

LE PETIT MONDE DES GALERIES MARCHANDES : VULNÉRABILITÉ SOCIALE ET TERRITORIALISATION DANS UN CENTRE COMMERCIAL

Thibaut BESOZZI

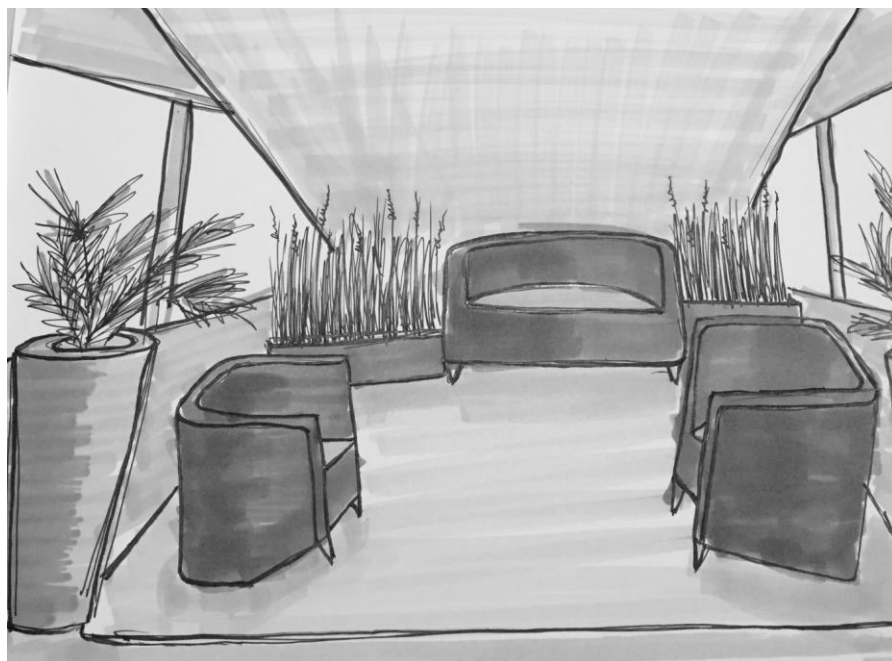
Cet article se focalise sur des personnes âgées qui « squattent » à l'intérieur d'un centre commercial localisé au centre-ville d'une agglomération située dans le Nord-Est de la France. Ces personnes, majoritairement retraitées des secteurs ouvriers et issues des catégories sociales défavorisées, s'approprient quotidiennement les galeries marchandes du Centre Commercial Saint-Cyprien pour les transformer en lieu de sociabilité¹. En s'engageant de la sorte dans le Centre, ceux que nous appelons « les habitués »² vont à l'encontre des fonctions commerciales de l'institution marchande : ils n'effectuent pas ou peu d'achats au regard du temps qu'ils passent dans les galeries marchandes. Peu rentable, la présence régulière des habitués pose problème à la direction du Centre. En effet, ces derniers occupent une bonne partie des fauteuils et sièges disposés dans les galeries à l'attention d'une clientèle plus conventionnelle, sans compter qu'ils peuvent ternir l'image du Centre. Qui sont donc ces personnes âgées ? Quels est leur profil sociodémographique ? Et comment s'approprient-ils quotidiennement les galeries marchandes alors même qu'ils en détournent les fonctions premières ?

¹ Pour respecter l'anonymat des personnes observées et interrogées, nous avons changé le nom du centre commercial et les noms des protagonistes cités. Pour faciliter la lecture, le Centre Commercial Saint-Cyprien sera fréquemment nommé « le Centre ».

² Il convient de préciser que nos informateurs ne sont pas tous des personnes âgées retraitées. Si la grande majorité d'entre eux est effectivement âgée de plus de 60 ans et retraitée des milieux populaires, une légère partie des habitués est moins âgée (entre 40 et 60 ans) : il s'agit de personnes plus marginalisées (Sans Domicile Fixe, mendiants, résidents de foyers d'hébergement, chômeurs de longue durée) qui se rendent également dans le Centre sans y effectuer d'achat. Ainsi, lorsque nous incluons ces derniers, nous parlons « des habitués » en général, tandis que nous nous focalisons sur les retraités lorsque nous parlons des « personnes âgées ».

En décrivant nos informateurs et leurs relations localisées dans l'enceinte commerciale, nous allons préciser les modalités de leur *vulnérabilité sociale* et l'enjeu que recouvre pour eux cette forme de *territorialisation* dans un centre commercial. Nous nous appuyons sur une immersion ethnographique menée durant huit mois à l'intérieur du Centre, auprès des personnes répertoriées dans le « petit monde » des galeries marchandes. Nous sommes allés nous asseoir avec les plus assidus de ces habitués - ceux qui viennent tous les jours ou presque, soit une trentaine -, en engageant spontanément la discussion, en observant leurs pratiques spatiales et leurs interactions, et en gagnant leur confiance afin de leur soumettre des entretiens plus formels. Dans cet article, nous allons suivre et entendre Jacky, Alain, Franky, Simone, Gilbert, Joe, Mme Cournoit et d'autres habitués dont nous retranscrivons ici les propos et les pratiques³.

Figure 1
Une aire de repos du Centre Commercial Saint-Cyprien



Croquis : Maxime Toussaint

³ Un index des informateurs cités dans cet article est situé à la fin du texte.

Les « aires de repos » sont des espaces de cinq à huit fauteuils disposés dans les galeries du Centre pour le confort de la clientèle. Au moment de notre recherche, six aires de repos sont aménagées : ce sont précisément ces espaces que les habitués *détournent* (Certeau, 1990) en petits salons de rencontre et de bavardage. Ils réunissent les fauteuils au fur et à mesure de l'après-midi tout en gardant des places libres pour leurs compères ou en s'échangeant des fauteuils entre eux (« *Ah te voilà, je t'ai gardé une place !* » ; ou bien, « *Salut Jacky, je t'attendais, Francis va te laisser son fauteuil en partant* »).

En s'y retrouvant quotidiennement - pour les plus assidus de mes informateurs -, les personnes âgées développent des affinités réciproques autour d'une sociabilité primaire *personnalisée* et *non-utilitaire* (Caillé, 2007, p. 86) qui s'opposent en tout point aux rapports le plus souvent impersonnels, fonctionnels et utilitaires que déploient les clients conventionnels. Sociabilité « primaire », cela se concrétise par le fait que les habitués se saluent par des poignées de mains, des bises, des accolades plus ou moins chaleureuses. Ils se donnent fréquemment des surnoms, ce qui indique la personnalisation de leurs rapports (« *Le Meusien il est pas venu aujourd'hui ?* » ; « *Tiens, voilà le Polak, ça va ?* » ; « *Salut Rabbi Jacob, je ne t'ai pas vu l'autre jour !* »). Lorsqu'ils discutent ensemble, les personnes âgées s'inscrivent exclusivement dans des bavardages anodins qui correspondent aux « menus propos » sollicitant des « ressources sûres » (Goffman, Winkin, 1988) : ils parlent sur la météo du jour, leur alimentation, le dernier fait divers local, leurs pépins de santé, ou bien ils commèrent les uns sur les autres (ou sur les clients qui circulent autour d'eux). L'humour est également mobilisé entre eux comme vecteur d'une sociabilité pacifiée et personnalisée. C'est dire si le centre commercial est ici perçu et pratiqué comme un véritable lieu de rendez-vous et de rencontres où se joue finalement une part non négligeable de la présentation de soi (Goffman, 1973a) et des relations de proximité qui font la trame de la vie quotidienne des personnes âgées observées⁴.

Mais qui sont donc ces personnes ? Et comment détournent-elles les galeries marchandes pour en faire « leur » territoire ?

⁴ Si plusieurs travaux sociologiques ce sont intéressés aux *malls* et centres commerciaux, ils se sont bien souvent contentés d'en analyser l'architecture et l'imaginaire marchand (Freitas, 1996 ; Chivallon, Marme, Prost, 1998 ; Berdet, 2013), ou bien ils se focalisent sur une population de jeunes urbains (Poupard, 2005 ; Le Renard, 2010). Notre travail se rapproche plus de l'approche développée par T. Harroud (2016) ou G. Capron (1998) sur l'accessibilité et le détournement d'usage des centres commerciaux, bien que nous nous concentrons sur une population âgée et vulnérable.

LA VULNÉRABILITÉ SOCIALE DES HABITUÉS : CULTURE POPULAIRE, RETRAITE ET VEUVAGE

Les personnes âgées rencontrées à l'intérieur du Centre possèdent des caractéristiques sociodémographiques particulières. Dans un premier temps, il faut remarquer que nos informateurs appartiennent aux catégories sociales ouvrières et populaires, ce qui permet de comprendre l'intérêt qu'ils accordent aux rapports oraux (Hoggart, 1970) et le « langage populaire » qu'ils utilisent (Sansot, 2003). Nombreux sont les retraités des secteurs industriels, du bâtiment ou de l'artisanat qui se retrouvent dans les aires de repos pour s'engager dans cette sociabilité discursive.

De fait, les personnes âgées rencontrées n'ont « *qu'une petite retraite... il faut joindre les deux bouts* », ce qui ne leur permet pas de s'engager dans des activités coûteuses. La gratuité de l'accès au centre commercial et le confort qu'il offre permettent une activité de sociabilité tout en limitant les dépenses. Dans cette même optique, plusieurs habitués déploient des tactiques de débrouille qui indiquent leur relative pauvreté. Par exemple, Nadette ne mange qu'une fois par jour : elle nous dira que « *c'est pour économiser de l'argent* ». Nous avons directement pu discuter de cela avec Cathy, Jacky ou encore Alain, qui mettent en mots leur pauvreté et racontent leurs techniques pour éviter de dépenser de l'argent⁵. L'allure vestimentaire des habitués (baskets et pullover bon marché, vêtement salis, froissés ou troués) indique également leur vulnérabilité économique et contraste avec l'apparence généralement soignée de la clientèle habituelle.

Au-delà de la faiblesse des ressources économiques de nos informateurs, il convient maintenant de décrire comment l'avancée en âge accentue leur vulnérabilité. V. Caradec (2008) a forgé le concept de *déprise* pour éclairer la compréhension sociologique du processus de vieillissement et des épreuves qu'il occasionne. Ce concept éclaire particulièrement bien la situation de nos informateurs avancés en âge ainsi que les motivations de leur présence dans le Centre. Cela dit, il convient d'en élargir la portée de deux manières. D'une part, dans notre situation, nous observons le poids d'une déprise spatiale et d'une déprise

⁵ Il s'agit par exemple de sauter le repas du midi, de profiter de la « soupe populaire » offerte le dimanche (Jacky, Cathy, Joe), de faire la manche (Jacky) ou de ne pas chauffer son appartement (Nadette). Pour sa part, Alain participe à des « analyses alimentaires » en allant goûter gratuitement des produits qu'il évalue ensuite pour une entreprise. D'une manière plus générale, leur présence dans le Centre répond de cette logique d'économie d'argent : ils peuvent y boire une tisane gratuite distribuée dans un magasin écologique au premier étage, ils y consultent le journal en libre-accès à l'accueil, ils disposent des toilettes des galeries et profitent du confort des aires de repos et des galeries climatisées.

temporelle. D'autre part, il s'agit de penser la *combinaison* de ces formes de déprises qui s'agrègent pour déterminer, *in fine*, les conditions d'existence quotidiennes des personnes considérées.

La déprise physique

La déprise *physique* des habitués correspond à leur vieillissement biologique, corporel. Si ce n'est pas ici un élément général ni central dans la description que nous pouvons faire de nos informateurs, il demeure que plusieurs personnes âgées affichent des signes révélateurs de diminution des capacités physiques. Lisette s'aide d'une canne pour marcher, elle n'est pas la seule dans le petit monde du Centre Saint-Cyprien. Mme Marié se déplace quotidiennement, avec son mari, à l'aide d'un déambulateur. Au-delà des personnes qui ont des difficultés à se mouvoir, comme Joe ou Mme Cournoit qui claudiquent tous deux visiblement, c'est surtout la lenteur de la marche et la courbure des corps qui indiquent la déprise physique. Mais si les problèmes physiques ne sont pas systématiques, il reste évident qu'une bonne part de nos informateurs a le corps usé et ralenti. Ceci justifie leur ancrage quotidien à proximité de leur logement, leur mode de déplacement piéton et leur perte d'activité (Besozzi, Marchal, 2013).

Les travaux de S. Clément, J. Mantovani et M. Membrado (1995-1996) ont permis de mettre en évidence les effets du vieillissement biologique sur l'identité personnelle et sur les pratiques de mobilité des personnes âgées en ville. Les problèmes de santé ou de mobilité peuvent occasionner une certaine déprime nécessitant de « *voir du monde* » comme le disent les habitués, parce qu'ils limitent les possibilités de déplacement et d'action. L'exemple de Mme Marié est significatif de la déprime qui peut toucher nos informateurs du fait de leur déprise physique. Elle nous précise les difficultés psychologiques qu'elle rencontre suite à ses problèmes de santé : « *Quand j'étais jeune, jamais j'aurais imaginé finir comme ça, et maintenant c'est le dos ! J'ai failli mourir deux fois ! Y'a des moments, quand je suis seule, ça remonte !* » Par ailleurs, de manière générale, les aléas de la santé sont très présents dans les bavardages qu'entretiennent nos informateurs au sein des aires de repos (« *J'ai une prothèse à la hanche depuis une mauvaise chute* » ; « *Ah Maurice, il ne vient plus depuis son problème aux yeux* » ; « *Je viens moins depuis que mes genoux me lâchent...* »).

La déprise sociale

En revanche, la déprise *sociale* est un élément central des conditions d'existence des habitués. La déprise sociale semble être la condition la plus fondamentale et la plus commune des personnes âgées rencontrées. C'est autour de l'effritement du réseau de sociabilité, de l'amenuisement de leur capital social, que viennent s'articuler les autres formes de déprise et composer un ensemble de contraintes auxquelles il est nécessaire de s'adapter au quotidien. La déprise sociale se traduit sur le plan sociologique par un isolement relationnel auquel répond un sentiment de solitude (voire de dépression), au niveau psychologique et subjectif (Schurmans, 2003). Les états d'âme livrés par nos informateurs sont éloquents à cet égard. Mme Marié : « *Je viens ici pour me changer les idées* » ; M. Christ : « *Quand j'ai le cafard, ça me fait du bien de voir du monde* » ; Gilbert : « *Je vis seul mais... si j'ai du bourdon, je prends la bagnole et vroum je vais au Centre !* » ; Jacky : « *Depuis que je lutte, depuis le suicide de ma femme... je viens ici rencontrer des copains.* »

La déprise sociale résulte du retrait progressif de plusieurs sphères d'existence (professionnelle, familiale, groupe de pairs, etc.) de la part des personnes âgées considérées, mais elle est nécessairement contrecarrée par des arrangements au quotidien qui permettent d'en limiter l'impact négatif (l'isolement relationnel) et de (re)composer l'identité personnelle autour d'un réseau de relations compensant plus ou moins cette déprise relationnelle.

Pour mes informateurs, avec le passage à la retraite, la sphère professionnelle a perdu de son sens et de sa capacité à fournir un « réservoir » d'activités et de relations sociales. Mais le réseau familial n'est parfois plus très dense non plus. S'il existe effectivement plusieurs manières de vivre la retraite, les personnes qui nous intéressent s'inscrivent clairement dans un mode de vie qui n'est pas caractérisé par la mise en place de multiples projets et activités, à l'instar de l'engagement associatif qui illustre parfois d'autres « modes de retraite » (Guillemard, 1973 ; Legrand, 2001). Leur engagement dans le microcosme de sociabilité observé constitue alors un aspect relationnel primordial de leur existence, à défaut d'autres formes de participation plus formelles et nécessairement plus contraignantes. Maggy nous dira lucidement : « *Y'a des gens ici [dans le Centre] qui ont besoin de parler, ils ont des vies difficiles.* » Plusieurs habitués ont commencé à se rendre quotidiennement dans le Centre précisément au moment de leur retraite. Blanco : « *Ca fait 10 ans que je viens ici oui, depuis ma retraite.* » ; Franky : « *Je suis à la retraite depuis 17 ans, mais il faut continuer de sortir hein ! Alors je me promène, j'aime bien venir ici tous les jours, ça fait 17 ans que je viens ici !* »

Plus encore, c'est le réseau familial qui s'effrite dans la mesure où les enfants du couple âgé n'habitent plus au domicile parental et résident parfois relativement loin de leurs parents (Franky, Blanco). Pour bon nombre d'habitueés, c'est le veuvage (ou le divorce) qui vient parachever cet isolement au sein même de la sphère domestique. Or, on sait par ailleurs que le réseau familial est l'une des formes élémentaires de solidarité qui permettent de lutter contre les diverses formes de vulnérabilité (Paugam, 2013). La perte du conjoint est un élément récurrent dans le récit des habitués : nombreux sont ceux qui ont commencé à s'engager dans le Centre *juste après cette perte*, à l'instar de Jacky, de Blanco, de Gilbert ou encore de Nadette. Voici le commentaire éclairant de cette dernière : « *C'était mieux avant, parce que j'avais mon mari, j'avais tout le monde... les gens plus vieux que moi sont tous partis... On sait que je suis seule, c'est que ça ne va pas ! Me demandez pas si ça va, maintenant que mon mari il est mort ça n'ira jamais !* » Puis, elle continue en parlant de ses « connaissances » dans le Centre : « *Des fois le Gilbert il vient me chercher quand je suis sur le banc [au centre commercial], pour parler, pour pas être tout seul chez lui...* » Simone est aussi explicite à ce sujet : « *Elle, elle a perdu son mari... c'est dur vous savez, alors elle vient ici voir du monde... et moi, c'était pareil.* »

En l'absence d'activité professionnelle et compte tenu de l'effritement du réseau familial, il va sans dire que la sociabilité des habitués est presque inexistante, si ce n'est justement à travers leur engagement dans le Centre. Cet isolement relationnel est un facteur de solitude qui s'avère essentiel à la compréhension de l'importance que revêt l'engagement quotidien dans le petit monde des galeries marchandes.

La déprise temporelle et la déprise spatiale

La déprise *temporelle* est un autre élément central de compréhension de nos informateurs. En effet, au-delà de l'effritement du réseau relationnel, le retrait de la sphère professionnelle peut entraîner un « ralentissement » de la vie quotidienne qui se traduit par une déprise relative à l'occupation du temps quotidien. Les retraités se trouvent face à la difficulté d'occuper leurs journées. Ceci est d'autant plus vrai pour ceux qui cumulent diverses formes de déprise et ont donc moins de possibilités pour s'engager dans des activités diverses. Autrement dit, l'ennui peut être une donnée prépondérante qui influe sur l'organisation quotidienne des habitués. Ce n'est rien d'autre qu'ils expriment innocemment lorsqu'on leur demande pourquoi ils viennent ici : « *Ça permet de voir du monde, de sortir un peu* », « *ça passe le temps* »,

« *c'est mieux que de ne rien faire, non ?!* » ; « *Chez moi, je tourne en rond, alors je sors au Centre m'occuper...* »

Nous avons également remarqué une certaine déprise *spatiale*. Le départ à la retraite ampute le sens de l'espace professionnel. L'effritement plus progressif de la sphère familiale produit les mêmes effets au niveau de l'espace domestique. Les conditions de logement engendrées par la précarité économique s'ajoutent à ce décentrement de l'espace domestique. Dans le cas précis de certains habitués du Centre, c'est même l'obligation de quitter le logement durant la journée (pour ceux qui logent dans un foyer d'hébergement) qui entraîne cette déprise spatiale. Lorsqu'ils ne vivent pas dans un foyer, certaines personnes sortent régulièrement de chez elles du fait de l'exiguïté ou de l'insalubrité de leur appartement : c'est le cas de Nadette ou de Jacky qui nous ont clairement explicité leurs conditions précaires de logement. En ce sens, la déprise spatiale relève d'une perte d'espaces d'expression et d'action qui pousse les habitués à s'approprier d'autres espaces (accessibles au public), et notamment celui du Centre.

Dès lors, à l'effritement des ressources économiques et sociales, s'ajoute une perte de repères spatiaux qui se concrétise dans le fait de ne plus avoir d'espace d'ancrage et d'expression de soi. Cette déprise spatiale est due au processus de vieillissement de nos informateurs - et plus particulièrement à leur retraite et à leurs difficultés physiques. Elle a pour effet de réduire leurs capacités de déplacement et même simplement les intérêts de se déplacer (« *Pour quelles activités ?* » « *Pour voir qui ?* », « *Pour aller où ?* »).

À bien y regarder, les ruptures biographiques que constituent la retraite et/ou le veuvage sont des caractéristiques générales et primordiales qui déterminent l'engagement de nos informateurs dans le petit monde des galeries marchandes. Ces ruptures viennent accentuer les effets du processus de vieillissement et accusent la déprise sociale, temporelle et spatiale. Employer le concept de déprise signifie que la vulnérabilité sociale de nos informateurs est une conséquence directe du processus de vieillissement qu'ils subissent. La déprise n'est pas donc synonyme d'« exclusion » quoi qu'elle mène à une relative marginalisation sociale quand ces formes se combinent et sont accusées par la faiblesse des revenus. Ainsi, les habitués du centre commercial sont confrontés à une vulnérabilité sociale qu'ils vivent au quotidien et contre laquelle l'engagement régulier dans le Centre représente un moyen « *de sortir* », « *de s'occuper* », « *de voir du monde* », « *de passer le temps* », bref, de continuer d'exister socialement, et ce, sans avoir à dépenser d'argent.

L'APPROPRIATION SPATIALE DES HABITUÉS : INTERACTIONS ET TERRITORIALISATION

Les personnes âgées que nous avons observées font donc du Centre Commercial Saint-Cyprien « leur » territoire. C'est-à-dire qu'ils s'y sentent « comme chez eux », si bien que le Centre devient le lieu d'ancrage du groupe de sociabilité et des individus qui le composent⁶. Mais comment s'effectue plus précisément cette *territorialisation* à l'intérieur du Centre ?

Les modalités d'appropriation de l'espace

Il faut d'abord souligner que le petit monde des habitués n'est pas formalisé, au sens où il n'existe pas institutionnellement et officiellement : il est uniquement fonction de la présence des personnes qui le font exister en y développant quotidiennement leur sociabilité. C'est dire si l'appropriation de l'espace nécessite d'abord que les habitués se rendent *fréquemment, régulièrement et durablement* dans les aires de repos. Les plus assidus des personnes âgées y viennent tous les jours et peuvent y rester jusqu'à quatre ou cinq heures par jour (Francis, Simone, Lisette, Jacky, Joe, Blanco, Cathy et d'autres encore).

Une certaine ritualisation des pratiques rend compte de la manière dont les habitués s'approprient les galeries marchande. Ces derniers y ont leurs habitudes et leurs préférences : Joe a son aire de prédilection, au rez-de-chaussée (RDC) du Centre, Lisette et Simone se retrouvent dans une autre aire du RDC, Jacky à ses horaires de préférence (il ne vient jamais le matin), tandis que Francis « *fait un tour le matin, un tour l'après-midi, mais [il] reste bien plus longtemps l'après-midi* ». Loulou est explicite à cet égard, le coin qu'il affectionne est facilement nommé « PC » (Point Central) : « *L'endroit au milieu là, c'est là que je préfère, c'est mon PC, mon port d'attache.* » Et que dire de Franky qui arrive systématiquement à « sa » rambarde à 15h30 - après avoir consulté le journal à l'accueil - pour repartir non moins systématiquement à 18h. Il nous précisera un jour en désignant cette rambarde où il « squatte » avec ses copains italiens : « *On a mis des racines ici !* », ce qui en dit long sur le sentiment d'appropriation qu'ils ont développé dans ce recoin à l'étage du Centre. D'autres personnes âgées se rendent au Centre moins

⁶ Sur les modalités d'appropriation de l'espace public ou « accessible au(x) public(s) », il importe de faire référence aux recherches de M. Segaud (2010) et d'A. Moles et E. Rohmer (1972 ; 1976 ; 1982). Pour des études de cas, voir notamment les travaux suivants : E. Goffman (1973b), N. Hossard et M. Jarvin (2005) ; P. Garcia Sanchez (2006) ; A. Pecqueux (2012) ; J. P. Nunes (2012).

régulièrement et moins durablement (ce peut être deux ou trois fois par semaine, et ne durer qu'une heure ou deux). Ces dernières participent néanmoins de l'appropriation collective de l'espace en s'engageant dans des discussions avec les véritables « piliers » du petit monde.

Toujours est-il qu'en nous concentrant sur les plus assidus des habitués du petit monde des galeries marchandes, nous pouvons facilement observer avec quelle aisance ils inscrivent leur corps et leur esprit dans le Centre. Il n'est qu'à se souvenir des propos de Blanco, se levant un jour de son fauteuil où il était confortablement allongé, jambes croisées et mains sur le torse. Il lança à l'assemblée de vieilles personnes assises : « *Je vais faire un tour dans la maison [dans le Centre], je vous retrouve tout à l'heure !* » Pour sa part, Alain a une autre manière de nous expliquer le rapport familial qu'il entretient avec l'espace intérieur du Centre : « *Tu sais, moi j'ai pas de portable, ça coûte cher quand même, alors ici [dans son aire préférée au RDC] c'est comme mon portable, les gens qui veulent me voir, ils savent que je suis là, ils passent !* »

L'ancrage du corps dans l'espace - avec aise et familiarité - se donne aussi à voir à travers la connaissance sensorielle des lieux. Les plus souvent présents dans les galeries deviennent des experts locaux (Joseph, 1996) qui ont une parfaite connaissance indigène de la situation : ils savent où il y a le plus de monde, où ils pourront le mieux observer le passage de la clientèle, où ils seront plus au calme, et où il y aura un courant d'air soufflant au sein de l'espace-repos, comme nous le raconte Alain : « *J'aime mieux mon aire, parce qu'on peut voir l'entrée, y'a du mouvement, mais pas trop proche non plus, dans l'autre aire là-bas, je l'aime moins parce que les gens passent trop près.* » Tandis que Francis n'hésite pas à déplacer son fauteuil lorsqu'il se met assis : « *c'est qu'il y a le courant d'air dans le sens-là... je préfère me tourner par ici.* » Il atteste ainsi de sa connaissance des conditions morphologiques des galeries, ce qui ne nous étonne pas dans la mesure où Francis passe plusieurs heures de chacune de ses journées à se balader dans le Centre, à la recherche d'autres habitués avec qui bavarder.

Cette capacité qu'ont les personnes âgées de déplacer les fauteuils à leur guise atteste de l'appropriation de l'espace dont ils font preuve. Certains se font une joie de rapprocher les fauteuils en cercle pour mettre en scène un groupe éphémère de quatre ou cinq habitués, palabrant ensemble, tandis que d'autres, plus solitaires, s'emparent de leur siège pour le mettre à l'écart de l'aire, tourné vers le flux de clientèle. L'enjeu d'avoir une place assise et de pouvoir se positionner comme on le souhaite est symptomatique de l'appropriation des aires de repos. Car il faut rappeler que « *les places sont chères* » durant les heures de fréquentation intense du Centre par les clients et par les habitués (14h-18h), « *parfois, c'est dur de pouvoir s'asseoir !* ». Ainsi, les personnes âgées s'arrangent pour se garder des fauteuils, pour se les échanger entre

eux lorsqu'ils s'en vont, afin d'asseoir (au sens propre comme au figuré) l'existence de leur petit monde informel⁷. Ainsi en est-il de Mme Cournoit qui précise à Simone en se levant : « *Prenez ma place si vous voulez, je vais faire une petite course, je vous la reprends après.* »

Ancrés dans les galeries marchandes, le petit monde des habitués s'organise en fait d'une manière très structurée, quoi qu'informelle (non-officielle) : chaque groupe de discussion se réunit dans « son » aire habituelle. Ce que nos observations nous ont permis de remarquer, les propos de Franky le confirment avec précision : « *C'est toujours les mêmes, je les connais de vue ! Y'en a qui nous ont quittés, et d'autres ils sont encore là, toujours à la même place, c'est toujours les mêmes. De l'autre côté-là, dans l'autre aire, c'est toujours les mêmes !* », et Joe de renchérir dans le même sens : « *Y'en a que je connais bien hein. On se connaît bien, on se dit bonjour, on discute ensemble : "Dès que vous avez un fauteuil de libre, vous venez et on discute !". Ce sont des petits clans. On ne se mélange pas avec tout le monde hein !* » Ainsi, le petit monde des galeries marchandes s'appuie sur l'appropriation collective de groupes de sociabilité qui n'interagissent pas tous ensemble, mais ils ont connaissance de l'existence d'autres groupes et de cette répartition informelle, comme le suggère Simone : « *Nous on est ici, y'en a aussi là-haut des sièges, mais on y va pas, et eux viennent pas ici.* » Les hommes de l'étage répondent : « *Les vieilles en bas, elles sont 4 ou 5 elles, elles regroupent les sièges... elles arrivent à 2h elles partent à 6h !* »

Nous devons donc distinguer plusieurs groupes de personnes âgées, s'appropriant différents micro-espace du Centre : un groupe de dames âgées dans une aire du RDC, un groupe d'Italiens accoudés à une rambarde de l'étage, un groupe masculin dans une aire à l'étage, et un groupe d'hommes maghrébins dans une autre aire de fauteuils. Il faut remarquer que cette distribution informelle de l'usage des aires de repos entre les différentes personnes âgées qui « squattent » dans le Centre s'effectue en fonction du genre (homme / femme), de la culture d'origine (maghrébine, italienne, portugaise, française) ou encore en fonction des heures de présence des groupes ou individus en question : certains s'y rendent en début d'après-midi tandis que d'autres (les plus marginaux en général, SDF, mendiants, résidents de foyer d'hébergement) s'approprient « leur » coin après 18h.

La transformation des galeries marchandes du Centre Commercial Saint-Cyprien en véritable *territoire* approprié par les personnes âgées vulnérables se donne donc à voir à travers plusieurs indicateurs. Ce territoire est « défendu » par une présence régulière, fréquente et durable

⁷ L'échange des fauteuils comme l'entretien de relations de réciprocité ont été analysés dans les termes anthropologiques du don et du contre-don (Mauss, 1960) dans un récent article (Besozzi, Marchal, 2017).

de la part des habitués, qui se relayent ainsi tout au long de la journée et s'organisent selon leurs codes indigènes. Lorsqu'ils sont réunis, ils mettent en scène leur présence en rassemblant les fauteuils et en palabrant de manière volubile, quand ce n'est pas directement pour revendiquer une certaine légitimité à être « surveillant » ici. Ainsi en est-il de Berthe [parlant de vendeurs itinérants dans les galeries] : « *Ils ne viennent pas tous les jours eux, hein ! Ils viennent sur notre territoire ! On est les surveillantes ici.* »

Les tactiques de détournement pour territorialiser l'espace

Ainsi, non seulement les retraités *s'approprient* les galeries marchandes, mais ils en *détournent* le sens et les fonctions principales, et ce, plus ou moins discrètement et clandestinement⁸. D'un lieu économique et marchand, le Centre est détourné en territoire de sociabilité. Pour ce faire, nos informateurs doivent ruser, car leur petit monde fait concurrence à l'ordre économique et aux objectifs de rentabilité défendus par l'institution marchande que représente le centre commercial. En effet, le fait que les personnes âgées prennent place dans un espace institutionnel, semi-public, suppose qu'elles accommodent leurs comportements aux attentes institutionnelles et au contrôle normatif qui en régle l'ordre social. Autrement dit, les habitués doivent *négoier* subtilement leur présence, non seulement aux yeux des agents de sécurité, mais aussi à l'égard des clients. Un jeu interactionnel se met alors en place dont l'enjeu pour les habitués n'est autre que la survie de leur petit monde : entre l'ordre institutionnel et l'ordre interactionnel (Céfaï, Perreau, 2012), il existe des interstices où se joue la négociation de l'ordre social localisé (Strauss, 1992).

Si les vigiles ne peuvent exclure tous les habitués du seul fait qu'ils n'effectuent pas d'achat, ils peuvent néanmoins raccompagner à la porte certaines personnes dont le comportement déviant serait trop « visible » ou trop « gênant » pour la clientèle ou l'image du Centre. De fait, les personnes âgées essaient de répondre aux « apparences normales » (Goffman, 2013) en dissimulant la durée de leur présence ou l'incongruité apparente de leurs comportements. Par conséquent, elles emploient un certain nombre de « tactiques » destinées à se fondre dans la vie quotidienne du centre commercial sans se faire exclure des lieux.

A) Des « tactiques d'apitoiement ». Il s'agit là de parades verbales et non-verbales dont usent les retraités pour faire comprendre aux

⁸ Par détournement, nous entendons *l'acte de modifier un sens déjà institué à travers des pratiques et des représentations qui s'écartent de ce sens institué* –, allant parfois jusqu'à le contredire et s'inscrire dans l'illégalité.

clients qu'ils revendiquent une place assise. Cela consiste soit en une demande verbale prenant la forme générique suivante : « *Je peux m'asseoir à votre place ?* » - en spécifiant ou non la norme de politesse qui veut qu'on laisse les personnes âgées s'asseoir en priorité (« *Vous laisseriez la place aux anciens ?* »). Nous avons aussi pu entendre ce type de demande : « *Je suis malade, vous pouvez me laisser votre siège ?* » Le plus souvent, cette tactique d'apitoiement s'effectue de manière non-verbale. Elle consiste alors en un passage lent ou une stagnation au sein de l'aire de repos, en usant d'un regard insistant auprès des personnes assises afin qu'elles sentent la demande tacite. L'efficacité de cette tactique est avérée à tel point que les habitués n'ont souvent recours qu'à la parade non-verbale pour obtenir une place assise. La demande formelle pouvant suivre si cette première tentative n'aboutit pas.

B) Des « tactiques d'attente ». Rappelons que durant les heures de pointe (14h-18h) les places libres le restent rarement plus de quelques dizaines de secondes. Certains habitués peuvent attendre pendant plusieurs minutes qu'une place se libère. Ils dissimulent cette attente en maintenant les apparences normales comme ils le peuvent, tout en maximisant leur chance d'obtenir un fauteuil. Car l'immobilité n'est pas appréciée par les vigiles qui ont pour mission de « *faire circuler dans les galeries, personnes s'assied par terre, et quelqu'un qui stagne debout c'est louche non ?* » (Mohamed, agent de sécurité). Ainsi, nos informateurs effectuent une ronde dans les galeries avec un net ralentissement de leur allure à l'abord d'une aire de repos, au cas où il y ait une opportunité de s'asseoir. D'autres stagnent aux vitrines près de l'aire convoitée afin d'être les premiers à s'emparer d'une place qui se libérerait, tout en gardant l'attitude d'un client qui repère des marchandises.

C) Des « tactiques d'effacement ». Les personnes âgées cherchent à réduire leur visibilité aux yeux des vigiles en s'asseyant successivement dans plusieurs espaces-repos au lieu de rester toute l'après-midi dans le même fauteuil. Elles savent qu'elles sont susceptibles d'être « déplacées » par les agents de sécurité. De la sorte, les habitués peuvent rester plus longtemps à l'intérieur des galeries marchandes : soit qu'ils s'installent par tranches de demi-heures dans différentes aires de repos ; soit qu'ils restent debout, circulant d'un groupe à l'autre, à l'instar de Francis ou M. Chris. D'autres encore effectuent de courtes promenades en dehors du Centre avant de revenir s'asseoir ensuite dans les

galeries - répétant l'opération plusieurs fois dans la journée.

D) Des « tactiques de subversion ». Quelques habitués (comme Rick ou Alain) dorment parfois au sein des aires de repos en portant des lunettes de soleil pour cacher leurs yeux fermés - car ceci est interdit et contrôlé par les agents de sécurité. Ils savent qu'ils peuvent se faire réveiller (et raccompagner à la sortie) s'ils se reposent au point de dormir. D'autres personnes parmi les plus indigentes, comme Jacky, s'arrangent pour quémander un peu d'argent à l'intérieur des galeries marchandes - ce qui est également interdit. Mais ce dernier s'adresse uniquement aux habitués qu'il connaît afin de maintenir la discrétion (« *Je fais pas ça avec n'importe qui, je me suis fait virer la dernière fois !* »). En dernier ressort, l'ensemble des tactiques décrites s'inscrivent dans cette catégorie de la subversion dans la mesure où elles permettent toutes de détourner le sens et la fonction première du centre commercial.

La territorialisation du centre commercial par le petit monde d'habitueés ne va donc pas de soi. C'est pourquoi nos informateurs se trouvent dans une situation paradoxale en détournant l'usage et le sens conventionnel des galeries marchandes : ils s'appuient sur l'offre de confort aménagée par le Centre à destination de sa clientèle marchande, tout en détournant plus ou moins discrètement cette « hospitalité » pour transformer le Centre en territoire d'une sociabilité quotidienne non marchande. C'est ainsi que se donne à voir l'épaisseur des marges de négociation de l'ordre social dans un espace accessible au(x) public(s), au carrefour entre l'ordre conçu, rationalisé et institué que défendent les représentants de l'institution, et de l'ordre vécu, quotidien et informel que font exister les personnes âgées socialement vulnérables, en quête de sociabilité et d'espace de rencontre.

CONCLUSION : « SE FAIRE UNE PLACE » SOCIALE ET SPATIALE DANS UN CENTRE COMMERCIAL

Nous sommes en mesure d'analyser les conséquences de la vulnérabilité sociale de nos informateurs en montrant comment l'appropriation du centre commercial, transformé en territoire, contribue à lutter contre cette vulnérabilité en permettant l'ancrage de soi et du groupe dans un espace d'expression où se joue *in fine* une sociabilité primordiale pour continuer, tant bien que mal, d'exister socialement. C'est bien par la compréhension *croisée* de la condition sociale de nos

informateurs et de leurs pratiques spatiales que s'interprète le phénomène de territorialisation étudié. Pour nos informateurs, l'enjeu de leur présence quotidienne dans le Centre consiste à « se faire une place » - tant au sens social d'une « place » dans la société et dans un groupe de sociabilité (Gaulejac, 2014) qu'au sens spatial de place dans l'espace urbain. En ce sens, contre toute attente, c'est par la territorialisation dans un centre commercial que se cristallisent des liens sociaux primaires prenant une importance fondamentale dans l'existence quotidienne de personnes âgées socialement vulnérables.

BIBLIOGRAPHIE

- BERDET M. (2013), *Fantasmagories du capital. L'invention de la ville-marchandise*, La Découverte, 256 p.
- BESOZZI T., MARCHAL H. (2013), « Avoir une place dans la "proximité urbaine". Ethnographie d'un centre commercial », *Géo-Regards*, n°5, pp. 97-108.
- BESOZZI T., MARCHAL H. (2017) « Le "petit monde" de personnes âgées dans un centre commercial », *Ethnologie française*, n°3/2017, pp. 533-544.
- CAILLE A. (2007), *Anthropologie du don*, La Découverte, 276p.
- CAPRON G. (1998), « Les centres commerciaux à Buenos Aires. Les nouveaux espaces publics de la ville de la fin du XX^e siècle », *Les Annales de La Recherche Urbaine*, n°78, pp. 55-63.
- CARADEC V. (2008), *Sociologie de la vieillesse et du vieillissement*, Armand Colin, 127 p.
- CEFAI D., PERREAU L. (dir.) (2012), *Erving Goffman et l'ordre de l'interaction*, CURRAP-ESS/CEMS-IMM, 466p.
- CERTEAU M. (1990), *L'invention du quotidien, Tome I : Arts de faire*, Gallimard, 350 p.
- CHIVALLON C., MARME N., PROST D. (1998), « Artefact de lieu et urbanité. Le centre commercial interrogé. », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°78, pp. 25-37.
- CLEMENT S., MANTOVANI J., MEMBRADO M. (1995), *Vieillesse et Espaces urbains, modes de spatialisation et formes de déprise*, recherche financée par le PIRVilles-CNRS, 188 p.
- CLEMENT S., MANTOVANI J., MEMBRADO M. (1996), « Vivre la ville à la vieillesse : se ménager et se risquer », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°73, pp. 90-98.
- FREITAS R. F. (1996), *Centres commerciaux : îles urbaines de la post-modernité*, L'Harmattan, 142 p.
- GARCIA SANCHEZ P. (2006), « Entre urbanité et ordre public. Une

- écologie de l'usage des places à Caracas », *Espaces et sociétés*, n°126, pp. 103-118.
- GAULEJAC V. (2014), *La lutte des places*. Desclée de Brouwer, 352p.
- GOFFMAN E. (1973a), *La mise en scène de la vie quotidienne, Tome 1 : la présentation de soi*, Éditions de Minuit, 251 p.
- GOFFMAN E. (1973b), *La mise en scène de la vie quotidienne, Tome 2 : les relations en public*, Éditions de Minuit, 372 p.
- GOFFMAN E. (2013), *Comment se conduire dans les lieux publics*, Economica, 307 p.
- GOFFMAN E., WINKIN Y. (1988), *Les moments et leurs hommes*, Éditions du Seuil / Minuit, 253 p.
- GUILLEMARD A-M. (1973), *La retraite, une mort sociale. Sociologie des conduites en situation de retraite*, Éditions Mouton, 303p.
- HARROUD T. (2016), « Les pratiques de “résistance” dans les *malls* de Rabat-Salé : accessibilité et usage social d'un espace sélectif », *Cultures & Conflits*, n°101, pp. 57-79.
- HOGGART R. (1970), *La culture du pauvre*, Éditions de Minuit, 420p.
- HOSSARD N., JARVIN M. (dir.) (2005), « *C'est ma ville !* ». *De l'appropriation et du détournement de l'espace public*, L'Harmattan, 284 p.
- JOSPEH I. (1996), « Les compétences de rassemblement. Une ethnographie des lieux publics », *Enquête*, n°4, pp. 107-122.
- LEGRAND M. (dir.) (2001), *La retraite : une révolution silencieuse*, Erès, 352 p.
- LE RENARD A. (2010), « Pratiques du shopping mall par les jeunes Saoudiennes. Sociabilité et consumérisme à Riyad », in Mermier F., Peraldi M. (dir.), *Mondes et places du marché en Méditerranée. Formes sociales et spatiales de l'échange*, Karthala , pp. 187-213.
- MAUSS M. (1960), *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, 389p.
- MOLES A., ROHMER E. (1972), *Psychologie de l'espace*, Casterman, 163 p.
- MOLES A., ROHMER E. (1976), *Micropsychologie et vie quotidienne*, Gonthier, 113 p.
- MOLES A., ROHMER E. (1982), *Labyrinthes du vécu. L'Espace : matière d'actions*, Librairie des Méridiens, 183p.
- PAUGAM S. (2013), *La disqualification sociale. Essai sur la nouvelle pauvreté*, PUF, 256 p.
- PECQUEUX A. (2012), « Pour une approche écologique des expériences urbaines », *Tracés*, n°22, pp. 27-41.
- POUPARD J-M. (2005), *Les centres commerciaux. De nouveaux lieux de socialité dans le paysage urbain*, Paris, L'Harmattan, 163 p.
- SANSOT P. (2003), *Les gens de peu*, Paris, PUF, 223 p.
- SCHURMANS M-N. (2003), *Les solitudes*, Paris, PUF, 304 p.
- SEGAUD M. (2010), *Anthropologie de l'espace : habiter, fonder, distribuer, transformer*, Armand Colin, 248 p.

-STRAUSS A. (1992), *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionniste*, Paris, L'Harmattan, 319 p.

Annexe 1

Présentation des informateurs⁹ :

Nom	Sexe	Age	(Ex)Profession	Situation familiale
Joe	Homme	80 ans	Retraité de l'informatique	Divorcé
Blanco	Homme	78 ans	Non connue	Veuf depuis 10 ans
Franky	Homme	78 ans	Retraité de Maçonnerie	En couple
Francis	Homme	66 ans	Retraité. Ancien pompier	Divorcé
Berthe	Femme	72 ans	Retraîtée de l'usine	Veuve depuis 6 ans
Alain	Homme	43 ans	Ancien comptable (chômeur depuis 3 ans)	Célibataire
Cathy	Femme	54 ans	Mère au foyer	Célibataire
Jacky	Homme	59 ans	Ancien brancardier	Veuf
M. Christ	Homme	62 ans	Retraité. Ancien facteur	Divorcé
Maggy	Femme	55 ans	Retraîtée (« petits boulots »)	Divorcée
Loulou	Homme	62 ans	Retraité (« pleins de petits boulots »)	Seul au foyer
Gilbert	Homme	72 ans	Retraité de maçonnerie	Veuf depuis 7 mois
Simone	Femme	82 ans	Femme au foyer	Veuve
Lisette	Femme	85 ans	Femme au foyer	Veuve
Mme Cournoit	Femme	Plus de 70 ans	Retraîtée (usine)	Divorcée
Nadette	Femme	62 ans	Retraîtée (usine)	Veuve
Rick	Homme	Plus de 50 ans	En arrêt maladie (Schizophrène)	Célibataire
Mme Marié	Femme	82 ans	Femme au foyer	Mariée
Mohamed	Homme	43 ans	Agent de sécurité du Centre	Marié

⁹ Rappelons qu'il s'agit ici de noms d'emprunt.

