

# LES VENDEURS DE LA PRESSE SDF

*Étude ethnosociologique*

© L'Harmattan, 2003  
ISBN : 2-7475-5252-7

Cédric FRÉTIGNÉ

LES VENDEURS DE LA PRESSE SDF

*Étude ethnosociologique*

**L'Harmattan**  
5-7, rue de l'École-Polytechnique  
75005 Paris  
FRANCE

**L'Harmattan Hongrie**  
Hargita u. 3  
1026 Budapest  
HONGRIE

**L'Harmattan Italia**  
Via Bava, 37  
10214 Torino  
ITALIE

**Collection Logiques Sociales**  
*fondée par Dominique Desjeux*  
*et dirigée par Bruno Péquignot*

En réunissant des chercheurs, des praticiens et des essayistes, même si la dominante reste universitaire, la collection *Logiques Sociales* entend favoriser les liens entre la recherche non finalisée et l'action sociale.

En laissant toute liberté théorique aux auteurs, elle cherche à promouvoir les recherches qui partent d'un terrain, d'une enquête ou d'une expérience qui augmentent la connaissance empirique des phénomènes sociaux ou qui proposent une innovation méthodologique ou théorique, voire une réévaluation de méthodes ou de systèmes conceptuels classiques.

**Dernières parutions**

Philippe GABORIAU, *Les spectacles sportifs*, 2003.

Sous la direction de Daniel TERROLLE et Patrick GABORIAU, *Ethnologes des sans logis*, 2003

Christian PAPILLOUD, *La réciprocité, diagnostic et destins d'un possible dans l'oeuvre de Georg Simmel*, 2003.

Claude GIRAUD, *Logiques sociales de l'indifférence et de l'envie*, 2003.

Odile MERCKLING, *Emploi, migration et genre*, 2003.

Dominique JACQUES-JOUVENOT (sous la direction de ), *Comment peut-on être socio-anthropologue ? Autour de Pierre Tripier*, 2003.

Katia SORIN, *Femmes en armes, une place introuvable ?*, 2003.

Antigone MOUCHTOURIS, *Les jeunes de la nuit*, 2003.

Pantaleo RIZZO, *L'économie sociale et solidaire face aux expérimentations monétaires. Social et Multilatéral*, 2003.

Marco CIUGNI et Mark HUNYADI (Sous la direction de), *Sphères d'exclusion*, 2003.

Nicole ROELENS, *Interactions humaines et rapports de force entre les subjectivités*, 2003.

Dominique WISLER, Marco TACKENBERG, *Des pavés, des matraques et des caméras*, 2003.

*Vous savez que si je vends Réverbère  
C'est pour échapper à la misère !  
Pour vous ce n'est rien, pour moi c'est capital  
Que vous me preniez un petit journal.*

Jean-Marc Sainero  
Un amour souterrain (1995).



## Avant-propos

Le présent ouvrage occupe une place particulière dans mon coeur. Je me suis d'abord interdit de l'écrire sous sa forme actuelle. J'ai ensuite relégué le manuscrit aux oubliettes, dans le fond d'un carton à archives. Je l'ai ressorti peu après ma soutenance de thèse, comme pour mesurer le chemin parcouru depuis mon année de maîtrise. Et la forme de cette production ambidextre ne m'a plus paru honteuse ni son fond parfois inavouable. Bien au contraire. C'est pourquoi je la donne aujourd'hui à lire.

Une première version, comprenant la seule étude présentée ci-après, avait essuyé plusieurs refus d'éditeurs en 1995. Non sans raison. Le texte manquait notamment de « relief », de « mise en perspective ». En un mot, il ne répondait pas aux canons de l'ouvrage sociologique. Bien que cette nouvelle version déroge encore aux normes de la production académique, elle m'apparaît beaucoup plus satisfaisante. Car si elle pêche toujours, c'est plutôt par excès que par défaut. Ce qui, somme toute, est un mieux. Excès de « rugosité » dans la mesure où elle est composée, pour moitié, de documents bruts. Elle tranche ainsi avec l'absence d'aspérité de son aînée, orpheline des notes de terrain qui constituaient l'essentiel du corps de l'étude.

Si, dans sa composition finale, cet ouvrage dépare singulièrement d'avec l'habituelle publication universitaire, son projet initial en est le principal responsable. Visant à instruire sur les conditions de réalisation d'une enquête sociologique, il se devait de montrer, à *égalité*, l'endroit mais également l'envers du

décor : l'étude policée, prête-à-publier certes, mais aussi les notes de terrain sur lesquelles elle se fonde. Il se trouve que l'équilibre est respecté puisque, peu ou prou, une petite centaine de pages leur sont respectivement consacrées.

Est-il nécessaire de préciser que l'intérêt de l'entreprise tient dans le jeu de miroir auquel les deux textes convient ? En soi, il faut le reconnaître, l'étude n'a qu'un intérêt limité. Pour preuve, elle n'a pas trouvé preneur dans sa version « isolée » ! La publication des notes de terrain ne revêt, quant à elle, aucun sens indépendamment de l'étude proprement dite. C'est pourquoi le lecteur est invité à parcourir, successivement s'il le souhaite, simultanément s'il le peut, ces deux volets d'une *même* enquête sociologique.

## Présentation

« On a publié, depuis [*Street Corner Society*], quantité de bonnes recherches sur les communautés et les organisations, mais, en règle générale, ces comptes rendus ne donnent que peu d'importance aux modalités concrètes du processus d'investigation. On y trouve des indications utiles sur les méthodes de recherche, mais, à quelques exceptions près, elles restent entièrement au niveau de l'argumentation logico-intellectuelle. »<sup>1</sup>

### *L'ignorance méthodologique et son contraire*

Le constat qui a donné naissance à cet ouvrage est entièrement compris dans l'observation de William Foote Whyte rapportée ici en épigraphe : significativement, les chercheurs donnent généralement à lire un compte rendu policé de leurs investigations, compte rendu étrangement exempt des aspérités du terrain, parfaitement ignorant des expériences personnelles de l'enquêteur. Au mieux les auteurs rejettent-ils en annexe une série de développements qualifiés de « méthodologiques » visant à supporter « l'argumentation logico-intellectuelle » présentée dans

---

<sup>1</sup> W. F. Whyte (1943), *Street corner society. La structure sociale d'un quartier italo-américain*, Paris, La Découverte, 1996, p.307.

le coeur du texte. Rarement toutefois, articulent-ils sérieusement les spasmes du travail de recherche (ébauches, reformulations, hésitations, découragements...) au document final, présumé restituer fidèlement l'ensemble de l'entreprise. Clairement dit, c'est contre cette posture d'ignorance méthodologique que s'inscrit le présent travail.

Précisons immédiatement l'esprit dans lequel la discussion est ici menée. Prendre le contre-pied de la posture d'ignorance méthodologique ne signifie pas opter *ipso facto* pour une démarche dénonciatrice. Dévoiler les intérêts de recherche savamment occultés par le formalisme de l'énoncé, rompre avec la conspiration du silence accompagnant la production du texte scientifique ou décrypter les enjeux de l'écriture intransitive occupent déjà de nombreux volumes au demeurant parfaitement suggestifs. Le lecteur trouvera, en notes, quelques références qui font autorité en ce domaine<sup>1</sup>. Plus prosaïquement, mon propos vise à relever ce que sociologues confirmés ou apprentis gagnent (ou gagneraient) à poursuivre une perspective associant, dans le rendu final, les tours et les détours de la recherche, qu'il s'agisse pour eux de rédiger un mémoire de maîtrise, une thèse de doctorat, un ouvrage, etc.

À dire vrai, l'architecture du présent ouvrage n'apporte pas une réponse satisfaisant complètement à cette ambition. De fait, il reste en deçà de l'idéal annoncé. Son économie générale l'inscrit à mi-chemin de la production « standard » et du document ethnographique « brut », à supposer que ces expressions aient du sens. Cette dernière orientation, faut-il encore le préciser, est mise en oeuvre dans un but ouvertement didactique. Ici, sont présentés, l'un après l'autre, une étude sociologique proprement dite et le journal de recherche sur lequel celle-ci s'adosse. L'objectif est clairement de donner à lire comment se façonnent *réellement* les comptes rendus d'enquête ethnosociologique.

---

<sup>1</sup> J. Clifford (1988), *Malaise dans la culture. L'ethnographie, la littérature et l'art au XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Énsb-a, 1996; C. Geertz (1988), *Ici et là-bas. L'anthropologue comme auteur*, Paris, Métailié, 1996; R. Lourau, *Le journal de recherche. Matériaux pour une théorie de l'implication*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1988.

Se référer à l'existant offre une prise commode afin d'évaluer la tâche à mener. Singulièrement, les notes consignées dans le carnet de recherche sont, au mieux, appelées de temps à autres en renfort pour « alimenter », « illustrer », « enrichir » le texte publié. Présenté ainsi, le carnet de bord fait nettement figure de parent pauvre de la restitution, simple béquille sur laquelle s'appuie le chercheur en mal de « matériaux bruts ». C'est ce statut indûment minoré qu'il convient ici de mettre en défaut.

Je dis à nouveau que « révéler » les enjeux sous-jacents à un tel mode opératoire n'entre pas dans mes préoccupations. L'objectif n'est pas même de reconnaître aux notes de terrain un quelconque privilège épistémologique. Simplement, il s'agit de traiter de la relation, traditionnellement gommée, qu'entretiennent le carnet de terrain et le produit fini tel qu'il est rendu public sous forme d'un mémoire, d'un ouvrage, etc. L'idée développée est on ne peut plus simple : les modalités de passage du journal de recherche au texte prêt-à-publier sont tout sauf secondaires. François Laplantine précise ainsi que « la composition intervient dès les carnets de terrain des ethnographes. Ces derniers ne sont jamais de purs 'témoignages', des comptes rendus à l'état brut recueillis à partir d'un observateur imperturbable et anonyme qui aurait réussi à se débarrasser de son affectivité. Ils sont au contraire révélateurs d'un choix, de la sélection somme toute limitée de phénomènes appréhendés à partir d'un certain point de vue, mais aussi du hasard des rencontres effectuées sur le terrain, dont le corollaire est l'élimination par méconnaissance d'autres rencontres et par conséquent d'autres perspectives possibles. »<sup>1</sup> Comment dès lors s'en tenir à la posture d'ignorance méthodologique précédemment décrite ?

### *Une enquête ethnosociologique*

Je qualifierais volontiers la perspective qui est ici la mienne d'ethnosociologique. Au reste, j'emprunte à Georges Lapassade le terme d'ethnosociologie pour caractériser la démarche de recherche soucieuse de transposer à la sociologie, le maître

---

<sup>1</sup> F. Laplantine, *La description ethnographique*, Paris, Nathan, 1996, p.34.

dispositif méthodologique de l'ethnologue, à savoir l'étude directe de la vie sociale<sup>1</sup>. Attentive aux pratiques observées *in situ*, l'ethnosociologie ainsi définie entreprend donc de lier au mieux les singularités du terrain et les énoncés d'ordre plus général, en précisant ce que les uns doivent aux autres. Dans cet esprit, les modalités de « passage » des notes de terrain au compte rendu final s'avèrent tout à fait discriminantes de la qualité de la production scientifique... et la rupture avec la posture d'ignorance méthodologique se pose en préalable de toute investigation sérieuse.

On peut le vérifier, l'étude rapportée ci-après répond aux critères de l'enquête ethnosociologique. Au questionnement sociologique attaché à la saisie des pratiques de vente, dans le métro parisien, de la presse SDF est associée une méthodologie inspirée de l'observation *in situ* pratiquée par les ethnologues. Pour l'essentiel, l'étude présentée en première partie décrit l'activité des vendeurs de journaux SDF dans les rames du métro parisien. Et les principales informations recueillies sont le fruit d'une immersion de deux mois, menée en juin et juillet 1994. Le carnet de bord tenu en cette occasion, reproduit *in extenso*, compose la deuxième partie du présent ouvrage.

Dans cette présentation, je ne m'étendrai ni sur les questionnements sociologiques qui innervent le travail de terrain, ni sur les conditions de réalisation de l'enquête proprement dite. Cela reviendrait à anticiper sur les développements qui constituent le corps du texte (l'étude et les notes de terrain). Je me limiterai donc à rappeler quelques éléments du contexte dans lequel s'inscrit, au milieu des années 1990, cette recherche.

La thématique de l'exclusion connaît, en cette période, une nouvelle vigueur. Si le recours au vocabulaire de l'exclusion n'avait guère « pris » dans les années 1970, pour des raisons exposées ailleurs<sup>2</sup>, il se présentera désormais comme une force de frappe de premier choix. L'emblème sociopolitique en sera la convocation, par le candidat Jacques Chirac, de la désormais

---

<sup>1</sup> G. Lapassade, *L'ethnosociologie. Les sources anglo-saxonnes*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1991.

<sup>2</sup> C. Frétygné, *Sociologie de l'exclusion*, Paris, L'Harmattan, 1999.

célèbre « fracture sociale », noyau dur de son programme présidentiel en 1995. D'un point de vue académique, les ouvrages de Robert Castel et Pierre Rosanvallon<sup>1</sup> donneront, certes pour les critiquer et les amender, du relief aux problématiques sociologiques dédiées aux thèmes de l'exclusion. C'est dans ce bouillonnement social, politique et académique que des entreprises supposées lutter contre l'exclusion verront le jour. Et l'exemple de la presse SDF en sera, sinon la réalisation la plus aboutie (loin s'en faut !), la pièce la plus discutée.

Opérant dans l'espace public, ses vendeurs donneront certes à penser de nouvelles formes de solidarité envers les plus démunis. Les articles de presse s'en feront largement l'écho. Leur requête réactivera également, en réponse, la séculaire opposition cognitive entre bons et mauvais pauvres : d'un côté, les pauvres méritants, réellement indigents, inaptes au travail; de l'autre, les faux nécessiteux, refusant les termes de l'échange salarial, trop heureux d'abuser de la crédulité des usagers du métro. Soupçonnées d'exploiter la misère, ces initiatives interrogeront surtout sur le sens profond des actions relevant du *charity business*. Au final, *persona non grata*, les vendeurs de la presse SDF s'effaceront progressivement du paysage métropolitain, non sans laisser, souvenir de leur passage, quelques millions d'imprimés vendus en un peu moins de cinq années d'activité<sup>2</sup>.

Pour le dire simplement, le présent ouvrage convie, en deux étapes, à une rencontre sociologique avec les vendeurs de journaux estampillés SDF. L'étude « classique », d'abord, informe sur les conditions d'avènement de la presse SDF, le profil sociodémographique de ses colporteurs, leurs pratiques de vente dans le métro, les sociabilités éprouvées, les identités revendiquées et les aspirations exprimées par chacun d'eux. Les notes de terrain, ensuite, offrent le principal matériau à l'aune duquel l'étude a été rédigée. Pour les raisons évoquées plus haut, il m'a paru

---

<sup>1</sup> R. Castel, *Les métamorphoses de la question sociale. Une chronique du salariat*, Paris, Fayard, 1995; P. Rosanvallon, *La nouvelle question sociale*, Paris, Le Seuil, 1995.

<sup>2</sup> C. Frétiigné, « L'introuvable communauté des vendeurs de la presse SDF », *Recherches et prévisions*, n°56, 1999.

souhaitable sinon nécessaire de réunir ces deux documents en un même volume.

# **ÉTUDE SOCIOLOGIQUE**



## Introduction

*Ils sont partout !*

Messieurs-Dames... *Le Réverbère*... Le journal de la précarité... Dormir à l'hôtel... Manger... Rester propre... 10 Francs... Entrecoupés par le crissement des roues sur les rails, ces quelques propos suffisent à renseigner le voyageur. Un vendeur de journaux SDF investit la rame.

Une Roumaine sans âge, pieds nus. Elle porte une robe élimée aux couleurs ternes et un fichu sur la tête. Debout à l'entrée du centre commercial « Les Trois Fontaines » à Cergy, elle sert contre elle une enfant de cinq ans. Elle tend de sa main restée libre *Le Lampadaire* et psalmodie une litanie sans fin. Ses lèvres ne cessent de bouger. Son regard est implorant. Les passants le fuient et pressent le pas.

À un carrefour, des automobilistes aux ordres du feu rouge. Un vendeur se faufile entre les véhicules. Apparemment insensible aux émanations d'essence, il propose aux chauffeurs ses journaux. Un homme en costume sombre commande l'ouverture automatique de sa vitre. Le vendeur s'arrête à son niveau. La transaction s'opère. Le feu passe au vert. La voiture démarre. Le vendeur monte sur le terre-plein central. En appui contre un parterre de fleurs, il compte son argent.

Ils sont partout ! À l'entrée du bureau de poste, du centre commercial; dans la rue, sur les marchés, aux carrefours; dans les rames et les couloirs de correspondance du métro. Ils s'approprient les espaces publics — à la fois *espaces de communication* et

*espaces de circulation*<sup>1</sup> — et les muent en « espaces ressources »<sup>2</sup>. Ils sont partout, mais combien (et qui) sont-ils ? Nul ne le sait précisément. Leur rencontre est éphémère, leur présence fugitive.

Dans le métro, ils se meuvent dans les rames quand les usagers s'y installent; ils s'arrêtent, se reposent sur les quais quand ces derniers courent après leurs correspondances. Ils entrent par une porte dans la vie des voyageurs et en sortent par une autre dès le wagon traversé. Si les voyageurs lèvent les yeux par curiosité ou pour marquer des signes de désapprobation, rares sont les mots échangés avec ces arpenteurs souterrains.

L'indifférence croît, « indifférence par excès, non par défaut, par hypersollicitation, non par privation »<sup>3</sup> note Gilles Lipovetsky. Cette perte d'ancrage émotionnel que traduit une apathie croissante, est la « riposte » du voyageur aux sollicitations de tous les instants. Saturé d'informations, saoulé par le bruit, sans cesse interpellé « pour la bonne cause », l'usager dresse des barrières entre le quémandeur et sa personne. Éprouvé par ce « trop-plein » cénesthésique, il se replie sur lui-même, se forge une enveloppe protectrice. Son regard se perd, il colle son nez à la vitre ou se (re)plonge dans la lecture d'un roman de Stephen King.

Lorsqu'ils entreprennent la scansion à voix haute et forte de leur *speech*, ces migrants du métro jettent souvent un froid dans le wagon. Pour autant, les usagers s'accordent à reconnaître qu'ils ne sont pas des mendiants. De l'avis général, la présence des vendeurs de journaux n'occasionne pas de gêne, seule la multiplicité des sollicitations devenant source de désagrément. L'ambivalence de la réaction des usagers — les vendeurs de la presse SDF ne sont pas des mendiants, mais leur présence cause un trouble similaire à celui occasionné par le passage d'un mancheur — amène à s'interroger sur le *sens* accordé à l'activité

---

<sup>1</sup> Sur la double qualité de l'espace public, cf. I. Joseph « Reprendre la rue », *Prendre Place : Colloque de Cerisy*, Éditions Recherches, 1995.

<sup>2</sup> P. Pichon, « La manche, une activité routinière », *Annales de la recherche urbaine*, n°57-58, 1992-1993, p.147.

<sup>3</sup> G. Lipovetsky, *L'ère du vide* (1983), Folio, 1993, p.57.

du vendeur de journaux. Est-ce vraiment un travail comme un autre ? Achète-t-on les journaux par charité, par solidarité ? Ou bien pour « dédommager » des personnes que la société n'arrive plus à intégrer ?

C'est dans la « banlieue du travail salarié », là où les zones-frontières entre emploi, inactivité et chômage sont les plus floues qu'il convient dès lors de s'immerger.



# 1. La naissance de la presse SDF

*Ici Londres !*

Le mois de Septembre 1991 voit l'arrivée en Europe de la presse SDF. À Londres naît le *Big Issue*<sup>1</sup>. Le contexte économique et social est plutôt « propice » à ce type d'initiatives. Dix ans de thatcherisme ont en effet passablement entamé les droits des salariés anglais en matière de protection sociale. Les « exclus du travail »<sup>2</sup> se retrouvent rapidement privés de toute couverture sociale. En effet, quelle que soit son activité antérieure, le chômeur britannique touche une allocation de 1.500 Francs pendant un an au plus. Dans ces conditions, il lui est bien difficile de conserver son logement.

Cette situation inquiète les associations caritatives qui ne peuvent répondre à tous les appels à l'aide. Les entrepreneurs expriment également leur crainte. Ils pronostiquent que cette tendance à la dualisation de la société anglaise risque, à terme, de générer un état d'anomie<sup>3</sup> sociale néfaste au bon déroulement de leurs activités. L'avenir des personnes licenciées à la suite des

---

<sup>1</sup> Littéralement « la grande question » et « la grande parution », un jeu de mots intraduisible.

<sup>2</sup> Je reprends ici l'expression de S. Wuhl « exclus du travail » pour désigner les chômeurs de longue durée (inscription à l'ANPE depuis au moins une année), *Les exclus face à l'emploi*, Syros, 1992.

<sup>3</sup> É. Durkheim entend par « anomie », une situation d'absence ou de déliquescence des normes sociales.

« dégraissages » et des fermetures d'établissements sidérurgiques (notamment dans la région des *Midlands*) est préoccupant. Nombre de chômeurs finissent à la rue. Tous n'ont pas le bonheur de trouver un parent pour les épauler et les héberger. Un chômeur anglais (*chanceux* !) interviewé pour le *Figaro Magazine* s'exprime ainsi : « Cela aurait très bien pu m'arriver [de devenir SDF]. J'ai du quitter mon appartement. Si je n'avais pas eu ma mère, je ne sais pas où je serais allé. J'ai eu énormément de chance »<sup>1</sup>.

Pour venir en aide aux quelques 680.000 sans-abri que compte le Royaume-Uni, l'idée vient à la famille Roddick, entrepreneur dans les « cosmétiques naturels », de créer un journal que les SDF vendraient dans la rue. Les Roddick offrent 1.5 Million de francs pour lancer le *Big Issue*. Ils choisissent un rédacteur en chef de talent et surtout très « débrouillard » : John Bird. Ancien imprimeur, éditeur et journaliste, il prend à l'automne 1991 les rennes du journal.

Mensuel diffusé à ses débuts à 30.000 exemplaires, il s'en vend 120.000 par semaine au printemps 1993. Devenu un hebdomadaire, le *Big Issue* s'implante progressivement dans les grandes agglomérations anglaises, Bath, Birmingham, Brighton, mais aussi écossaises et irlandaises ainsi qu'à Cardiff au Pays de Galles.

Dans les colonnes du *Big Issue*, on parle emploi, formation, chômage. La ligne éditoriale accorde une large place aux « questions de société ». Depuis les problèmes d'éducation jusqu'aux *reality shows*, la palette des thèmes abordés est variée. Quatre pages par numéro sont réservées aux vendeurs. Les poèmes côtoient les témoignages, les cris d'alarme les projets de société.

Acheté 20 *pence* (1.60 Francs), le journal est revendu 50 *pence* par le SDF. En écouler de 30 à 50 par jour assure, cahin-caha, un revenu correct. Ils sont 600 à pouvoir ainsi prendre une chambre d'hôtel chaque soir. Pour devenir vendeur, quelques règles sont à respecter. Ne pas être sous l'effet de l'alcool ou de la drogue (tout

---

<sup>1</sup> R. Brown, « Le chômeur anglais ne peut compter que sur lui-même », *Le Figaro Magazine*, Samedi 3 Décembre 1994, p.42.