages

BAUDELAIRE, Charles, (1868). *Les Fleurs du mal*. Michel Lévy Frères.

HEILBRUNN, Benoît, (2020). *La consommation et ses sociologies*. Armand Colin.

MONSAINGEON, Baptiste, (2017). *Homo detritus - Critique de la société du déchet*. Média Diffusion.

SINEK, Simon, (2009). *Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*. Penguin.

B. Articles scientifiques

CORCUFF, Philippe. « Individualité et contradictions du néo-capitalisme ». *SociologieS* [en ligne]. 22 octobre 2006. [Consulté le 19 mars 2022]. Consulté à l'adresse: <https://journals.openedition.org/sociologies/462>

RULLAC, Stéphane et BAZIN, Hugues. « Les biffins et leurs espaces marchands : seconde vie des objets et des hommes ». *Informations sociales*. 4 juillet 2014. Vol. 182, no. 2, p. 68-74.

II - Revue d'actualité

A. Presse et littérature grise

Chasse au plastique, vente en vrac... le Parlement adopte la loi contre le gaspillage, 2020. *Le Monde.fr*. [en ligne]. [Consulté le 11 mars 2022]. Disponible à l'adresse: https://www.lemonde.fr/planete/article/2020/01/30/chasse-au-plastique-vente-en-frac-le-parlement-adopte-la-loi-contre-le-gaspillage_6027824_3244.html

FR, FashionNetwork com, [sans date]. Monogram Paris s'installe aux Galeries Lafayette Haussmann. *FashionNetwork.com*. [en ligne]. [Consulté le 19 mars 2022]. Disponible à l'adresse: <https://fr.fashionnetwork.com/news/Monogram-paris-s-installe-aux-galeries-lafayette-haussmann,1329948.html>

GREENPEACE, C., 2016. *Timeout for fast fashion* [en ligne]. Disponible à l'adresse: <https://www.greenpeace.org/static/planet4-international-stateless/2018/01/6c356f9a-fact-sheet-timeout-for-fast-fashion.pdf>

PETIT, Renaud, 2020. L'impact environnemental de nos vêtements s'affichera bientôt sur les étiquettes - The Good Goods. *The GoodGoods*. [en ligne]. 18 décembre 2020. [Consulté le 3 janvier 2022]. Disponible à l'adresse: <https://www.thegoodgoods.fr/mode/limpact-environnemental-de-nos-vetements-saffichera-bientot-sur-les-etiquettes/>

TORGEMEN, Emilie, 2020. Pollution : «Le textile est le cinquième plus gros émetteur de gaz à effet de serre». *leparisien.fr*. [en ligne]. 24 janvier 2020. [Consulté le 11 mars 2022]. Disponible à l'adresse: <https://www.leparisien.fr/environnement/pollution-le-textile-est-le-cinquieme-plus-gros-emetteur-de-gaz-a-effet-de-serre-24-01-2020-8243226.php>

KOKABI REZA Alexandra, 2020. « S'habiller écolo ? Pas sur Vinted », *Reporterre.fr*. [en ligne]. 29 janvier 2020. [Consulté le 18.03.2022]. Disponible à l'adresse : <https://reporterre.net/S-habiller-ecolo-Pas-sur-Vinted>

III - Pratiques périphériques au réemploi

A. Presse et littérature grise

LIBOT, Gary, sans date. Laboratoire écologique zéro déchet : « Avec nos actions de récup' on ramasse la merde du capitalisme » - Le Chiffon. [en ligne]. [Consulté le 11 mars 2022]. Consulté à l'adresse: <https://lechiffon.fr/laboratoire-ecologique-zero-dechet-avec-nos-actions-de-re-cup-on-ramasse-la-merde-du-capitalisme/>

Reprendre une chaussette, sans date. *Coupe Couture* [en ligne]. [Consulté le 19 mars 2022]. Consulté à l'adresse: http://www.coupecouture.fr/2006/10/reprendre_une_chaussette.html

CHARPY Manuel, GUIEN Jeanne, BARTHOLEYNS Gil, [Interview] « l'étrange et folle aventure de nos objets quotidiens », *lundimatin.fr*, 3 janvier 2022, [Consulté le 19.03.2022]. Disponible à cette adresse : <https://lundi.am/L-etrange-et-folle-aventure-de-nos-objets-quotidiens>.

IV - Contexte linguistique





A. Articles scientifiques

QUAYLE, Nigel, 1994. « "Up" et le verbe à particule en anglais contemporain ». Presses Universitaires de Lille.

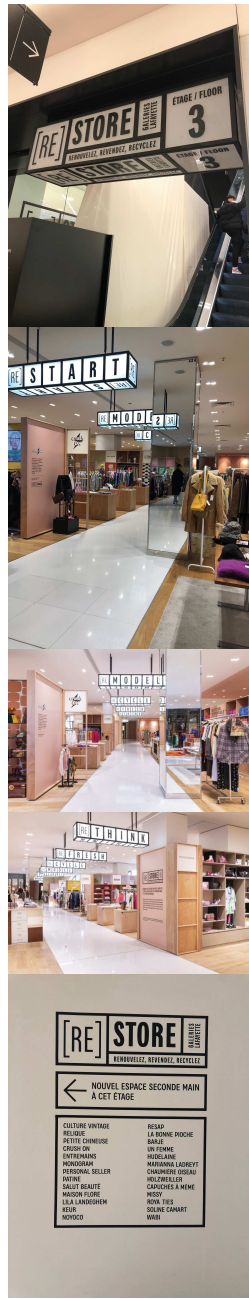
WEILL, Isabelle. « Re- dans tous ses états, un « préfixe » marquant l'aspect implicatif ». *Linx. Revue des linguistes de l'université Paris X Nanterre*. 1 mai 2009. No. 60, p. 119-140.

ANNEXE 1

GRILLE D'ANALYSE - GALERIES LAFAYETTE

SIGNES OBSERVABLES	PHOTOS (support du signe observable)	OBSERVATIONS (support du signe observable si pas photo)	DESCRIPTION / DÉNOTATION	ANALYSE / CONNOTATION + INTERPRÉTANT DU SIGNE
LE LIEU, UN ESPACE CONSTRUIT				
ALENTOURS			Les Galeries Lafayette se trouvent dans un carrefour marchand en plein centre de Paris, entouré d'autres magasins plus ou moins haut de gamme.	Les Galeries sont aussi sur un carrefour, le choix du quartier est historique, le magasin existe depuis le XIXème siècle. Les alentours nous donnent des indices sur la prétention affichée du magasin en termes de publics visés.
PLAN DES LIEUX	  	(ou il se situe dans les galeries + organisation de l'espace)	Un plan des lieux existe, il est affiché sur un mur visible de tous. C'est un plan d'évacuation, destiné aux pompiers pour les interventions. Il est près des escaliers. Autour de lui se trouvent d'autres marques, présentes dans espaces dédiés. Elles sont d'ordre différents. Il y a d'abord un espace qui a jailli entre deux de mes passages : "club couleur" avec des objets du quotidien liés à la consommation peints et rassemblés par couleur, rouge, bleu, vert... Certains articles sont exposés dans une mise en scène du marchand, certains sont à vendre.	Dire ce qui est intéressant dans ce plan, c'est surtout ce qu'il y a autour à vrai dire. L'espace (re)store n'est pas l'espace le plus facilement atteignable ni mis en avant. Il est au fond, au troisième étage. La présence d'autres <i>corners</i> de marques de mode jetable et de marque plus haut de gamme joue sur la perception de l'espace. Certes, l'espace (re)store est unique dans le grand magasin, mais il n'est pas isolé, il est pris comme une unité dans un ensemble d'autres propositions marchandes qui lui attribuent sa nature par effet de collection.

SIGNALÉTIQUE



La signalétique de l'espace (re)store est une signalétique créée à part du reste de la signalétique des G L. Elle est présente au rez-de-chaussé, et dans les différents espaces qui mènent à (re)store. À l'entrée de l'escalator, sur certains murs et enfin partout dans l'espace lui-même. Tout est composé autour de ce motif carré noir et blanc dont parfois le support sert aussi de lampe. Chaque lettres est séparée et parfois les mots qui accompagnent les lettres "re" changent. J'y trouve *rethink, refresh, remodel, restart, restore*. Les panneaux servent aussi à présenter les marques sur l'espace : elles sont rangées dans deux catégories. Les marques de "seconde main" et les marques "créatrices responsables".

- Les formes des panneaux comme des rubik cube que l'on peut moduler, assembler, désassembler, recomposer...
- L'ensemble des mots qui sont mobilisés font écho à la possibilité de créer quelque chose, positivité, futur etc
- le "re" est mis entre crochet en plus d'être dans une petite boîte noire, il est à différencier des autres éléments
- les mots sont en anglais (publics touristiques)
- Stratégie des 3 R, formule circulante écologiste. Optique de valoriser les déchets.


CIRCULATION

Observation


est elle fluide, comment est elle organisée, qu'est ce qu'elle me fait voir ?
*Faire schéma parcours circulation avec plusieurs hypothèses

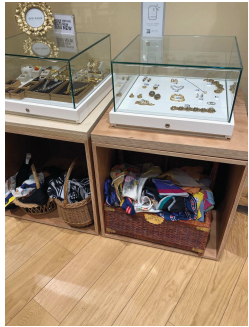

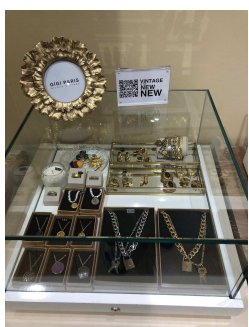
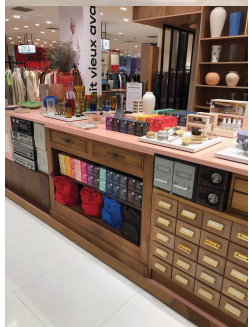
La circulation est différenciée par un changement de matière. Elle est très suggérée, entre le grand ruban de carrelage blanc et le parquet en bois pour les espace de marques. Néanmoins il est extrêmement facile de se rendre d'un espace à un autre.

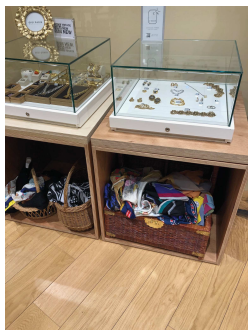
- circulation suggérée, non ferme, espace marchand + sens de circulation pas d'interdiction franche.
- À mettre en regard avec la circulation au LEO

<p>SÉPARATION / CLOISONNEMENT</p>		<p>Les espaces dans lesquels je peux ou ne peux pas aller, est ce que je suis invité à aller partout ou pas etc</p>	<p>Les cloisonnements se font par les meubles en bois, sorte de caisson, les mêmes partout, entre les espaces de marques. Des objets meubles peuvent servir à délimiter les espaces, à forcer à contourner, à tourner.</p>	<p>Nous pouvons presque passer partout. Les espaces non accessibles ne sont pas fermés mais sont les caisses, il y a quelqu'un derrière. S'il y a une personne je peux passer sans interdit.</p>
---------------------------------------	---	---	--	--


LA MISE EN SCÈNE


<p>OBJETS DE DÉCOR - PORTANTS - MOBILIER</p>			<p>Chaque espace à sa mise en scène Des choses en commun : les caissons de bois, qui séparent les espaces Univers très marqué chez Relique (année 70) Pas d'homogénéité Présence de caisse enregistreuses, comptoirs comme partout dans les G L</p>	<p>type de valeur : d'usage ? fonctionnel ? dépossédé ? mais encore manipulable ? détourné ? qu'est ce que c'était avant ?</p> <p>Beaucoup d'objets rétro -> recréation de salon (pièce à vivre) Cohabitation d'objets à vendre, de décoration, et de vêtement. Mise en scène marchande = vitrine + bac à fouille sur certain espace. On est très proche de la fripe + identité Galeries Lafayette.</p>
--	--	--	---	--




				
<p>MATIÈRES DOMINANTES</p>			<ul style="list-style-type: none"> - Carrelage - Bois - Miroir 	<ul style="list-style-type: none"> - Carrelage pour les voies de circulation, le bois et le parquet, cela permet de délimiter les espaces - le bois, ce grand classique pour signifier une matière écologique réemployé
<p>SONS / MUSIQUE / LUMIÈRE</p>	<p>Observation</p>	<p>(enregistrement)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Lumière néons blanche très forte -Musique en continue, sorte de soupe électro, peu distinguable. 	<p>Les lumières donnent évidemment une notion de temps fixé, qui ne passe pas, la musique en continue me rappelle lacement le divertissement continue de la société du spectacle. L'expérience est somme toute, assez classique à un magasin de vêtements de la même teneur, néanmoins, le fait d'avoir une mise en scène mêlant objets anciens, vêtements réemployés</p>
<p>COHABITATION OBJETS - VÊTEMENTS</p>	 		<ul style="list-style-type: none"> - Vitrine - Meubles détournés (réemploi) 	<p>Objets réemployés – mise en abime des vêtements, de leur fonction.</p>




				
<p>RESSENTI / EFFET DE L'ENVIRONNEMENT</p>			<p>Cadre de consommation</p>	<p>Emprunt à des univers de référence connus ? Friperie, dépôt vente de luxe, des emprunts.</p>





ÉLÉMENTS DISCURSIFS (EXERGUE)




<p>ÉLÉMENTS DISCURSIFS PRÉSENTS SUR LE LIEU</p>	<p>PHOTOS</p>	<p>TEXTE</p>	<p>ANALYSE</p>
<p>1</p>		<p>[RE]NOUVELEZ « retrouvez sur le (re)store galeries lafayette une marge sélection de pièce de seconde main, pour tous les style, toutes les envies et tous les prix ainsi qu'une offre mode & lifestyle responsable et circulaire labellisée go for good.</p> <p>Seconde main : Crush One, Cutlure vintage, Entemains, Monogram, Personal Seller, Petite Chinoise, Relique Création responsable : Barje Paris, Chaumière Oiseau, Hudelaine, La Bonne Pioche, Lila Landeghem, Keur Paris, Maison Flore, Marianna, Ladreyt, Noyoco, Patine, Resap, Salut beauté, Tête d'orange, Une femme.</p> <p>[RE]VENEZ Revenez vos vêtements et accessoires, grâce au service de [re]vente proposé par nos partenaires de seconde main. Rendez-vous sur leur</p>	<p>Il est où dans l'espace ? Sur quel support ? Visible comment ? Analyse de discours : quel énonciateur ? etc (cours Aude Seurrat</p> <p>Analyse faite dans la partie 2 - I . .</p>



		<p>corner pour découvrir leurs modalités de reprise. Crush on Entermain Personal Seller Petite Chinoise</p> <p>[RE]CYCLER Avec notre service De [re]cyclage, donnez une vie à vos textiles, ligne de maison, chaussures, flacons de parfum et emballage maquillage usagés, en échange points de fidélité A retrouver au -1 du magasin +20 points de fidélité « mes galeries » à chaque dépôt.</p>	
2		<p>Les Galeries Lafayette s'engagent pour changer la mode et le commerce.</p> <p><u>Sélection responsable</u> Des milliers d'articles plus responsables avec notre label GO for Good : fabrication impact sur l'environnement réduit et produits solidaires.</p> <p><u>Recyclage</u> Des services de collecte pour donner une seconde vie à vos textiles, chaussures, emballages cosmétiques et jouets usagés.</p> <p><u>Solidarité</u> Un engagement caritatif auprès de plusieurs associations, notamment avec l'arrondi en caisse et le don de nos invendus.</p> <p><u>Énergie</u> Des véhicules plus propres roulant au biogaz pour nos approvisionnements et une réduction continue de notre consommation d'énergie.</p> <p><u>Agriculture urbaine</u> Des milliers de plantes comestibles cultivées sur le toit du magasin pour favoriser la biodiversité.</p>	Analyse en partie II

3		<p>Relique Relique est une équipe de jeunes passionnés du vintage, nostalgiques d'une époque qu'ils n'ont pas connue. Inspirée par les années 70, leur sélection de vêtements et de décorations proposent un retour vers le passé pour mieux consommer dans le présent.</p> <p>www.relique.paris @relique.paris</p>	Analyse en partie II
4		<p>Culture Vintage Culture Vintage sélectionne avec soin des vêtements et accessoires de seconde main en provenance du monde entier, avec un focus spécial "japan fripe". Chaque pièce est unique, reflétant ainsi un moment particulier de la mode et certaines sont transformées.</p> <p>@culture_vintage</p>	Analyse en partie II
5		<p>Petite chinoise Petite chinoise est née du souhait de faire découvrir au plus grand nombre la passion du vintage. Dans les arrières boutiques, les brocantes et les endroits gardés secrets à Paris ou ailleurs, la fondatrice de la petite chinoise sillonne les friperies pour vous trouver des trésors oubliés.</p>	Analyse en partie II

6	 <p>Personal Seller paris</p> <p>LANCÉ EN 2019 PERSONAL SELLER PARIS EST LE PREMIER SERVICE DE PERSONAL SELLING POUR PARTICULIERS, UN SERVICE CLÉ EN MAIN ET DE TRÈS BELLES PIÈCES DE SECONDE MAIN, SÉLECTIONNÉES POUR LEUR QUALITÉ, LEUR BEAUTÉ ET LEUR PRIX.</p> <p>www.personalsellerparis.com @personalsellerparis</p> <p>ICI [re]VENEZ</p>	<p>Personal Seller paris, Lancé en 2019, personal seller paris est le premier service de personal selling pour particuliers, un service clé en main et de très belles pièces de seconde main, sélectionnées pour leur qualité, leur beauté et leur prix. www.personalsellerparis.com @personalsellerparis Ici [re]vendez</p>	Analyse en partie II
7	 <p>Bar à gin jeans</p> <p>pourquoi un jean vintage ? parce que c'était mieux avant ?</p> <p>#1 Produits dans une toile plus épaisse, sans stretch et ainsi plus ajustés, les jeans Levi's 501 vintage sont de vrais habitués de nos jours.</p> <p>#2 Coupe droite, taille mi-haute et braguette boutonnée, le 501 fait un ventre plat et de belles jambes longues.</p> <p>#3 Acheter un jean seconde main c'est "sauver" 10 000L d'eau soit 285 douches soit 10 mois de douches. Petit point Jamy: entre l'eau utilisée pour la culture du coton et celle employée à la production du tissu, 10 000L c'est la quantité moyenne d'eau utilisée pour produire un seul jean.</p> <p>entremains</p>	<p>Bar à jeans Pourquoi un jean vintage ? Parce que c'était mieux avant. #1 Produits dans une toile plus épaisse, sans stretch et ainsi plus ajustés, les jeans Levi's 501 vintage sont de vrais sublimateurs de fessiers. #2 Coupe droite, taille mi-haute et braguette boutonnée, le 501 fait un ventre plat et de belles jambes longues. #3 Acheter un jean seconde main c'est "sauver" 10 000L d'eau soit 285 douches soit 10 mois de douches. Petit point Jamy: entre l'eau utilisée pour la culture du coton et celle employée à la production du tissu, 10 000L c'est la quantité moyenne d'eau utilisée pour produire un seul jean... Entremains</p>	Discours mettant en avant des arguments écologiques, la solidité des matières, la coupe. Tout cela s'inscrit comme des arguments en contre de la production industrielle de la mode rapide.
8	 <p>Cette pépite vintage est unique, comme toi !</p> <p>Elle a été sélectionnée avec amour par des professionnels de la seconde-main pour sa qualité et son unicité.</p> <p>En lui offrant une seconde vie, tu as un impact positif sur la planète et tu permets à des commerçants passionnés de vivre de leur passion.</p> <p>Tailles équivalentes : S</p> <p>Veste Vintage 89,99€</p> <p>3 701520 100924</p>	<p>Cette pépite vintage est unique, comme toi ! Elle a été sélectionnée avec amour par des professionnels de la seconde main pour sa qualité et son unicité.</p> <p>En lui offrant une seconde vie, tu as un impact positif sur la planète et tu permets à des commerçants passionnés de vivre</p>	Analyse en partie II

		de leur passion. Tailles équivalentes : S (à la main) Code barre : veste vintage : 89,99€.	
9		Cet article de seconde main a été sélectionné avec soin parmi des milliers d'autres pour sa qualité. Son aspect unique lui confère toute sa valeur et son identité. À laver avec soin ou à nettoyer à sec. Sélectionné par EUREKA FRIPERIE. +33(2) 35 07 86 80	Analyse en partie II
10		C'était vieux avant Entremains c'est une curation de pièces de seconde main servies avec un grand sourire, promis, pas de puces de lit : cette pièce a été sélectionnée, lavée, réparée & bichonnée, quelques traces d'un amour passé peuvent néanmoins subsister. Code barre : Robe Fantaisie 69€.	Analyse en partie II
VÊTEMENTS			
DISPOSITION		- Portants bondés pour les espaces de friperie - Collection par couleur sur certain stand - tri par taille pour certains, d'autre très peu de vêtements par portants.	Disparité entre les dispositions, cela dépend du niveau de gamme, récréation de la rareté (luxe)
SYSTÈME(S) DE TRIAGE		-Par catégorie (jupe, pantalons etc...) - vintage (taille impossible) - Certain stand triés par couleur	- Des marchandises des marques créatrices sont davantage organisé en empruntant les codes d'une marchandise neuve.


				
TRACES D'USURE			Trace d'usure, tâche, trace de pli.	Etonnant pour un grand magasin de présenter des vêtements dans un état comme lui ci. Les vêtements étaient de moins bonne qualité que ceux au LEO. (de meilleur qualité initialement).
SIGNES DE REMISE EN ÉTAT	Observation (inexistants)		Inexistant	x
CIRCULATION DES VÊTEMENTS DANS L'ESPACE	Observation			- comment - par qui ? - dans quel état ? - quel traitement avant mise en rayon ? - Quel travail (humain) - STOCKAGE
TRANSFORMATION			- étiquette - mise sur un portant + cintre	Signe de marchandisation, étiquetage, remise des taille (car vêtements réemployé avec des taille qui ne correspondent pas forcément.)


				
PRATIQUES PÉRIPHÉRIQUES	NON VISIBLE			Mais mise en discours !!!
STOCKAGE	NON VISIBLE			Principe propre à un lieu marchand ?
LA PRATIQUE DU LIEU (LIEN ENTRE PRATIQUE ET CORPS)				
DISPOSITION DES CORPS DANS L'ESPACE (muséo)			Sensiblement correspondant à une pratique et des manipulations de vêtements dans un espace marchand.	Est ce qu'il y a du braconnage par rapport à la circulation induite par les dispositifs ? Pas vraiment observé cela.
RÔLES IDENTIFIABLES - SIGNES D'IDENTIFICATION	Observation (enregistrement)			Rôles TRES identifiable entre les vendeurs·euses et les clients·tes. Par leur position dans l'espace, leur mouvement, leur attitude etc.
TYPES D'INTERACTIONS ENTRE LES PERSONNE	Observation (enregistrement)			Très peu d'interactions entre vendeurs·ices et visiteur·ices.
TYPES D'INTERACTION AVEC LES VÊTEMENTS	Observation (enregistrement)			Vendeurs·euses : très peu d'interaction avec Client·e·s : regarde sans trop toucher, tournent autour des portants, un rapport plus distancier vs gratuiterie LEO.

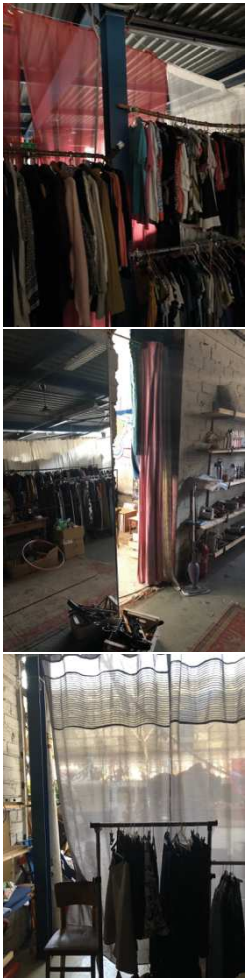
PRINCIPES DE RÉGULATION D'ACCÈS AUX VÊTEMENTS	Observation (enregistrement)			Les étiquettes, le dispositif marchand, les autres clients.
--	---------------------------------	--	--	---

ANNEXE 2

GRILLE D'ANALYSE - GRATUITERIE LEØ

SIGNES OBSERVABLES	PHOTOS (support du signe observable)	OBSERVATIONS (support du signe observable si pas photo)	DESCRIPTION / DÉNOTATION	ANALYSE / CONNOTATION (Interprétant du signe)
LE LIEU, UN ESPACE CONSTRUIT				
ALENTOURS			<p>Le LEØ se trouve sur un rond-point à Pantin entre Emmaüs et la Cité Fertile.</p> <p>Le rond-point est passant, et représente un point de circulation fort car il permet de rejoindre Paris.</p> <p>Les alentours donnent un paysage fait de rails de part la proximité de gare RER et d'anciens passages de train désaffectés qui sont à présent une friche.</p> <p>Il y a peu d'infrastructures et l'architecture est modeste.</p>	<p>Le LEØ est dans une triangulation de l'associatif de la ville de Pantin, néanmoins les acteurs sont bien différents et ne communiquent pas nécessairement entre eux. (Discussion avec Julie).</p> <p>Lorsque j'arrive aux abords du LEØ - je m'y suis rendu en vélo et en tram - je n'identifie absolument pas l'endroit où il se trouve car rien ne l'indique.</p> <p>L'environnement autour ne m'apparaît pas hostile, mais j'ai ce sentiment de lieu où l'on passe sans s'arrêter car la route est très présente, et que rien invite vraiment à la flânerie.</p> <p>Nous ne sommes pas non plus dans une zone marchande identifiable, il semble y avoir pour le peu de bâtiments, principalement des habitations.</p>
PLAN DES LIEUX	INEXISTANT	Note sur carnet, visualisation mentale.	Il n'y a pas de plan disponible du LEØ ou que je puisse prendre en photo. La gratuiterie se trouve à l'intérieur du squat, à côté de l'espace cuisine. Elle n'est pas visible depuis l'extérieur, ou même l'intérieur de la pièce principale.	Le fait qu'il n'y ai pas de plan du LEØ me donne des indications sur la nature du lieu. C'est un ancien bâtiment industriel pour lequel un plan réglementaire d'évacuation à dû exister .

				<p>Il n'est pas visible. Un plan donne des informations sur les activités du lieu en fonction de la répartition des espaces. C'est un objet politique.</p>
<p>SIGNALÉTIQUE</p>		<p>Texte : Gratuiterie ICI le dimanche 23 janvier 14/18h en extérieur Don de vêtements femmes & hommes, livre, vaisselle, bibelots, chaussures, linge de maison... "Partage & bienveillance Exigés !" info : labozero.org</p> <p>Texte : La gratuiterie est OUVERTE</p> <p>Texte : ESPACE DE GRATUITÉ PARTAGE ET BIENVEILLANCE</p>	<p>Le premier panneau se trouve accroché aux grilles du LEO. C'est un panneau qui donne des informations sur les activités du LEO. Informations factuelles écrites à la main.</p> <p>C'est un bout de carton peint qui est disposé à l'entrée de la gratuiterie dans le LEO, presque déjà dedans. Il a la fonction de signifier l'autorisation d'accès à cet espace.</p> <p>Ce panneau est disposé dehors lorsqu'une gratuiterie se passe en extérieur. Nous retrouvons la même phrase que sur la fiche à l'entrée.</p>	<p>Cela pose la question de comment rentre-t-on au LEO (pas du tout comme dans un magasin, les entrées ne sont possibles que lorsque c'est indiqué sur une très petite tranche horaire le dimanche par exemple et pas d'autres. En dehors de cela il faut être "coopté" par un habitant ou avoir quelque chose à y faire de bien particulier.</p> <p>Le lieu de se visite pas, il ne s'investit pas comme un objet mis en scène pour un public extérieur à satisfaire. Il conjugue la triple (quadruple?) fonction d'être un lieu de vie, un lieu d'hébergement, un lieu de stockage, d'accueil de public, d'éducation autour de thématiques militantes, environnementales etc</p> <p>J'en apprendrai plus sur la récurrence de la présence formalisée des valeurs de partage et gratuité dans un échange avec Amélie.</p> <p>Il n'y a pas d'homogénéité des supports dans la production d'une identité, néanmoins, tous les supports sont "bricolés" et</p>

				chaque objet est écrit à la main.
CIRCULATION	Observation	Observation	Circulation régulée par statut individuel + lien. Règles implicites , on est invité formellement dans certains espaces, on ne se rend pas tout seul où on veut, on ne peut pas vraiment déambuler, sauf dans l'espace principal lorsqu'on est à l'intérieur.	La circulation au LEO suit des règles liées à la profondeur des liens que l'individu entre avec le lieu et ses habitants tout comme ce qu'il doit y faire et encore à la nature double du LEO lieu de vie. J'ai ressenti cette gêne à aller regarder, comme si mon regard allait esthétiser la pièce. Je n'ai pas non plus demandé une visite, car je savais que certains espaces étaient privés.
SÉPARATION / CLOISONNEMENT		Les espaces auxquels je peux ou ne peux pas accéder, est ce que je suis invité à aller partout ou pas etc	La séparation des espaces se fait avec des bouts de tissus ou des murs déjà présents ou par les objets eux mêmes.	Souvent, vu que les volumes sont très grands (bat indus) et qu'il n'a pas été question de construire des cloisons, c'est la disposition des objets en collections qui va générer des "espaces" différents. Cf les pièces de vélos etc = activité de démantèlement pour recyclage.



LA MISE EN SCÈNE


OBJETS DE DÉCOR
- PORTANTS -
MOBILIER





Très peu d'objets de décoration, à vrai dire il n'y a qu'un miroir qui est donc bien dans sa fonction d'usage, même s'il se trouve entre objet de décoration et objet fonctionnel. Autrement, le mobilier et les étagères ne montrent aucune unité esthétique. Des cartons pour créer des unités d'objets. Certains objets sont sales, présentent des traces d'usure, des planches en moins.

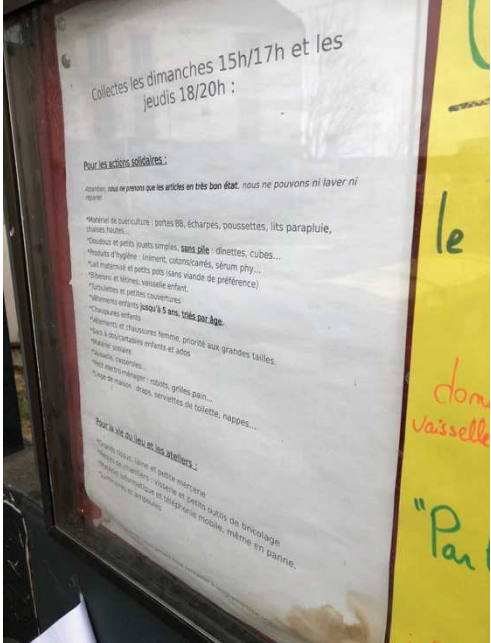
-> très peu d'objets décoratifs : une nappe, un miroir, un tapis. Les présentoirs / étagères sont issues de dons ou de trouvailles. Il n'y a pas d'objets prétextes hormis ces trois, la **valeur fonctionnelle** est mise en avant devant l'aspect décoratif. Néanmoins, des tapis au sol. Julie me dit que c'est pour "rendre la pièce plus chaleureuse". Il y a un éclectisme dans les objets qui composent la gratuiterie, autant dans les objets de décors que dans les vêtements. Accueil de mères isolées qui sont sorties de la consommation de vêtements. Le plaisir d'avoir le choix et de "consommer". -> "ce n'est pas parce que c'est gratuit que cela doit être sale ou mal présenté", tiré d'un entretien avec Amélie présenté en annexe.

				
<p>MATIÈRES DOMINANTES</p>			<p>Le béton au sol Le bois des étagères et de certains objets-présentoirs. Les tissus qui séparent l'espace.</p>	<p>Il n'y a pas eu de choix dans les matières du sol et des murs. Cet espace est construit sur un espace préexistant, avec lui et non pour lui-même. Faire avec l'existant comme le lieu en lui-même dont les aménagements s'additionnent à la structure elle-même. (vivre dans les ruines du capitalisme.) Le choix s'est fait sur les tissus qui séparent l'espace entre ce qui est disponible et la prétention à faire de cet endroit un endroit chaleureux.</p>
<p>SONS / MUSIQUE / LUMIÈRE</p>	<p>Observation</p>		<p>Son: dépend des moment d'observation, pas de cohérence selon mes visites; on entend les gens à côté discuter. Parfois de la musique qui vient de la pièce principale. Parfois une ventilation ou un chauffage Lumière s'il fait nuit dehors alors deux lampes sont disponibles mais elles n'éclairent pas toute la pièce. En journée la lumière pénètre bien car le plafond du Leo à certain endroit est translucide.</p>	<p>L'extérieur et le quotidien du lieu font partie de l'ambiance de ce lieu. J'entendais souvent les discussions ayant cours dans la cuisine, parfois liées à des situations d'urgences, parfois des blagues. Nous ne sommes pas mis dans une bulle lorsque nous sommes dans la gratuiterie. Je n'ai pas la sensation d'un lieu de distraction</p>

<p>COHABITATION OBJETS - VÊTEMENTS</p>			<p>Objets présents, par ordre d'importance Vaisselle Jeux enfants Des disques vinyles Des DVD Bijoux Jeux enfants Bibelots Ballons Petit électroménager</p>	<p>À la manière des magasins solidaires comme Emmaüs, on y trouve souvent de la vaisselle avec des vêtements. Comme des objets dont les personnes concernées par ce lieu manquent principalement pour "fonctionner" - se nourrir. On trouve aussi des jeux pour enfants parce que les publics qui viennent au LEØ sont des mères. Nous pouvons retracer les publics qui viennent dans cet endroit par les objets qui sont présentés dans l'espace.</p>
<p>RESSENTI / EFFET DE L'ENVIRONNEMENT</p>		<p>Observation : Note sur carnet de bord</p>		<p>Je n'ai pas pu m'empêcher de me sentir dans un espace entre Emmaüs et une friperie (c'est dû à ma pratique de ces endroits) - le froid / un inconfort. - un sentiment assez joyeux de bricolage aussi dû à l'effet d'abondance. - un cadre de consommation créé par les portants, le miroir,</p>


ÉLÉMENTS DISCURSIFS (EXERGUE)


ÉLÉMENTS DISCURSIFS PRÉSENTS SUR LE LIEU	PHOTOS	TEXTE	ANALYSE
1		<p>ESPACE DE GRATUITÉ PARTAGE ET BIENVEILLANCE</p>	<p>Qualification de l'espace par le LEO Ecriture à la craie rose sur un tableau d'ardoise Lettre en majuscule. Volonté performative Énonciateur : pas de sujet, une proposition descriptive qui induit un comportement. Discours non embrayé, qualifié de "récit" narratif (qui nous raconterait ce qu'est cet espace.</p>
2	 <p>Image 1 : Le LEO, une association créée en janvier 2019. Le LEO propose (gratuitement ou à prix libre, pour tous·tes) :</p> <ul style="list-style-type: none"> -> Un atelier d'auto réparation et de construction (+matériau·thèque gratuite) -> un atelier couture zero dechet -> une cantine <u>végétale</u> à prix libre -> des actions de compostages expérimentales -> une <u>gratuiterie</u> -> des <u>dons</u> de colis alimentaires et vestimentaires, des dons de meubles etc. pour des familles démunies (70-100 colis/mois). -> de l'<u>hébergement d'urgence</u> et accompagnement individuel pour les femmes et mineurs isolés -> une plateforme logistique de dons de produits d'hygiène d'ACF redistribués aux assos du 93 -> une étude ethno-photographique réalisée par Igor Babou depuis 3 ans (voir livre <u>vivre la friche</u>). 	<p>Image 2 : -> Un lieu de vie ouvert sur le quartier (projection, débats, conférence, stockages, réunions, etc). -> des actions de renaturation dans deux friches. Mais aussi, via des asso. et professionnels engagé·es à nos côtés: -> cours de français (pour femme) -> atelier parentalité -> groupe de parole (pour femmes mères) -> atelier boxe féministes -> atelier d'autodéfense féministe, en mixité choisie -> distribution alimentaire, maraudes, ateliers low tech -> amap -> atelier divers (sérigraphie, soudure, crochet etc...) Aujourd'hui nous avons besoin d'un lieu pérenne pour continuer. Info : labozero.org</p>	<p>Ce support a une vocation de présentation et de description des activités du LEØ aux publics qui se présentent lors des événements, ce sont deux panneaux de liège sur lesquels deux feuilles de couleur rouge ont été épinglées avec écrit dessus au feutre noir un descriptif assez dense en information. Cela est à relier avec le statut du lieu et le besoin de prouver l'utilité du lieu pour rentrer dans les cases administratives demandées pour ne pas subir d'expulsion. L'enjeu de montrer une utilité sociale permet de jouer en la faveur du squat auprès des politiques concernés. Le panneau est principalement une liste qui permet l'effet d'accumulation, nous retrouvons également des données chiffrées qui permettent de quantifier le travail effectué. Le texte finit d'ailleurs par une phrase à la fonction d'interpellation ou le LEØ parle en utilisant le "nous" alors que le reste du document parle du LEØ</p>

			<p>à la troisième personne. Nous pouvons également voir à travers ces activités que deux pôles dominant : un lié aux enjeux écologiques, et l'autre lié à des enjeux sociaux.</p> <p>Le grand nombre d'ateliers nous renseigne aussi sur la circulation des savoirs au sein du lieu. Les ateliers sont des dispositifs qui permettent l'appropriation de savoirs par les publics présents.</p>
<p>3</p>		<p>texte : “Collectes les dimanches 15h/17h et les jeudi 18/20h <u>Pour les actions solidaires</u> : Attention, nous ne prenons que bon état, nous ne pouvons ni laver ni réparer.</p> <ul style="list-style-type: none"> *Matériel de puériculture : porte BB, écharpes, poussettes, lits parapluie, chaises hautes... *Doudous et petits jouets simples, sans pile : dinettes, cubes... *Produits d'hygiène - Insecte, cotoncarrés, sérum phy... *Lait maternisé et petits pots (sans viande de préférence) *Biberons et tétines, vaisselle enfant. *Turbulette et petite couverture *Vêtements enfants jusqu'à 5 ans, triés par âge. *Chaussures enfants *Vêtement et chaussures femme, priorité aux grandes tailles. *Sac à dos/cartables enfants et ados *Matériel scolaire *Vaisselle, casseroles... *Petit électroménager : robot, grilles pain... *Linge de maison : draps, serviettes de toilette, nappes... <p><u>Pour le site du lieu et les ateliers</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> *Casseroles, tasses, verre et coupe marbre *Bouteilles en plastique - vaisselle et petits outils de bricolage *Casseroles et vaisselle et téléphone mobile, même en panne. *Casseroles et vaisselle 	<p>C'est un panneau d'affichage qui se trouve sur la grille d'entrée du LEØ. À côté de l'affiche écrite à la main qui signale la date de la prochaine gratuité. Ce document contient un aspect plus fixe de par l'impression des caractères et la mise sous verre. Il s'agit d'une liste de choses reliées aux collectes des dons appelés : “ actions solidaires”. Cela engage immédiatement une forme de militantisme dans l'intentionnalité du don.</p> <p>Cette liste précise que les dons de vêtements doivent respecter certaines règles imposées par le LEØ comme la propreté et l'absence de trous ou de tâches, spécifié par la mention “très bon état”.</p> <p>Je le découvrirais en parlant avec Amélie qui m'affirme qu'elle met un point d'honneur à ce que les dons ne soient pas un moyen de se débarrasser de ses vieux trucs pour les personnes. Plusieurs fois elle a parlé d'être, en parlant du LEO, “la poubelle”. Nous retrouvons également des traits exposés dans le système de tri : les jouets sans piles, par exemple. Néanmoins, lorsque je croise avec</p>


		<p><u>Pour la vie du lieu et les ateliers :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> *Grands tissus, laine et petite mercerie *Reste de chantier : visserie et petits outils de bricolage *Luminaires et ampoules 	<p>ce que Julie m'a confié dans l'entretien du 12.01, certains critères de tri n'apparaissent pas comme le fait d'éviter les vêtements enfants trop genrés ou les jeux dont les règles se fondent sur des principes capitalistes d'enrichissement. Il y a donc des critères qui ne s'exposent pas directement et qui font œuvre d'une transmission orale, d'un travail "d'éducation" face aux personnes qui donnent.</p>
--	--	--	--



LES VÊTEMENTS



DISPOSITION			<p>Sur portant bricolé disposés tout autour de la pièce ainsi qu'au milieu</p> <p>Pas d'homogénéité pour les cintres, certains sont abimés, tous sont des cintres de « pressing ».</p>	<p>Impression d'abandon, les portants sont surchargés. Impression globale de qualité moyenne, beaucoup de jeans, très forte hétérogénéité dans les vêtements + cintres. Sauf pour les catégories (pantalon, pull, etc.)</p>
-------------	--	--	--	---

				
--	---	--	--	--

CIRCULATION DES VÊTEMENTS DANS L'ESPACE : SUIVI DU CHANGEMENT D'ÉTAT


<p>SYSTÈME(S) DE TRIAGE</p>			<p>J'ai eu l'occasion de faire deux séances de tri avec Julie qui m'avait au préalable expliqué le système. Etat / grande taille femme de coté car beaucoup de besoins / puis le stock de réserve par type + un portant de ce qu'on trouve vraiment chouette et qui peut aller directe dans la gratuiterie.</p>	<p>C'est étonnant de voir à quel point on se prend vite au jeu, on voit à travers les dons, les personnes qui ont donné, leur style de vie presque, leur habitude (si les vêtements sont bien pliés, propres etc, le type de sac dans lequel le don a été fait)... Il y a un espace donc de stockage pour faire le réassort de la gratuiterie, et démanteler ce qui a besoin de l'être</p>
<p>TRACE D'USURE</p>	<p>Observation</p>		<p>Peu de traces d'usure. Dans les dons, oui, quelques vêtements tachés, ou avec des traces d'usure mais ils ne passent pas le tri et ne se retrouve pas dans la gratuiterie.</p>	<p>Les traces d'usure ou les trous / taches ne sont pas des signes qui vont ajouter de la valeur symbolique au vêtement, bien au contraire.</p>
<p>SIGNE DE REMISE EN ÉTAT</p>	<p>Observation</p>		<p>Aucun</p>	<p>Si le vêtement n'est pas utilisable, il part au démantèlement. Il y en a trop pour que le LEO remette en état chaque vêtement. Néanmoins, ils seront valorisés.</p>
<p>CIRCULATION DES VÊTEMENTS</p>	<p>Zone de stockage, table de tri</p>		<p>Voir le schéma en annexe 7 pour le trajet du vêtement.</p>	<p>- comment - par qui ? - dans quel état ? - quel traitement avant mise en rayon ? - Quel travail (humain) - STOCKAGE</p>

	<p>Bac de cintre</p> 			
<p>TRANSFORMATION</p>			<p>Artisanat Banderoles militantes Pelote pour atelier</p>	<p>Un grand nombre de transformations adviennent au LEØ sur le vêtement, mais elle n'adviennent pas dans le but de le remettre en circulation pour un don, elles adviennent dans le but de faire quelque chose de la matière, de trouver des solutions qui évite de jeter.</p>

<p>PRATIQUES PÉRIPHÉRIQUES</p>			<p>Métier à tisser bricoler pour faire les quadrillage d'éponge en tissu.</p>	<p>Les banderoles comme ce type de transformations sont des pratiques périphériques, elles permettent en plus de faire advenir u moment de partage, de mise en commun de savoirs</p>
<p>STOCKAGE</p>			<p>Zone de stockage de vêtements et réassort pour la gratuiterie et la préparation des colis pour les enfants.</p>	<p>L'espace du LEØ, de par le fait que ce soit deux hangar permet l'accueil d'un large volume de dons et ainsi des zones de stockage immenses. Elles sont accessibles aux associations qui donnent (Armée du salut par exemple)</p>

LA PRATIQUE DU LIEU (LIEN ENTRE PRATIQUE ET CORPS)

<p>DISPOSITION DES CORPS DANS L'ESPACE</p>			<p>Une certaine timidité dans l'approche des portants pour certains, d'autres, qui connaissent mieux le principe n'hésite pas à tout regarder et à prendre à tour de bras. Les personnes passent du temps à regarder les vêtements mais l'hésitation n'est pas la même que celle que j'ai pu voir dans les G L. Peut-être se posent ils elles davantage la question de l'usage ?</p>	<p>Est ce qu'il y a du braconnage par rapport à la circulation induite par les dispositifs ? Cela dépend beaucoup de la position face au don et à la gratuité. Position de corps similaire à celles qu'on retrouvent dans des vides grenier, les gens vont vers la typologie d'objet qui les intéressent (vaisselle, disques...)</p>
--	---	--	--	--

RÔLES IDENTIFIABLES - SIGNES D'IDENTIFICATION	Observation		Plutôt par rapport à la position dans l'espace mais très peu différenciable.	Plutôt par rapport à la position dans l'espace mais très peu différenciable.
TYPES D'INTERACTIONS ENTRE LES PERSONNE			Les publics entre eux très peu Publics -> Habitants Leo oui	J'ai été prise pour une organisatrice de l'évènement tout de suite. Très facile de le feindre : immobilité + position d'accueil.
TYPES D'INTERACTION AVEC LES VÊTEMENTS	Observation		<p>Les personnes passent du temps à regarder les vêtements mais l'hésitation n'est pas la même que celle que j'ai pu voir dans les G L. Peut-être se posent ils elles davantage la question de l'usage ? Impossible d'essayer sur place</p> <p>Le LEO ne donne pas de sac, donc limité à sa propre capacité</p> <p>Les publics baladent les vêtements choisis avec eux.</p> <p>C'est rare qu'ils reposent un vêtement qu'ils ont choisi</p> <p>Quand un vêtement tombe, ils ne le ramassent pas systématiquement.</p>	essaye pas essaye - manipulation longue, est ce que le les balades avec eux ? est qu'il les plient?
PRINCIPES DE RÉGULATION D'ACCÈS AUX VÊTEMENTS	Entretien Amélie + observation		Discours des habitants du LEO + moi sur le fait de prendre soin de l'espace	Amélie me dit qu'elle repère les gens qui sont la pour tout rafler. Certains viennent avec de gros sacs, mais elle va les voir et leur explique que la quantité ne résout rien.

ANNEXE 3

CODAGE DES TEXTES ENCARTS MARQUES GALERIES LAFAYETTE

TEXTES ENCARTS	QUALIFICATIFS VÊTEMENTS	PRATIQUES PÉRIPHÉRIQUES	DISCOURS MARQUE	IMAGINAIRES CONVOQUÉS - REGISTRE	META DONNÉES
<p>Relique Relique est une équipe de jeunes passionnés du vintage, nostalgiques d'une époque qu'ils n'ont pas connu. Inspirée par les années 70, leur sélection de vêtements et de décorations proposent un retour vers le passé pour mieux consommer dans le présent.</p> <p>www.relique.paris @relique.paris</p>	<p>vintage années 70 (héritage passé)</p>	<p>leur sélection (curation)</p>	<p>une équipe de jeunes passionnés nostalgiques d'une époque qu'ils n'ont pas connu</p> <p>un retour vers le passé pour mieux consommer dans le présent.</p>	<p>nostalgiques années 70</p>	<p>www.relique.paris @relique.paris</p>
<p>Petite chinoise Petite chinoise est née du souhait de faire découvrir au plus grand nombre la passion du vintage. Dans les arrières boutiques, les brocantes et les endroits gardés secrets à paris ou ailleurs, la fondatrice de la petite chinoise sillonne les friperies pour vous trouver des trésors oubliés.</p>	<p>vintage pour vous trouver des trésors oubliés. (préciosité - passé)</p>	<p>Dans les arrières boutiques, les brocantes et les endroits gardés secrets à paris ou ailleurs</p> <p>sillonne les friperies (curation)</p>	<p>Petite chinoise est née du souhait de faire découvrir au plus grand nombre la passion du vintage</p> <p>la fondatrice de la petite chinoise</p>	<p>Dans les arrières boutiques, les brocantes et les endroits gardés secrets à paris ou ailleurs (voyage - exotisme - préciosité)</p>	
<p>Personal Seller paris, Lancé en 2019, personal seller paris est le premier service de personal selling pour particuliers, un service clé en main et de très belles pièces de seconde main, sélectionnées pour leur qualité, leur beauté et leur prix.</p> <p>www.personnalsellerparis.com</p>	<p>de très belles pièces de seconde main, pour leur qualité, leur beauté et leur prix.</p>	<p>un service clé en main (service d'achat, de réception, remise en état et vente du vêtement)</p> <p>sélectionnées (curation)</p>	<p>Lancé en 2019, personal seller paris est le premier service de personal selling pour particuliers</p>	<p>le premier service de personal selling pour particuliers</p>	<p>www.personnalsellerparis.com @personnalsellerparis</p>

<p>@personalsellerparis Ici [re]vendez</p>					
<p>Culture Vintage Culture Vintage sélectionne avec soin des vêtements et accessoires de seconde main en provenance du monde entier, avec un focus spécial "japan fripe". Chaque pièce est unique, reflétant ainsi un moment particulier de la mode et certaines sont transformées.</p> <p>@culture_vintage</p>	<p>de seconde main Chaque pièce est unique (unicité)</p>	<p>sélectionne avec soin du monde entier (curation)</p> <p>reflétant ainsi un moment particulier de la mode et certaines sont transformées. (héritage histoire, patrimoine commun, mode)</p>	<p>x</p>	<p>du monde entier (voyage - exotisme) (unicité)</p>	<p>@culture_vintage</p>

ANNEXE 4

CODAGE DES TEXTES ÉTIQUETTE MARQUES GALERIES LAFAYETTE

TEXTES ÉTIQUETTES	QUALIFICATIFS VÊTEMENTS	PRATIQUES PÉRIPHÉRIQUES	DISCOURS SUR LA MARQUE	CONSIGNES - TRANSFORMATION OPÉRÉES	IMAGINAIRES CONVOQUÉS - REGISTRE	META DONNÉES
<p>(Culture Vintage) Cet article de seconde main a été sélectionné avec soin parmi des milliers d'autres pour sa qualité. Son aspect unique lui confère toute sa valeur et son identité. À laver avec soin ou à nettoyer à sec. Sélectionné par EUREKA FRIPERIE. +33(2) 35 07 86 80</p>	<p>Cet article de seconde main pour sa qualité</p> <p>Son aspect unique lui confère toute sa valeur et son identité.</p>	<p>a été sélectionné avec soin parmi des milliers d'autres</p>	<p>(meta données)</p>	<p>À laver avec soin ou à nettoyer à sec.</p>	<p>sélectionné avec soin (soin)</p>	<p>Sélectionné par EUREKA FRIPERIE. +33(2) 35 07 86 80</p>
<p>(Crush on) Cette pépite vintage est unique, comme toi ! Elle a été sélectionnée avec amour par des professionnels de la seconde main pour sa qualité et son unicité.</p> <p>En lui offrant une seconde vie, tu as un impact positif sur la planète et tu permets à des commerçants passionnés de vivre de leur passion.</p> <p>Tailles équivalentes : S (à la main)</p> <p>Code barre : veste vintage : 89,99€.</p>	<p>Cette pépite vintage est unique, comme toi !</p> <p>pour sa qualité et son unicité.</p>	<p>Elle a été sélectionnée avec amour</p>	<p>par des professionnels de la seconde main</p>	<p>En lui offrant une seconde vie, tu as un impact positif sur la planète et tu permets à des commerçants passionnés de vivre de leur passion.</p>	<p>sélectionnée avec amour (soin - attention)</p> <p>En lui offrant une seconde vie, tu as un impact positif sur la planète</p>	<p>Tailles équivalentes : S (à la main)</p> <p>Code barre : veste vintage : 89,99€.</p>

<p>(Entremain) C'était vieux avant Entremains c'est une curation de pièces de seconde main servies avec un grand sourire. Promis, pas de puces de lit : cette pièce a été lavée, réparée & bichonnée. Quelques traces d'un amour passé peuvent néanmoins subsister. Code barre : Robe Fantaisie 69€.</p>	<p>de seconde main</p>	<p>c'est une curation</p>	<p>Entremains c'est une curation de pièces de seconde main servies avec un grand sourire.</p>	<p>Promis, pas de puces de lit : cette pièce a été lavée, réparée & bichonnée. Quelques traces d'un amour passé peuvent néanmoins subsister.</p>	<p>C'était vieux avant bichonnée Quelques traces d'un amour passé peuvent néanmoins subsister. (anthropomorfisa tion - émotionnel - soin)</p>	<p>Code barre : Robe Fantaisie 69€.</p>
--	------------------------	-------------------------------	---	--	---	---

ANNEXE 5

EXTRAIT DE LA SECTION « QUALIFICATIFS VÊTEMENTS »

QUALIFICATIFS VÊTEMENT	vintage années 70 (héritage passé)
	vintage pour vous trouver des trésors oubliés. (préciosité - passé)
	de très belles pièces de seconde main, pour leur qualité, leur beauté et leur prix.
	de seconde main Chaque pièce est unique (unicité)
	Cet article de seconde main pour sa qualité Son aspect unique lui confère toute sa valeur et son identité.
	Cette pépite vintage est unique, comme toi ! pour sa qualité et son unicité.
	de seconde main

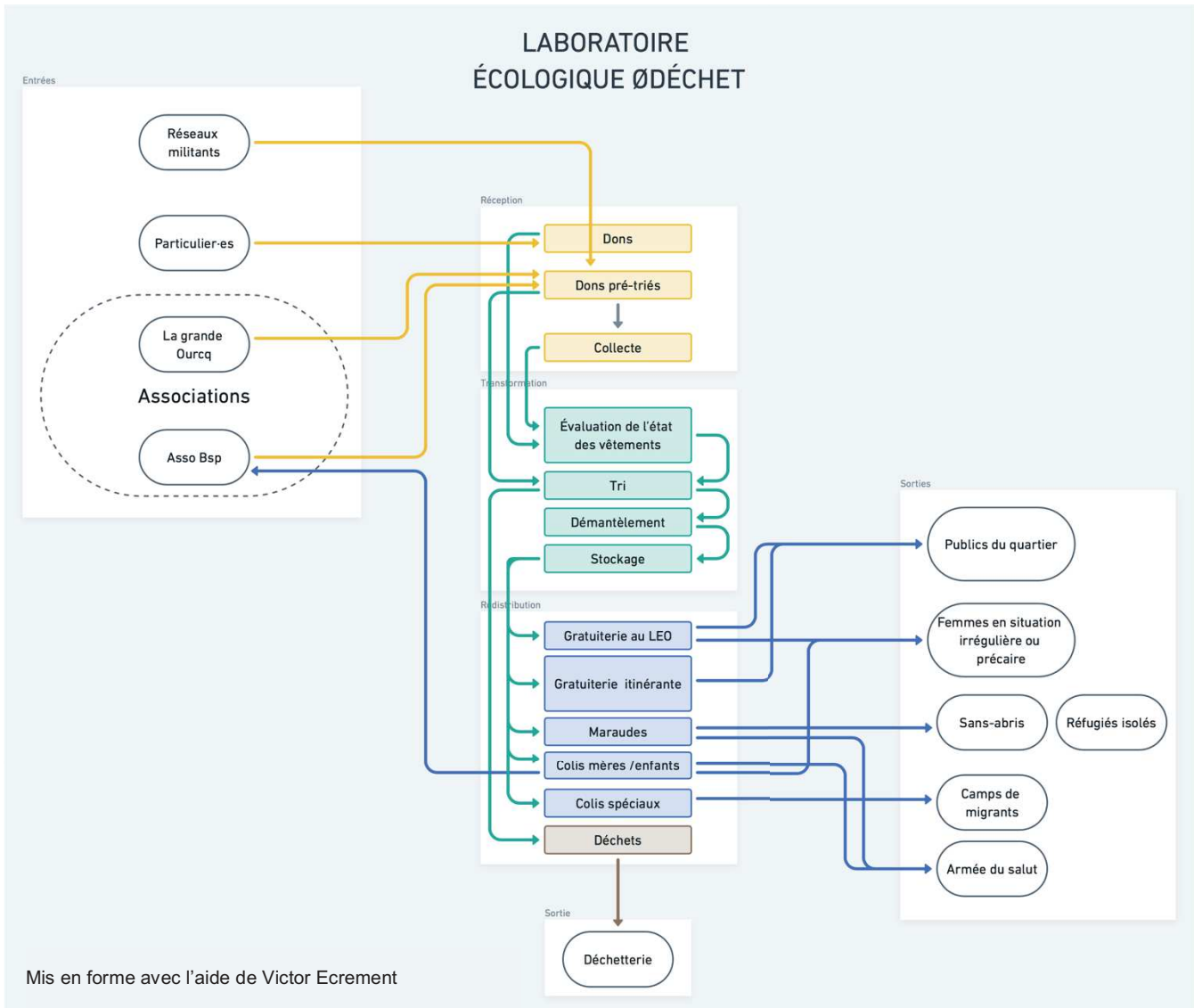
ANNEXE 6

EXTRAIT DE LA SECTION « PRATIQUES PÉRIPHÉRIQUES »

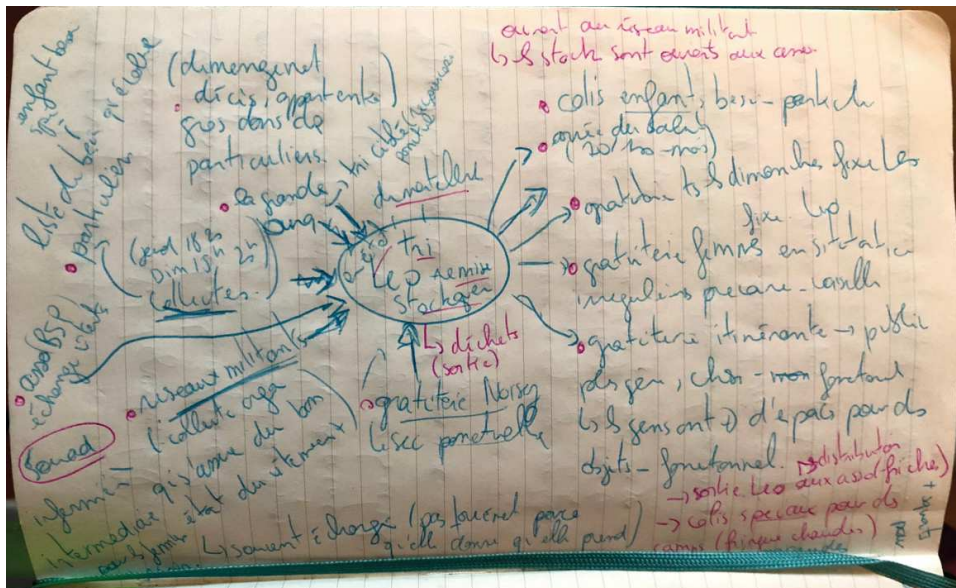
PRATIQUES PÉRIPHÉRIQUES	leur sélection de vêtements
	Dans les arrières boutiques, les brocantes et les endroits gardés secrets à paris ou ailleurs
	sillonne les friperies (curation)
	un service clé en main (service d'achat, de réception, remise en état et vente du vêtement)
	sélectionnées (curation)
	sélectionne avec soin du monde entier (curation)
	reflétant ainsi un moment particulier de la mode et certaines sont transformées. (héritage histoire, patrimoine commun, mode)
	a été sélectionné avec soin parmi des milliers d'autres
Elle a été sélectionnée avec amour	
c'est une curation	

ANNEXE 7

FLUX DE LA MATIÈRE VÊTEMENT - LEØ

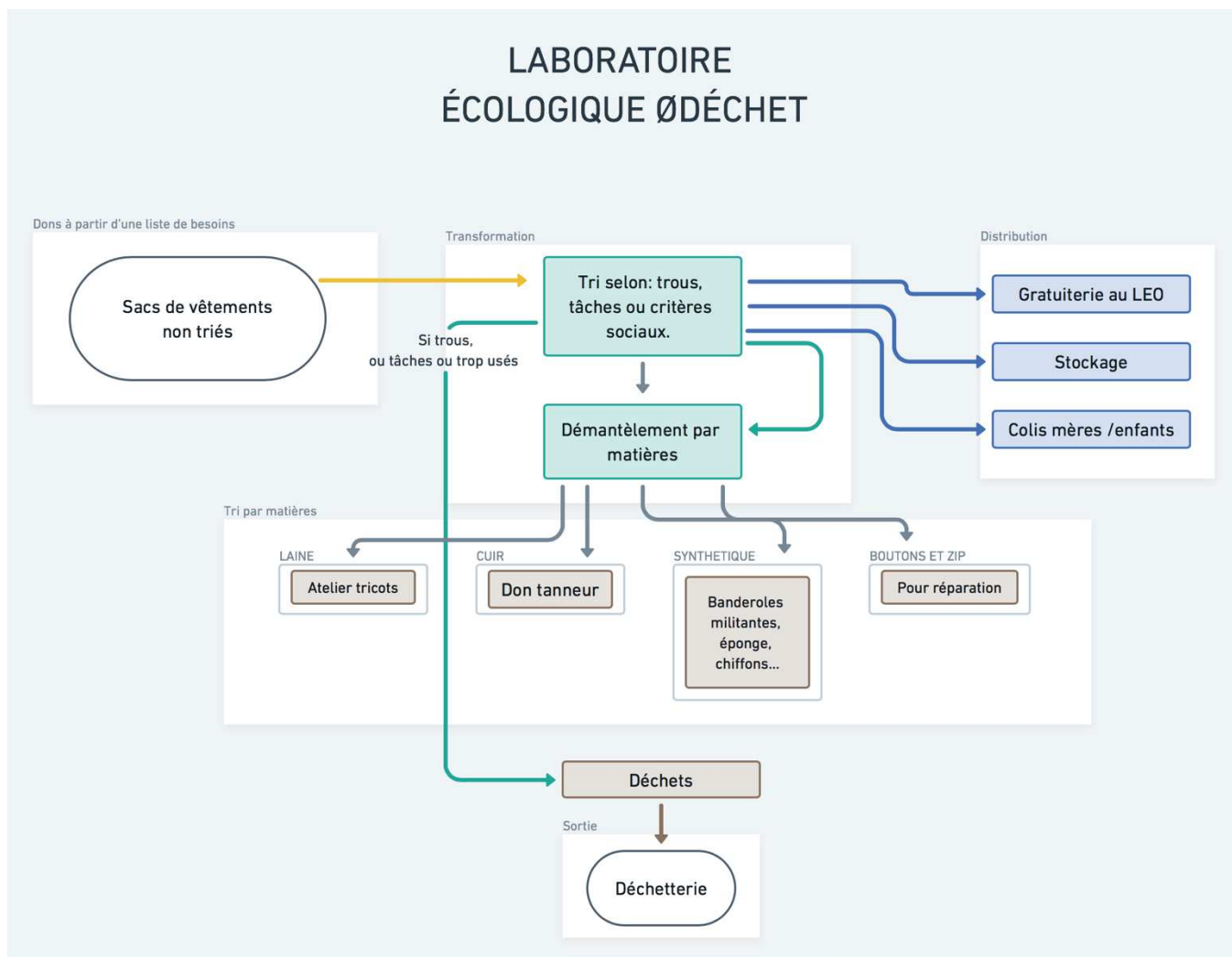


Le dessin original :



ANNEXE 8

FOCALISATION : PRATIQUES DE TRANSFORMATION - LEØ



ANNEXE 9

Jour 1 - LEO 20.12.21

Je suis arrivée vers 10 heures au LEO par vélo, j'avais prévenue Julie qui m'attendait. Elle m'ouvre le grand portail de fer et je laisse mon vélo dans la cours, sans attache. C'est la que j'entre pour la première fois. Deux personnes sont assises sur un petit comptoir, l'espace est immense, le froid occupe tout l'air de cet immense hangar.

Il y a une discussion en cours sur un hébergement possible au LEO pour une quinzaine d'hommes qui se seraient fait expulser d'un squat à Saint Ouen. Julie explique qu'elle en revient, qu'ils ont tous dormi dehors, sur le parvis de la mairie de Saint Ouen, certain avaient des tentes d'autres étaient transi de froid. Elle leur avait apporté du café et du thé ce matin. Quelques personnes du secours populaire avaient dormi avec eux aussi. Michel, l'homme à ma gauche nous dit qu'il était là quand les flics sont venus déloger les immigrés, et qu'un responsable de la police lui aurait dit après que Michel leur aurait rappelé qu'ils n'avaient aucun droit de faire cela, que ces hommes se raient surement mieux chez eux près de leur famille. Je pensais au cynisme de la police et commençais moi-même à être remplie d'une émotion mélangée de colère et de dégoût. Ils me proposent café, j'accepte volontiers. Il y a de la musique qui tapisse la pièce. Tantôt du jazz, tantôt de la chanson française. Une petite casserole chauffe sur une gazinière derrière la femme. J'apprends qu'il s'agit d'Amélie dont Julie m'avait déjà parlé, la fondatrice du LEO avec Michel. J'écoute ce qu'ils se disent en essayant de ne pas trop regarder autour de moi car je ne veux pas donner l'impression d'esthétiser leur lieu de vie par mon regard. Néanmoins, je ne peux m'empêcher de jeter des regards furtifs sur la multitude d'objet qui m'entourent. L'endroit est immense et j'entrevois d'autres espaces qui s'esquissent derrière les tentures tendues sur les murs.

Au bout d'un certain temps, Julie me propose de me faire faire un tour des activités dont elle m'a parlé dans notre entretien la semaine passée. Nous commençons par la "gratuiterie" dans laquelle on rentre en poussant un pan de tissu rouge juste à côté de l'espace cuisine où nous étions assis.

La gratuiterie

J'entre dans cet espace et je ressens tout de suite quelque chose de familier car certains détails accrochent mon œil. J'ai en tête les espaces de friperies que j'ai eu comme objet de recherche l'an passé qui mettaient en scène l'esthétique de la récupération avec ces mêmes tapis au sol, ces tuyaux de ferraille comme portants, des morceaux de tissus pour habiller le béton brut. Sauf qu'ici pas d'objets décoratifs démis de sa fonction d'usage invoquant un passé dont on serait nostalgique pour créer une ambiance rétro. Les portants, de quoi habiller les murs, présenter les

ANNEXE 10

Jour 1 – GALERIES LAFAYETTE 22.12.21

Je rentre par l'entrée du boulevard Haussmann, ça piétine déjà. Je salue le vigil près de la porte, comme par précaution. Une fois à l'intérieur, au rez-de-chaussée, je suis dans la foule et j'ai un mal fou à me frayer un chemin dans les allés et à repérer la signalétique menant à l'espace (re)store. La masse humaine impose un sens de circulation donc s'extraire est une épreuve.

Je lève les yeux dans l'espoir de voir une direction et j'aperçois le panneau « (re)store -> 3^{ème} étage ». Je me faufile vers l'escalator, un deuxième et un troisième et j'arrive sur le plateau.

Tout de suite à droite, un premier *corner* à l'identité très marquée par des objets décoratifs des années 19970 (un fauteuil « egg » en cuir rouge, un papier peint à motif orange, du plastique rouge et des tapis à fleurs.) Je commence l'exploration en tachant de commenter ce que je vois, l'espace est découpé en sous espaces dédiés à des marques différentes, je vois que toutes n'ont pas le même niveau de gamme, ni ne propose le même processus de réemploi.

Certaines sont assimilables à des friperies quand d'autres ont l'air de vendre du neuf. J'apprendrais en regardant de plus près que ce sont des « marques créatrices » qui produisent à partir de tissus recyclé. Je remarque des récurrences dans la mise en scène, certains éléments créés une cohérence entre chaque marques, quand d'autres permettent de marquer la distinction. Il me semble au premier coup d'œil que les signes qui vont me permettre une exploration de la (ou des) représentation(s) à l'œuvre vont être d'ordre scénographique et textuel (je repère un certain nombre d'encarts avec du texte). Je ne pars pas du principe immédiat que la visée de l'ensemble des acteurs et de la mise en scène est de prétexter du réemploi afin de servir des logiques de profits, mais je prends soin de questionner, de dénaturiser les éléments autour de moi.

Je me dis également que je reviendrai un jour en semaine peut être plus calme.

La foule me permet néanmoins de rester environ quarante minutes avant de me sentir tourner en rond et faire cinq fois le tour de l'espace. Je finis par partir tranquillement lorsque je sens que cela devient inconfortable.



Journal de bord audio_Galleries_Lafayette_Jour_1

> https://soundcloud.com/user-457606593-770876380/journal-de-bord-audio_galleries-lafayette-jour_1?utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign

ANNEXE 11

Transcription discussion Julie du 12 Janvier 2022

Julie est une habitant du Léo, cela fait un an qu'elle s'est installée. Nous nous sommes rencontrés au CELSA et nous avons pu discuter avant la première entrée sur le terrain.

J'ai avec elle, passer en revue les différentes thématiques que j'allais explorer sur place.

Julie : « [...] les appels aux dons sont assez cadrés, on les demande propre et sans trous. Il y a une vraie question du don et de la saturation. On a dû fermer la gratuiterie, car il y avait trop de don. Centre une vraie question du tout de la saturation. La gratuiterie du Léo est surtout pour les femmes et les enfants à cause de l'offre. Les femmes qui en ont besoin sont renseignés par les assistantes sociales. »

Moi : « est-ce qu'il y a des critères pour trier ? »

Julie : « oui, on a la volonté de ne pas perpétrer les principes de genre, après entrée en fonction du public, À Noisy le sec il y a plus de trucs vintage car il y a des ados qui passe. Au Léo, c'est plus juste du neuf. En gros, il y a plusieurs niveaux de fringues qui vont aller à différents publics. L'espace de tri de la gratuiterie était foutraque quand je suis arrivée, il y a un an, il ne dépassent viable et ça stagnait. En septembre, nous avons pu faire une grosse gratuiterie événementielle qui a permis une réorganisation. »

Moi : « Qu'est-ce que vous faites de vêtements s'ils ne sont pas dans un bon état par exemple ? »

Julie : « il y a un espace de démantèlement des vêtements pas viable, On refait de la matière première avec les bras blanc par exemple, pour redevenir des banderoles. On détricote les pulls de laine pour en faire des pelotes, les tee-shirts avec de l'élasthane, on peut retisser des pelotes aussi. On a fait un métier à tisser fait de planche et de clous.

Le processus pour le réemploi c'est de recycler de la manière la plus efficace, il y a un travail avec les matières pour en perdre le moins possible. Par exemple, on travaille avec un ferrailleur et un tanneur pour le cuir. »

Moi : « Comment ça se passe le don avec ces critères de tri ? »

Julie : « il y a une complexité à dire que le don est pas ouf, genre le Monopoly pour les jeux on demande rien à pile, pas de jeux de guerre, pas de truc de marque. Mais la question que l'on se pose c'est, est-ce que c'est au Léo de se placer en pourvoyeur d'une idéologie ? Le Léo bénéficie aussi de la gentrification de Pantin pour les dons. C'est Amélie qui est en charge de la solidarité pour tous les dons et le lien avec les travailleurs sociaux etc. Le Léo profite aussi de son espace de stockage pour pouvoir accueillir des gros dons.

Après, il y a une formation nécessaire pour le tri des vêtements enfants. Les personnes qui viennent aider de temps en temps, elles ne font pas le tri enfants parce qu'entre les différentes

tailles et les besoins des colis, c'est trop compliqué. Après on s'y perd, donc on préfère le faire avec des gens qu'on a déjà formé pour ça. Il y a un enjeu sur l'utilisation et les tailles, c'est compliqué. Amélie fait des colis avec il faut donc qu'elle puisse suivre le système de tri. Pour le tri de vêtements ce sont principalement des critères visuels d'usage qui s'applique parenthèse juste la taille si elle est grande et ce qui est neuf.

Moi : « Mais du coup, qu'est-ce qui est présent le plus dans la gratuiterie ? »

Julie : « Bah ça dépend un peu, par exemple on évite de mettre des talons hauts parce que on connaît notre public elles ne vont pas en avoir l'usage on peut aussi faire basculer certains truc dans la gratuiterie de Noisy-le-Sec. Après, il faut être vigilant sur les punaises de lit, car c'est nous qui nous occupons de toute la gestion. »

Moi : « Et si on revient un peu sur ce rapport au don, comment tu perçois les actions de don faites par les gens qui viennent au LEØ ? »

Julie : « Dans la gratuiterie, l'idéal serait un don contre un autre et une conscientisation de ce qui est faisable avec ça. Pour l'instant, il y a un discours sur le fait qu'il y a un travail de tri et pourquoi le Léo le fait etc. »

ANNEXE 12

Transcription discussion avec Julie, du 21 Janvier 2022.

À mon arrivée, le petit groupe était en pleine discussion sur l'aide apportée à un groupe de migrants à Saint-Ouen de 15 personnes. Ils avaient ouvert un bâtiment avec eux la veille et avaient rencontrés les flics le matin. Michel était dans un état de sidération, il nous raconte ce qu'il avait entendu sortir de la bouche d'un gradé : « ils feraient mieux de retourner avec leur famille. » Comme si les choses étaient si simple. Du cynisme teinté d'un racisme latent. Amélie disait que 15 hommes au Léo c'était compliqué, ils auraient peut-être la place mais il faudrait bien leur expliquer le fonctionnement. Et puis, il faudrait les nourrir, et que chacun soit autonome sur sa vaisselle. Cela pourrait durer environ une semaine maximum. Julie était venu les voir le matin très tôt, avec du café et de quoi les réchauffer. Le groupe d'hommes entouré de personnes issues d'association avait passé la nuit sur le parvis de la mairie de Saint-Ouen. Julie explique que certains étaient frigorifiés, mais qu'ils avaient tenu. Elle était avec eux la veille et s'en voulait terriblement de ne pas avoir tenu la nuit avec eux. C'est ici que j'ai compris que la limite entre le militantisme, l'engagement et la vie était très fine. Quand nous avons devant les yeux au quotidien toutes ces choses à faire, comment est-il possible de dormir la nuit ? Je reviendrai sur ses pensées avec Paul un peu plus tard, en effet, quelques semaines après mon passage, le Léo organisera un atelier « burnout militant ».

Après un bref silence qui nous laissa la face à une certaine impuissance et de la colère, Julie me proposa d'aller voir l'espace de stockage. Elle m'emmène près du stock et m'explique tout le système de tri. Il y a des sacs, des portants, avec une catégorie spécifique de vêtement. Il y a aussi, plus proche de nous, un portant dédié aux vêtements qui ont le potentiel d'aller directement dans la gratuiterie. Je me demande à ce moment-là, à quels jugements où impressions j'allais faire appel. Julie : « Ce qu'on fait en général avec les tissus, le démantèlement, c'est du fonctionnel. Ils ont essayé les tahachi, des sortes d'éponges mais elles n'étaient pas pratique. Elles pourrissaient assez vite. Sinon, on en fait beaucoup des banderoles. On héberge des ateliers militants, par exemple Extinction rébellion est venu la semaine dernière, en fait, ça encourage les groupes militants à être cohérent. Le but, c'est de chercher à faire des trucs pertinents. Les serviettes servent à faire des lingettes réutilisables. On récupère les boutons, les fermetures, les boutons-pression pour refaire des trucs. »

« On ne peut pas mettre de fringues reprisés, parce que les personnes pauvres ne veulent pas avoir l'air pauvre. »

ce qui est fait avec les tissus de mental
 et du fonctionnel, ils ont essayé
 tawachi (éponges) mais elles
 étaient à plat, donc next.
 → bcp de banderoles → transmettre
 du savoir, Julie va apprendre à
 à un groupe de faire des banderoles
 engagé de groupe militants à
 être cohérent. Le but est de
 chercher à faire des trucs pertinent
 → les serviettes servent à faire des lingettes
 réutilisables (recupai bento, fessete,
 bento pressions, pour refuge de trucs)
 → ça on ne peut pas mettre de fibres
 repoussés "parce que les personnes pauvres
 ne veulent pas voir l'air pauvres"

porter - quel des marques... si elle partit + q
 les autres?
 il y a un ensemble majorité de fibres
 fibres → ça débordé. peut pour les 6 mois
 → pour dimanche: proposition d'écire in situ
 pendant la gratuité
 à mon arrivée, disaient sur l'aide apportée
 à un groupe de migrants à S'aven - 15 personnes
 avec lesquels ils ont eu un bat → pb
 d'expulsion et donc "qu'est-ce qu'on fait?"
 cuisine d'été, on ne fait assier et on m'a offert
 du café. Puis on accède à la gratuité
 derrière un rideau (Tapis au sol). Elle me
 fait faire le tour (+ procem de tr) puis elle m'a
 fait visiter les stocks (resine) + les espaces
 de mental. A + c. qu'on peut faire avec

o musique / sm / odeurs
 radio en fond
 'café: viande qui est sur
 le pêle, feu de bois
 vivre citernes

ANNEXE 13

Transcription discussions avec Amélie, du 23 Janvier 2022.

C'était le jour de la gratuiterie, il faisait très froid et elle avait lieu dehors. À tour de rôle, nous faisons parfois des haltes près du poêle pour prendre une tasse de café chaud est très dilué et venir se coller un peu à la chaleur du feu. Lors de ses petites pauses, beaucoup d'échanges avec lieu. Je me suis rapidement dit que ça allait être un endroit important pour moi, l'endroit à partir duquel j'allais pouvoir mener ces discussions orientées. Les gens étaient disponibles, est encore en plein dans l'action.

Je retranscris ici de manière linéaire les échanges qui ont eu lieu tout au long de cette journée. Ces fragments de discussion saisis et mêlés à l'action constituent un éclairage important du corpus.

Amélie : « [...] les dons des particuliers, c'est le jeudi à partir des listes de besoins. Après, on échange beaucoup avec les assos, notamment les brigades SP et deux autre assos pour les maraudes. Dans les dons il n'y a pas beaucoup de vêtements homme et pour les femmes j'essaie de garder les grandes tailles pour la gratuiterie fixe, car c'est le plus urgent. Tout ce qui n'est pas donnable, ira au démantèlement. Le but c'est de trouver des choses à faire avec. Dans les dons, on ne prend pas les choses abîmés, d'ailleurs les bornes Relais c'est de la merde. Le mieux c'est quand même de dire aux gens comment ça se fait qu'on consomme autant ? Si on gardait tout ce qu'on consommait, on s'en rendrait compte. Les gens devaient vivre avec leurs déchets juste pendant un an, comme ça ils verraient comment ils jettent. Après en alimentaire, on a surtout des besoins en lait maternel, en couche, et en produits d'hygiène. Action contre la faim nous fournissent et le Léo redistribuait mais ils ne le font plus.

Pour revenir sur les critères de tri, nous on sort les livres de marques, McDo par exemple, les animaux au zoo aussi. Si il y a des trucs religieux je les dégage. Dans la boîte à livres, on ne peut pas trier. On refuse aussi les jouer à pile c'est notre biais à nous.

On essaye de sortir aussi les vêtements trop genrés, genre pour les petites filles, c'est un enfer.

Si on donne par exemple, que du gris aux filles, il n'y a plus de vêtements pour les garçons ! »

« Ce n'est pas classé par homme ou femme. C'est plutôt les hommes qui ont du mal avec les vêtements de femmes. Le but, ce n'est pas qu'un homme par exemple se dise, ha ça c'est chez les femmes, je ne vais pas voir, par ce que déjà il y a plus de vêtements de femme, et en plus il peut trouver des trucs chouettes, qui sait »

« C'est un squat féministe qui a apporté ce système de triage ».

« On se recentre sur les jeux de construction. Les flingues, on détruit, On transmet à d'autres associations. Aujourd'hui, À Pantin, c'est une autre ambiance qu'à Noisy-le-Sec. À Noisy, il y a

plutôt des habitués, donc on peut ramener des jouets. Mais pas au Léo, parce que les gens stagnent sinon. »

« Il y a un enjeu entre la nécessité et l'envie de militer. Pareil pour la bouffe, est-ce qu'on donne de l'industriel ? mais les gens ont besoin de manger, il faut continuer d'être funambule entre l'éthique et la nécessité. »

« On a dans la bibliothèque un bouquin sur la gratuité, tu regarderas. »

« Dans la gratuiterie, on va voir les gens pour leur dire de bien traiter l'endroit. »

« À Noisy, il y a un passage de savoir entre les gens pour les consignes. Les gens m'aident, ils ne font pas que prendre. »

« Ce n'est pas que un temps de consommation il se passe autre chose. »

« À Noisy, ça faisait trois ans. Le temps long pour ces trucs-là, c'est précieux. »

Avec Amélie dehors pendant qu'on surveille la gratuiterie.

Moi : « Pourquoi ça s'appelle une gratuiterie, est-ce que les autres squats en ont aussi ? »

Amélie : « Il y a pas mal de free-shop dans les squats, mais ça nécessite une aculturation que je trouve assez excluante donc, j'ai francisé le mot pour ouvrir à d'autres publics. Tous les squats n'ont pas le volet écologique, par exemple, le MalaQueen s'occupe en priorité de transe immigrés. C'est Michel qui a instauré le volet écologique. Moi, je suis anticapitaliste. Parfois, certains squats ne sont pas dans une gestion de leur énergie du tout. Ils ne gèrent pas leur flux ! »

À ce moment-là, deux hommes ukrainiens s'avancent vers nous, je sens qu'Amélie se tend.

Il demande si c'est bien gratuit ? Amélie dans ton ferme leur répond que oui. Les deux hommes semblent étonnés, l'un parle français est traduit pour l'autre. Le premier dit qu'il n'y a pas ça dans son pays. Amélie leur explique que c'est un geste écologique. Elle finit par s'éclipser le laissant avec les deux hommes. Ils ont entre les mains un vieil appareil photo qui ne fonctionne plus, ils le retournent dans tous les sens et finissent par partir surpris et perplexes. Amélie revient et mais explique qu'elle était parti prévenir à l'intérieur. Il se trouve que des hommes des Renseignements généraux passent incognito parfois regarder.

J'apprends aussi durant cette journée qu'Amélie envoie aux assistantes sociales des SMS pour les prévenir de la gratuiterie. Ce sont les assistantes sociales qui préviennent les femmes migrantes ou en situation de précarité avec des enfants. Elle me raconte aussi qu'elle aide les mineurs isolés, que la Croix-Rouge les teste, en mesurant leur crâne et mesurant leur os pour déterminer s'ils sont mineurs. Elle me dit que s'ils cherchent à être jugé mineur c'est surtout pour être protégé, et que cette détresse devrait être le seul indicateur. Cela nous rappelle des sombres heures de l'histoire.

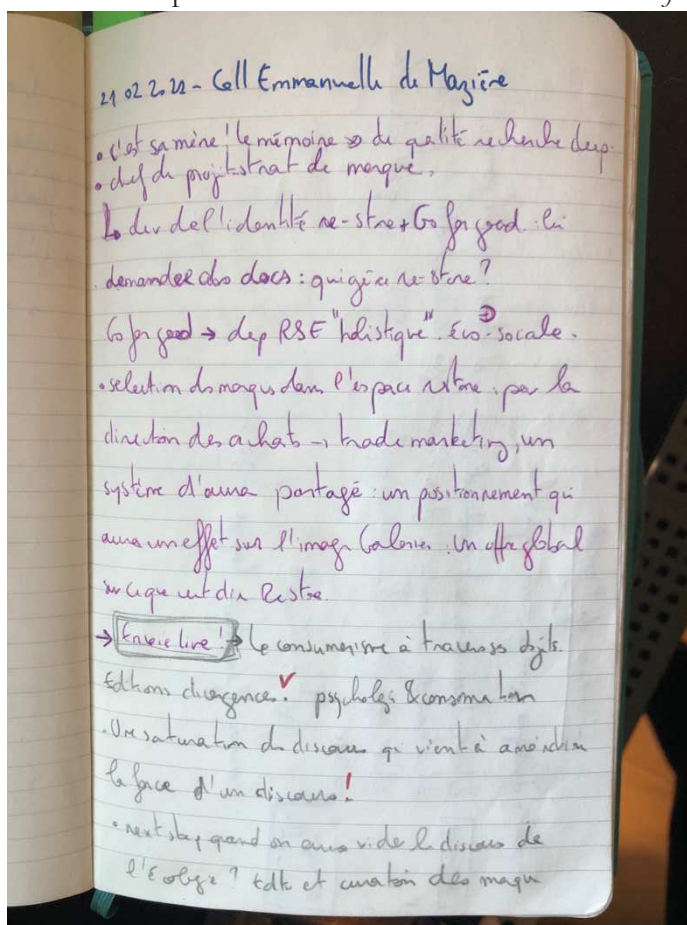
ANNEXE 14

Entretien téléphonique avec Emmanuelle de Mazière, le 21.02.2022.

J'ai connu Emmanuelle lorsque j'étais en stage, il y a trois ans. Elle était responsable de marque dans un cabinet de tendances parisien. Pendant la période du mémoire, j'ai reçu une notification LinkedIn me signifiant qu'elle avait changé de poste. À ma grande surprise, Elle était rentrée aux Galeries Lafayette. Ce fut l'occasion de lui passer un coup de fil. Pour cette discussion, je n'avais pas de trame précise à part le fait de vouloir savoir comment avait été pensé l'espace (re)store. N'étant pas sûre de sa position exacte dans l'entreprise ni de ces attributions, je laissai volontairement l'entretien ouvert.

Je n'y ai finalement pas appris grand-chose à part un discours déjà acquis à la marque, que l'identité de l'espace (re)store découle du label Go for Good et de la volonté de développement RSE, écologique et social des Galeries Lafayette. J'ai appris aussi que le choix des marques dépendait de la direction des achats « *trade marketing* » et que le choix des marques avait été pensé dans un système d'aura partagé. Un positionnement qui aurait un effet sur l'image des Galeries Lafayette. J'en suis ressortie avec le conseil d'une super lecture : *Le consumérisme à travers ses objets*,

de Jeanne Guien que je cite dans le corps du mémoire. Nous partageons néanmoins cette pensée : qu'une saturation du discours vient forcément à amoindrir sa force. On se demande donc lorsqu'on aura vidé le discours de l'écologie que restera-t-il ? Elle, en bonne cheffe de marque, me dit qu'il restera la curation.



ANNEXE 15

Discussion multiactoriel (Amélie, Julie, Luciole) du 25 février 2022.

J'étais revenu ce jour-là, pour discuter de choses et revenir sur l'événement passé. J'avais des questions, notamment sur le rapport au don, sur les gens et leur rapport aux vêtements pendant la gratuite, comment, une fois l'événement passé, tout le monde avait perçu cela.

C'est aussi pendant cette journée que j'ai pu modéliser le schéma de l'annexe 7.

Nous discutons d'une autre donnerie dont revenait Julie et Paul, quelque chose de bien moins organisé.

Amélie : « la disposition des vêtements influence vachement le comportement des gens, La façon dont on dispose va induire des comportements. Là, c'est la même chose c'était un même la rue, et les gens se battent parfois sur des vêtements. Quand c'est posé à même le sol, sur une bâche, bah c'est vite la guerre. »

Souad, une infirmière qu'Amélie appelle aussi un « électron libre » arrive dans le squat. Elle vient nous signaler qu'elle a une voiture pleine à décharger. Nous l'aidons en faisant des allers-retours. Ce sont des équipements pour bébé. Puis nous revenons à notre disposition initiale, et Amélie me parle du tableau des comptes qu'ils tiennent avec Paul. Ils ont essayé de compter le volume alimentaire et textile qui passe par le Léo.

Paul : « on peut mesurer les aides au squat, ça permet de tracer les besoins de se rendre compte pour nous. »

« Sur les chiffres, plus tu fais une jolie vitrine d'asso, plus t'es bien placé pour les dons. Mais si tu joues pas le jeu, on perd cette possibilité. »

Amélie m'explique la différence entre un don de particulier et un don militant : « le don militant, les gens savent ce que c'est d'avoir besoin de vêtements, les dons sont plus qualitatifs. C'est trié et propre. »

Nous revenons sur la gratuite.

Amélie : « On les voit les gens sont là pour tout rafler. C'est une posture de donner. La précarité n'exclut pas la connerie. »

« Il faut questionner la place des objets, ils sont en transit, c'est important de s'en détacher émotionnellement, dit la meuf qui a les boules parce que son chat lui a perdu son tee-shirt orange. »

Nous reparlons du tri.

Amélie : « Là, il y a un bouchon parce qu'il n'y a plus de cintre, ça bloque. On est dépendant de refaire une gratuite pour que le stock tourne. »

« Je me des choses en pensant aux gens qui vont venir. Ça permet de créer du lien autour du vêtement, il y a plein de fois où je trie et je pense des gens. Ça permet de mettre autre chose que la mécanique du tri. »

Luciole : « On se sent un peu ensemble quand on trie.»

Amélie : « Quand j'écris, je mets de l'émotionnel dedans. Quand j'aurais perdu ça, je pense que j'arrêterai.» «je pense que ce plaisir vient du fait qu'on est pas dans une logique de chiffre.

D'autres associations ont leur truc d'ego ou quoi. Par exemple, quand on tri pour la bouffe, on met aussi ce que les familles aiment. »

Un peu plus tard...

Amélie : « Il faut avoir cette posture quand on donne, quand les gens prennent trop, on éduque. Aussi quand quelque chose tombe on leur dit. On n'est pas là pour ramasser à votre place. »

...

Amélie : « On n'a pas la pression du gâchis. On en perd parfois, ce n'est pas si grave, on sauve ce qu'on peut, il ne faut pas oublier que ça devait partir à la poubelle. C'est pour ça qu'il faut faire attention à ne pas trop grossir, parce que sinon, on brasse trop et il y a forcément du gâchis. »

MOTS-CLÉS

Représentations

Écologie

Médiation marchande

Réemploi

Trivialité

Galleries Lafayette

Squat

Consommation

Mode

Vêtement

Culture matérielle