



Yves Couturier, Dominique Gagnon

Esquisse d'ethnographie d'un petit métier de l'antiquité au Québec, le cueilleur ou *picker*. Notes d'observations

Résumé

Le présent texte rend compte de notes d'observation sur une pratique professionnelle méconnue, celle de *picker*, c'est-à-dire de cueilleur d'antiquités. Ces observations permettent de mieux comprendre les processus circulatoires des objets anciens au Québec, passant de la sphère sémantique privée, à la sphère marchande publique.

Abstract

The present text consists of observation notes concerning a lesser known professional practice, the antique picker. These observations allow a better understanding of the circulatory processes of antique objects in Quebec, transiting from the private semantic sphere to public commercial sphere.

Pour citer cet article :

Yves Couturier, Dominique Gagnon. Esquisse d'ethnographie d'un petit métier de l'antiquité au Québec, le cueilleur ou *picker*. Notes d'observations, *ethnographiques.org*, Numéro 13 - juin 2007 [en ligne]. <http://www.ethnographiques.org/2007/Gagnon,Couturier.html> (consulté le [date]).

Sommaire

Introduction

Le monde de l'antiquité, un espace relativement méconnu

Le métier de picker (cueilleur)

Trajectoires des objets anciens

Le picker rencontre l'encanteur

Les pickers à l'encan de Robert

Constitution des compétences

Conclusion

Notes

Bibliographie

Introduction

Le présent texte rend compte de notes d'observation participante sur une pratique professionnelle fort méconnue, celle de *picker*. Ces observations non systématiques ont été produites durant une décennie — celle des années 1990 — passée à côtoyer, à titre professionnel ou amateur, le monde de l'antiquité au Québec. Le *picker* est cet acteur social qui recherche des antiquités dans un cadre domestique. Représentant l'une des dernières figures de nomadisme professionnel au Québec, il se rend de maison en maison demander aux résidents s'ils possèdent des objets anciens et s'ils sont prêts à les lui vendre. Il mettra sur le marché ses trouvailles par l'intermédiaire d'encans d'antiquité regroupant grossistes et détaillants d'objets antiques. L'étude de ce "petit métier" permet de mieux comprendre les règles occultées constituant le marché de l'antiquité au Québec. La mise au jour de la structure de valeur constituant ledit marché, au sens de Pierre Bourdieu, révèle comment celui-ci s'est construit par l'occultation d'une règle fondamentale (*i.e.* l'occultation du processus d'anoblissement des objets antiques) et comment les *pickers* ont su développer une compétence stratégique pour jeter un peu de lumière sur cette occultation, modifiant de ce fait la structure du champ en question.

Le monde de l'antiquité, un espace relativement méconnu

Le monde de l'antiquité et des commissaires-priseurs [1] a fait l'objet de quelques études, surtout pour les activités du domaine de l'art et des objets de prestige (Bonnain-Dulon, 2001 ; Smith, 1989, Lemonnier, 1980). Dans le portrait ethnographique que nous esquissons ici, nous nous intéressons plutôt aux activités commerciales concernant des objets antiques de tradition populaire québécoise. Ces petits commerces, plus modestes, ne se caractérisent pas par le haut statut symbolique des encans d'art ou de mobiliers de grand luxe. D'une certaine façon, leur aire d'influence et, donc, leur prestige social, se limite pratiquement au réseau des acheteurs-vendeurs qui y participent. Pour favoriser une bonne compréhension de la spécificité de ce type d'activité professionnelle, nous dressons d'abord un portrait des acteurs et, à travers eux, des conjonctures qui ont mené à l'apparition de ce type d'activités commerciales au Québec.

Le métier de picker (cueilleur)

L'origine du métier de *picker* [2] est incertaine, peu de documentation étant accessible sur le sujet. Toutefois, un retour jusqu'aux années 1960 sera suffisant pour nous permettre de situer les éléments nécessaires à sa contextualisation. La société québécoise de l'époque se caractérisait par un relatif retard dans son insertion dans la modernité ambiante en Amérique du nord, et par une conscience d'elle-même comme société quasi colonisée. Les antiquaires québécois étaient rares à l'époque, puisque les objets de la culture populaire francophone constituaient en quelque sorte des marqueurs symboliques d'une tradition pré-moderne, archaïque, peu consciente de sa valeur culturelle. Par

contre, les antiquaires américains sillonnaient le Québec pour se procurer des pièces antiques, issues du patrimoine mobilier et liturgique remontant au régime français d'avant la conquête britannique, dont la valeur patrimoniale était au Québec sous-estimée, comme sa valeur marchande d'ailleurs. Ces antiquaires ont progressivement constitué des réseaux de petits fournisseurs pour faciliter leur approvisionnement. Ces fournisseurs se caractérisaient par leur proximité culturelle avec les détenteurs de ces objets. Déjà, des ferrailleurs et récupérateurs de toutes sortes (acheteurs de crin de cheval, de poches de jutes, soit l'équivalent québécois de regrattier français, commerçants de sel) parcouraient les campagnes québécoises pour réaliser leurs activités professionnelles. Les antiquaires américains ont développé une connaissance fine de ces réseaux de *pickers*, et les ont incités à repérer des armoires françaises et autres antiquités du patrimoine québécois. Il va sans dire que le prix offert à ces *pickers* pour un objet était certes loin du prix de détail sur le marché de la Nouvelle-Angleterre. Cela dit, malgré l'abondance et la disponibilité de la matière première, les prix payés restaient très attractifs par rapport au prix du crin de cheval à la livre.

Ainsi, des antiquaires grossistes passaient leurs commandes aux *pickers*. À l'époque, la récolte journalière d'items était souvent achetée en vrac, pour un prix global. Plus tard, les items étaient vendus à la pièce, à un seul et même grossiste revendeur pendant que les clients ontariens ou américains faisaient la queue pour racheter les biens au grossiste. Ce n'est qu'avec l'apparition des enchères locales, d'ailleurs initiées par certains *pickers*, que ceux-ci ont pu avoir accès à une diversité d'acheteurs, et ont pu ainsi se constituer en joueurs stratégiques sur le marché. Avant l'apparition de ces enchères, ce n'est véritablement qu'au compte-gouttes que les connaissances sur la valeur marchandes et patrimoniales étaient transmises aux *pickers*. Certains d'entre eux, plus futés, en sont venus à solliciter directement les antiquaires détaillants. Il semble toutefois qu'il était difficile de faire jouer la concurrence entre les antiquaires, ceux-ci ayant tendance à se liquer en oligopole pour maintenir les prix d'achat bas. Les *pickers* n'avaient donc que peu de prise sur les règles du marché. La valeur de leur force de travail se limitait à leur capacité à couvrir tout le territoire rural québécois, et à leur capacité à entrer directement en contact avec ses résidents. En fait, ils se caractérisaient par une proximité socioculturelle avec les propriétaires de première main, eux-mêmes non-conscients que la vieille armoire à débarras dans le fond du garage pouvait avoir une quelconque valeur. Bien entendu, peu à peu des bruits coururent ici et là sur l'histoire d'un meuble vendu pour le prix du bois, puis revendu 12'000 CAD (dollars canadiens [3]) à New York, et dont la valeur marchande actuelle serait de 100'000 CAD. S'il y a sans doute une part importante de légende urbaine dans ces histoires, il n'en demeure pas moins vrai que le statut symbolique de l'objet cueilli est passé de l'objet-déchet encombrant quelque grenier à l'objet-patrimonial à exposer dans les salons chics [4].

C'est donc en réaction à l'oligopole des acheteurs américains, et à la faveur de l'émergence du courant d'affirmation nationale québécois à partir des années soixante revalorisant le patrimoine français, que sont apparues les premières salles d'enchères réunissant plusieurs *pickers* et acheteurs (dont de plus en plus de québécois). Cette création contribuera à la modification des règles du marché. En fait, si les commerces de détail américains se qualifiaient surtout par une filière de distribution bourgeoise ou touristique, certains *pickers* québécois se professionnalisaient en ouvrant leur propre commerce de détail en réponse à une demande locale qui émergeait [5]. Ainsi, cet oligopole, si on ne peut affirmer qu'il éclatait, se complexifiait à tout le moins par l'arrivée de détaillants québécois, visant un marché local.

Le métier a donc évolué au fil des ans. L'objet de la sollicitation dans les maisons n'est plus tout à fait le même, ni la finalité de l'action. Jadis, il s'agissait de débarrasser les greniers familiaux de matériels encombrants, aujourd'hui de réaliser une transaction sur des biens dont la valeur est un peu mieux connue par les vendeurs de première main. Notons que ce métier de la route, de la sollicitation de porte en porte, est probablement l'un des derniers à subsister. Au Québec, le colporteur a disparu

sous l'impulsion de règlements municipaux et provinciaux. Il n'existe pas cette tradition européenne des commerçants nomades. Pourtant, la figure du colporteur, si prégnante dans la culture nord-américaine et dans la littérature québécoise, demeure relativement vive au plan de la représentation sociale. D'une certaine façon, le *picker* est le dernier des Mohicans, ce qui procure à ces praticiens ce sentiment d'aventure, de la marge, de liberté, leur donnant l'impression de participer à un véritable *road movie* professionnel.

Une proportion importante de *pickers* est en effet sur la route plusieurs jours de suite, vivant de motel en motel, de restaurant en restaurant, jusqu'à la fin de la semaine pour vendre leurs cargaisons. Allant de village en village, l'objectif premier du *picker* est donc d'entrer dans une maison avec les propriétaires en circulant de la cave au grenier, en passant par les dépendances, dans le but d'y dénicher des biens intéressants. Dans un contexte de raréfaction des objets anciens de première main, le *picker* a développé un ensemble de connaissances lui permettant d'identifier les maisons ayant le plus fort potentiel : résidences de collectionneurs, de couples vieillissants ou en relocalisation vers un centre d'hébergement, presbytères, maisons avec débarras et autres dépendances, etc. Il s'agit notamment d'identifier les incidents de vie qui engagent des personnes à se départir d'objets les entourant : divorce, déménagement, mortalité mais surtout départ de personnes âgées en centre d'hébergement.

Selon les circonstances, comme celles qui sont liées à la connaissance de la valeur du bien par le vendeur, le *picker* peut offrir un montant d'argent pour le bien en question ou demander qu'on lui fasse un prix. Selon le cas, le *picker* peut surenchérir ou exercer certaines pressions, jouer de ses charmes pour convaincre le vendeur de lui céder le bien. Les transactions s'opèrent presque exclusivement en argent comptant, et donc au noir, le *picker* se plait à exhiber l'argent correspondant à son offre, parfois même mettant en main du vendeur la liasse de billets en question.

À cette stratégie primaire de cueillette se sont ajoutées d'autres stratégies indiquant la professionnalisation du métier. D'abord, la connaissance nouvelle du marché des *pickers* leur a permis d'ajouter à leur métier de cueilleur primaire celui de quasi-restaurateur. Il s'agit de nettoyer, réparer ou maquiller (masquer un défaut, vieillir un bien en lui faisant subir quelque mauvais sort, le transformer par des pièces d'une autre époque, etc.). Puis ils se sont constitués en marchands de détails, tantôt en ouvrant des commerces ayant pignon sur rue, tantôt en se spécialisant dans les marchés informels de collectionneurs et chineurs. Certains, les plus modernistes, recourent à des sites d'encan électronique internationaux pour vendre directement aux consommateurs américains, aux prix américains. Cette diversification des stratégies de vente leur permet de stocker des items dont la valeur marchande diminue temporairement, de dénicher un acheteur ou un collectionneur spécialisé.

Ainsi, les *pickers* ont réussi à diversifier leurs acheteurs potentiels : aux grossistes américains se sont ajoutés des grossistes et détaillants locaux accessibles par les encans locaux, et, enfin, plusieurs réseaux de consommateurs, composés de collectionneurs connus, de web-consommateurs, de consommateurs venant à leur commerce de détail. Ils peuvent donc stratifier leur mise en marché de façon à maximiser la part du prix de détail leur revenant. Ainsi, une pièce très populaire (petit meuble anglais du 19^{ème} siècle) sera vendu à un détaillant de Montréal, un stock important d'un même objet (un lot de 200 montres) en encan, un jouet américain rare sur un site Internet d'enchères, les chaises « berçantes » (à bascule) typiquement québécoises dans leur magasin de détail, etc.

Trajectoires des objets anciens

Ces diverses modalités de prélèvement de la matière première (d'autres existent à la périphérie du monde de l'antiquité : exploration des déchets, des petites annonces, vente de garage, etc.) permettent d'introduire, grâce au travail d'hommes et de femmes proches de la population en général, des objets privés, parfois oubliés, dans le grand circuit nord-américain de l'antiquité. À titre d'exemple, nous explorerons le cas réel de deux pièces, l'une de valeur moyenne, soit le cas de figure le plus fréquent, l'autre de valeur élevée, cas de figure bien entendu plus rare. En volume et en quantité, la majorité des achats hebdomadaires d'un *picker* est constitué de biens comme cette commode à miroir manufacturée en 1915, achetée 50 CAD dans une maison privée, revendue chez Robert [6], l'encanteur local, pour 125 CAD à un détaillant qui la restaurera et la revendra 325 CAD à Montréal. Mais il y a aussi le cas de figure d'un tapis dit « crocheté » dont la complexité et l'originalité de la scène naïve typiquement « canadienne française » y figurant en faisait, pour des connaisseurs, une pièce rarissime. Ce tapis, trouvé sous une caisse dans un grenier d'une dépendance, a été acheté 5 CAD en 1995. La propriété venait d'être vendue à un jeune couple qui s'apprêtait à y faire un nettoyage important. C'est dans le grenier de l'ancien poulailler, déchiré et couvert de moisissures, que le tapis a été découvert par le *picker* et ainsi sauvé *in extremis* des ordures. Le tapis a été nettoyé et mis à l'enchère chez Robert, où il s'est vendu 1500 CAD, pour être ensuite acheté par un marchand québécois qui l'a restauré de manière professionnelle et mis en vente dans une enchère américaine où il s'est revendu 3500 CAD. Notons que la provenance exacte de ce tapis, ayant été acheté par un collectionneur américain, a très probablement été perdue et qu'il sera dépossédé de son origine québécoise au fil des transactions puisqu'une production artisanale similaire existe dans le nord-est des États-Unis.

Ce dernier exemple permet d'illustrer le fait que s'ajoute à la figure de l'acteur économique celle du *picker* comme acteur culturel. De leur point de vue, ces pièces rares seraient perdues sans leur intervention. Ainsi, non seulement les objets anciens passent du monde privé au monde marchand, mais aussi à celui de la culture. Le tapis aux motifs naïfs intégrera dorénavant un réseau de collectionneurs internationaux qui lui assurera une vie beaucoup plus longue que s'il était resté dans un grenier froid et humide. Ici, la figure professionnelle s'éloigne définitivement de son origine strictement marchande et se rapproche d'un modèle d'agent de conservation. D'ailleurs, ces deux figures s'affrontent parfois symboliquement en mettant en jeu leur maîtrise des connaissances culturelles.

Le picker rencontre l'encanteur

Quoiqu'il en soit de la prétention patrimoniale des *pickers*, leur action professionnelle est d'abord et avant tout inscrite dans la sphère marchande. Outre la transaction de gré à gré avec le vendeur primaire, le moment fort du travail du *picker* est sans conteste l'encan, où il devra tout à la fois être à l'affût des tendances, être en quête d'informations sur les objets en vente et les réseaux parallèles de vente, et se poser en vendeur stratégique.

Les salles d'encan dont il est question ici ont pour unique fonction d'organiser des enchères d'antiquités sur une base régulière. Elles réunissent des vendeurs (les *pickers*) et des acheteurs aux statuts divers, collectionneurs, revendeurs (grossistes et détaillants) et badauds (toujours utiles dans une stratégie de manipulation des enchères). Sur le plan symbolique, l'encanteur est proche des acheteurs, bien qu'il soit souvent issu du monde des cueilleurs. Ses profits sont réalisés par la

perception d'un pourcentage sur les ventes des vendeurs. Il a donc un intérêt à ce que ces prix soient élevés, sans cependant faire fuir les acheteurs vers un autre encan concurrent. L'entreprise est approvisionnée par un réseau changeant de fournisseurs, les *pickers* et apprentis *pickers* en quête d'argent facile. Leurs trouvailles sont apportées à la salle d'enchères, où chacune est identifiée par le numéro de son fournisseur. Pendant le déroulement des enchères, l'adjudication des items à l'acheteur gagnant se fait en annonçant le prix de vente final de l'item, suivi du numéro de l'acheteur. Ce numéro est en principe secret, bien qu'étant souvent réutilisé sur de longues périodes de temps pour faciliter la gestion des enchères et des marchandises. La connaissance de l'identité du fournisseur d'une pièce par l'acheteur peut lui permettre d'adapter sa stratégie d'achat lorsqu'un autre item sera mis en vente. De même, chaque acheteur possède un numéro l'identifiant, qui peut être secret, mais qui est aussi utilisé la plupart du temps sur une longue période de temps. Il rend donc l'acheteur facilement identifiable par un observateur attentif. Les fournisseurs réguliers de l'enchère peuvent ainsi connaître les préférences d'achats des acheteurs et orienter leurs stratégies en conséquence. Cet anonymat de façade permet d'avantager les professionnels sur les amateurs occasionnels. Les premiers détiennent ainsi un avantage stratégique certain sur les seconds. En fait, le principe de l'enchantement qui est au cœur des pratiques d'encan (Rémy, 1995) fonctionne pour ces novices ou passants. Les professionnels jouent le jeu de l'enchantement comme un système de règles codifiant l'action.

Les séances d'enchères durent en moyenne huit heures en continu, ce qui exige des diverses parties l'élaboration d'une stratégie qui tiendra compte du rapport au temps. Le premier tiers de l'enchère est consacré à la vente des items les moins intéressants et de lots hétéroclites. C'est la période dite de « réchauffement » de la salle, durant laquelle la majorité des acheteurs importants de l'enchère ne sont pas présents. Le vendeur novice ne connaissant pas cette règle pourrait en souffrir. Le deuxième tiers de l'enchère est réservé aux items les plus importants de la vente. C'est à cette période qu'on retrouve le plus d'acheteurs dans la salle et que sont obtenus les meilleurs prix. Le troisième tiers de l'enchère est plus faible que le deuxième, mais il est surtout plus aléatoire quant aux résultats. En effet, ce segment de l'enchère peut s'avérer plus faible si les acheteurs quittent la salle trop massivement parce que la suite des items à vendre est inintéressante. À l'opposé, les dernières heures de l'enchère peuvent engendrer des prix supérieurs pour certaines marchandises "d'intérêt général" comme le bureau qui nous a servi d'illustration précédemment. En effet, lors d'enchères pour lesquelles la qualité de la marchandise s'avère particulièrement élevée, les pièces exceptionnelles focalisent toute l'attention et les ressources financières des acheteurs. De la sorte, les pièces "ordinaires" ne retrouvent de l'intérêt aux yeux des acheteurs qu'une fois les pièces exceptionnelles vendues. Ainsi, des items moyens peuvent se vendre très en deçà de leur prix pendant la période la plus tumultueuse de l'enchère selon la liquidité financière des acheteurs.

Par conséquent, dans le but de maximiser leurs profits, les *pickers* développent différentes stratégies pour concentrer la vente de leur marchandise pendant le moment fort de l'enchère. De même, certains acheteurs manœuvrent pour que les marchandises qui les intéressent soient mises aux enchères à des moments de la vente où il y a moins d'acheteurs concurrents. Certains acheteurs tentent par exemple de faire avancer la vente de marchandises en prétextant la nécessité d'un départ immédiat ou en faisant jouer un statut d'acheteur important ou un quelconque droit d'ainesse. Des acheteurs peuvent également soudoyer des membres du personnel pour favoriser cette mise à l'enchère précoce. Des tactiques similaires sont également déployées par les vendeurs en contrepartie. Mais outre l'encouragement monétaire au favoritisme, les relations interpersonnelles avec les employés placeurs, et surtout avec l'encanteur lui-même, jouent fortement dans ce jeu d'ordonnement des pièces à vendre. En fait, un vendeur comme un acheteur mécontent, menaçant d'aller vers un autre encan, ou de transiger selon d'autres modalités, constitue une perte potentielle pour l'encanteur. Dans cet ordre d'idées, nous avons observé des stratégies très simples

de mise en valeur des items. Celles-ci peuvent se dérouler en cours d'encan, avec l'appui des travailleurs en charge de la manipulation des items, et visent par exemple à présenter un objet sous son meilleur profil, ou au contraire à le dévaloriser à l'aide d'un mauvais éclairage.

Signalons également le caractère hautement émotionnel de toute enchère (Rémy, 1990). En effet, l'achat d'un bien ou le fait de passer à côté d'une occasion intéressante se joue souvent en quelques secondes lors d'une enchère ; un acheteur trop lent ou à l'opposé trop rapide peut prendre une décision qui le désavantage. En règle générale, les encanteurs usent de stratégies visant à accélérer le rythme de l'enchère pour maintenir cette tension dramatique à leur avantage, tandis que les acheteurs tenteront plutôt de le ralentir. Certaines séances de vente peuvent s'avérer particulièrement frénétiques et survoltées, alors que d'autres ne "décollent" pas. Cette "émotivité" peut être volontairement construite par la maîtrise de différents éléments de l'enchère, mais il demeure une part d'indéterminé dans les comportements individuels soumis à ce stress.

Dans une vente à l'enchère, c'est en principe le marché qui décide des prix. Cependant, à chaque bien antique est associé un prix estimé et avalisé par la communauté des enchères (Smith, 1989). Cette estimation peut varier au gré des saisons ou des modes de décoration, mais un prix minimum est généralement attendu par le vendeur pour chaque item. Bien entendu, la fixation de prix comporte un part d'incertitude puisque certains objets sont inusités, très rares, ou peuvent faire l'objet d'un engouement irrationnel auprès d'un collectionneur. Mais le marché réel qu'est l'enchère tend à maîtriser cette irrationalité par diverses stratégies. Par exemple, dans les salles d'enchères particulières qui constituent l'objet de ce portrait ethnographique, les fournisseurs ont le droit tacite d'enchérir sur des biens leur appartenant. Ainsi, des items sont parfois achetés par un *picker* insatisfait du prix. Dans de telles situations, l'item est dit « racheté » ; et cela n'entraîne ni pénalités, ni frais d'enchères pour l'acheteur-vendeur, la transaction s'annulant en quelque sorte. Notons qu'une telle transaction est invisible au regard non-averti, et elle s'espère de peu de visibilité pour les concurrents (Matras-Guin, 1987). De telles pratiques sont en principe illégales, mais elles existent à des degrés divers, et sous des formes diverses dans la majorité, sinon dans toutes les salles d'enchères du Québec [7]. Évidemment, de telles pratiques ont amené, avec les années, acheteurs et vendeurs à développer des stratégies multiples pour pallier aux effets déformants sur le prix de vente ; les uns et les autres cherchant à maximiser leur profit. Une autre stratégie consiste pour les *pickers* à « mousser » certains items de la vente en contactant les acheteurs avant l'encan, afin de les informer du caractère soi-disant exceptionnel d'une pièce.

Les vendeurs ainsi que les acheteurs n'ont aucune obligation contractuelle les liant à l'entreprise d'encan, de gré à gré, suivant leurs intérêts respectifs. Bien entendu, des règles tacites balisent lesdites conventions. Une salle d'enchères reflète ainsi les mécanismes et les contraintes d'un "libre marché", avec l'illusion de liberté (Bourdieu, 2000) qui le caractérise. L'une de ces règles vise à assurer la pérennité du système symbiotique commerciale de ce système *pickers*-encanteur-acheteurs. Malgré cette nécessaire symbiose, une autre règle structurant ce champ économique est que chacun peut, dans une certaine mesure, tromper l'autre. Cela n'est pas si grave, puisque « c'est chacun son tour ». Surtout, il est dans les règles de l'art du métier de savoir anticiper les petites stratégies de manipulation. Cette logique, qui peut paraître choquante, est pourtant acceptée tant par les marchands que par les fournisseurs. En fait, elle est tellement intégrée dans la convention pratique des *pickers* que ses effets pervers sont acceptés et l'atmosphère demeure conviviale la plupart du temps.

L'arrivée de Robert comme nouveau propriétaire d'un encan régional permet d'illustrer ce jeu des conventions. Confronté à une avalanche de normes informelles construites historiquement par la

rencontre des acheteurs et des vendeurs, l'encanteur a dû décoder rapidement les habitudes des uns et des autres et tenir compte de leurs privilèges, voire de leurs caprices [8]. Il a dû aussi modifier sa façon « d'encanter » pour permettre tacitement tous les jeux stratégiques auxquels les acheteurs et les vendeurs étaient habitués. En fait, l'émergence de cet espace stratégique a été la condition de la relative professionnalisation des *pickers*. Il constitue la condition *sine qua non* de l'équilibre des capitaux entre acheteurs et *pickers*.

La création pendant les années quatre-vingts et quatre-vingt-dix de quelques nouvelles salles d'enchères a donné aux vendeurs et aux acheteurs la possibilité de développer une stratégie de mise en vente en distribuant les bons articles dans la salle leur convenant le mieux. D'ailleurs, les encanteurs de la compétition sollicitaient fréquemment les autres fournisseurs pour les amener à déménager leur lieu d'affaire chez eux. Comme ces salles font partie d'une sorte de réseau de grossistes, un horaire en circuit s'est informellement constitué pour réduire les effets de la concurrence.

Les pickers à l'encan de Robert

L'encanteur propriétaire de cette entreprise n'avait aucune connaissance de la valeur marchande de pièces antiques, ni du commerce de celles-ci au moment de faire l'acquisition de l'entreprise. Auparavant, il avait seulement exercé comme encanteur dans le domaine agricole. En plus de l'animation, il réalise ou coordonne les tâches connexes reliées à la manipulation des items et la gestion des relations avec les acheteurs et les vendeurs. L'ensemble des contraintes et des pressions s'exerçant sur le patron de l'entreprise limite considérablement l'exercice de son autorité. Étant le propriétaire, celui-ci dispose en principe d'un droit de veto sur les décisions, par exemple concernant l'ordre de présentation des items mis en vente. Si la supervision directe des vendeurs par le patron est limitée par l'autonomie et la mobilité de ces derniers, elle est en revanche plus efficace lorsqu'il s'agit de l'équipe de support logistique. Les membres de cette équipe, étant pour la plupart des membres de sa famille proche, forment un tissu de solidarité souvent utile à l'encanteur.

La vision, les habilités spécifiques et la couleur particulière de Robert ont néanmoins progressivement transformé l'organisation. Également, de par la présence ou l'absence d'affinités avec la nouvelle direction, des fournisseurs ont quitté l'organisation, alors que de nouveaux s'y sont joints. Henri par exemple, fournisseur depuis les débuts de la salle d'enchère, jouissait d'un traitement spécial de la part de l'ancien propriétaire. Ce dernier s'occupait entièrement de la vente de ces trouvailles, sans que celui-ci ait à être présent aux enchères. Le nouveau propriétaire ne pouvant s'acquitter de cette tâche par manque de connaissance, Henry a déménagé chez un concurrent. Plus largement, l'insuffisance de connaissances de Robert en matière d'antiquités et de règles de fonctionnement informelles de l'enchère a créé une insécurité provisoire chez les fournisseurs. Elle les a aussi amenés à revoir leur mode de fonctionnement. Certains ont préféré tenter l'intégration à une organisation déjà rodée en s'installant chez un concurrent, d'autres ont préféré rester pour saisir une place stratégique dans cette nouvelle conjoncture. Le passage dans l'organisation d'une nouvelle direction, temporairement fragilisée, a fourni au *pickers* l'opportunité d'exercer de fortes pressions pour amener des changements impossibles sous la gouverne de l'ancien propriétaire. Cet exemple illustre à quel point la dimension stratégique est au cœur de ce métier.

Robert est assisté par George qui est responsable de la circulation, de l'information et de la disposition des items dans la salle avant les enchères. Il coordonne également l'ordre de la mise à l'enchère des items et y participe activement en manœuvrant ceux-ci vers la scène de vente. Comme nous l'avons vu plus haut, le moment de mise à l'enchère d'un item donné peut s'avérer crucial pour la bonne vente de celui-ci et le déroulement général de l'enchère, tout comme la façon dont il est exposé (angle, lumière, vitesse d'exposition). Tous les acheteurs sont-ils présents ? Ont-ils bien évalué la qualité de la pièce ? L'ambiance de la salle est-elle propice à l'atteinte d'un prix élevé ? C'est en fonction de ces différents facteurs que George coordonne en continu, et avec l'appui d'un jeu complexe de regards, l'ordre des mises à l'enchère.

Le responsable de ces diverses manipulations est aussi le plus ancien des fournisseurs de l'entreprise. La position de médiateur occupée par George l'amène à subir des pressions qui proviennent à la fois des acheteurs, des vendeurs, et du personnel. De plus, sa position centrale dans la ligne hiérarchique lui donne un accès à de l'information provenant de la direction, des acheteurs et des vendeurs. Il peut choisir de retenir ou de divulguer des éléments d'information en fonction d'intérêts divers, dont les siens. Par exemple, c'est lui seul qui connaît les mises ou les ordres d'achat laissés sur des items par des acheteurs absents de l'enchère et pour lesquels il enchérit. George pourrait ainsi faire connaître à un fournisseur la mise laissée par l'acheteur absent pour une pièce lui appartenant et ce fournisseur pourrait faire payer le prix maximum à l'acheteur, tout en évitant de racheter sa pièce.

Sous la supervision de ce responsable, Pierre travaille à la présentation des marchandises aux acheteurs, avant et lors de leur mise à l'enchère. Il s'occupe spécifiquement de la vente des petits objets, ceux-ci étant disposés à l'avant de la salle pour les mettre en valeur et les protéger des bris. Comme plusieurs de ces objets sont parmi les plus intéressants de la vente, Pierre est régulièrement sollicité, par les acheteurs et les vendeurs, pour mettre en vente des objets spécifiques à un moment donné. Il est lui aussi fournisseur sur une base régulière. Ses revenus proviennent de trois sources : son salaire, ses revenus de vente et occasionnellement des "récompenses" pour favoriser la mise à l'enchère d'objets spécifiques, ceci servant évidemment les intérêts du commanditaire. L'équipe de plancher est également composée de deux ou trois autres manœuvres employés à manipuler les marchandises pour les préparer à la vente ou les classer après la vente. Suite à une transaction qui a échoué, lorsque par exemple le vendeur rachète lui-même son item, il arrive que l'acheteur désirant toujours se procurer l'item en question délègue un des hommes de plancher pour faire une offre d'achat au vendeur hors des règles de l'encan. L'utilisation de cet agent de liaison permet à l'acheteur de "sonder le terrain", avant une interaction plus directe hors de l'encan, et lui évite ainsi de perdre la face en cas de refus.

Bien entendu, le *picker* a pour principaux interlocuteurs différents acheteurs. Ces acheteurs se caractérisent par leur degré de connaissance des règles informelles de l'enchère et par leur degré d'expertise du marché des antiquités. Des marchands professionnels participent donc aux enchères. Ils connaissent et maîtrisent les modes de fonctionnement formels et informels de l'enchère et ont une connaissance experte de l'antiquité. On trouve aussi ce qu'on pourrait appeler des semi-professionnels (des collectionneurs privés et des petits marchands). Ceux-ci ont une maîtrise partielle des modes de fonctionnement. On trouve finalement des novices qui peuvent être nouveaux marchands ou simples consommateurs. Ils se caractérisent par la diversité des degrés de connaissances des antiquités, mais surtout par l'absence de connaissances des modes de fonctionnement de l'enchère. Les acheteurs réguliers tenteront de leur faire payer le « gros prix » dans le but évident de les décourager de revenir, puisque leur présence joue sur les « règles du marché » en entraînant une inflation des prix selon deux processus qui, souvent, s'additionnent. Selon le premier, des acheteurs professionnels font grimper les enchères en faisant soit surpayer les

acheteurs novices pour les biens qu'ils convoitent trop ostensiblement, soit en surpayant eux-mêmes les biens pour empêcher le novice de repartir avec de la marchandise de valeur. Ce jeu d'usure, bien que temporairement coûteux pour l'acheteur régulier, l'avantage à long terme puisqu'il décourage un acheteur novice de revenir sur une base régulière à l'enchère. Ce procédé peut également entraîner une augmentation réelle et continue du prix des objets courant, les fournisseurs estimant que si un prix donné a été payé une fois pour un objet, c'est qu'auparavant il était sous-payé.

Par ailleurs, le prestige du *picker* constitue un capital symbolique important pouvant impressionner certains acheteurs. Ce capital s'établit en fonction de diverses conditions. La première concerne la connaissance que possède le *picker* de la valeur des items, et de sa capacité à établir des réseaux de vente en parallèle des salles d'enchère. La seconde concerne sa capacité à apporter un volume important d'items à l'enchère, ce qui est en lien direct avec les revenus du propriétaire. La troisième concerne la qualité de ces items qui participe au prestige de la salle d'enchères, en plus du revenu qu'ils rapportent. Enfin, une dernière condition concerne l'ancienneté du *picker*, celui-ci bénéficiant de certains droits acquis. L'ancienneté reflète d'abord la fidélité historique du fournisseur, laquelle participe non seulement à la construction du prestige de la salle, mais présage également de la pérennité du commerce. Cela démontre l'extraordinaire symbiose qui unit encanteurs, acheteurs et vendeurs, tous participants du même système de conventions partagées. En quelque sorte, il s'agit là d'un microcosme du capitalisme où l'illusion de la liberté totale du marché ne touche que les non-initiés, les autres gardant le silence à ce propos à la faveur d'une convention faisant leur affaire.

Si les *pickers* ont bien entendu un rapport marchand avec les acheteurs, ce rapport se complexifie grandement du fait que nombre d'entre eux empruntent le statut d'acheteur lorsque cela sert leurs intérêts. Le premier motif d'une bascule vers ce statut réside dans le fait que chacun peut tenter sa chance dans un métier socialement représenté comme une chasse aux trésors. Avec un peu de chance, il est en effet possible pour chacun de trouver le chef-d'œuvre ou la perle rare. Comme il n'existe pas de qualification reconnue pour ces acheteurs, et que les compétences sont difficiles à acquérir, un ordonnancement *de facto* distingue les professionnels des amateurs, les sérieux des rigolos. Par ailleurs, cette bascule sera utile pour jouer sur les prix, racheter un de ses items dont on sait que le prix est injuste, ou en acheter un nouveau pour qui l'on connaît une filière spécialisée d'acheteurs.

Constitution des compétences

La compétence d'un travailleur de l'antiquité comme le *picker* s'articule selon deux dimensions. La première dimension a trait au savoir d'expérience. En effet, ce métier s'apprend largement "sur le tas" et se construit avec les années, à la faveur de la maîtrise des règles informelles de l'encan, d'une connaissance de la valeur marchande des items, et des réseaux de collectionneurs. Une part importante des connaissances du métier provenant du savoir d'expérience, la communication informelle entre vendeurs-acheteurs joue un rôle important dans la construction de ce savoir. La symbiose marchande se double donc d'une symbiose épistémique. La seconde concerne l'acquisition autonome de connaissances plus spécialisées, par exemple à propos d'une époque (par exemple le Régime français) ou d'une catégorie d'objet (par exemple la peinture naïve canadienne française). Ces connaissances, acquises parfois de façon livresque ou par des recherches documentaires, relèvent essentiellement d'une approche autodidacte. Elles n'ont en outre que peu de valeur si elles

ne sont pas corrélées avec une connaissance fine des réseaux d'acheteurs spécialisés, et plus particulièrement des collectionneurs.

L'enchère en elle-même produit constamment de l'information utilisable par les fournisseurs, puisque toute personne dans la salle peut associer un prix à un objet au moment de la vente, ce qui entrave le système de transactions privées hors de l'espace public qu'est la salle d'encan. En effet, l'arrivée des enchères d'antiquités dans le métier a donné aux petits fournisseurs un pouvoir beaucoup plus grand qu'auparavant, lorsque les transactions s'opéraient de vendeur à acheteur dans le secret le plus total.

Par ailleurs, un fournisseur qui développe un savoir particulièrement pointu dans un domaine précis des antiquités, et inconnu des autres fournisseurs, peut se procurer des items intéressants à même la vente aux enchères d'où il tire ses revenus, et ce au nez de concurrents moins compétents. Si, de plus, par la maîtrise de ses rapports avec l'environnement, un fournisseur a développé des contacts avec des acheteurs potentiels de ces items, celui-ci pourrait compléter une transaction à son profit, sans même que l'information qu'il possède ne soit divulguée. En effet, l'avantage que procure la possession d'une information tend à disparaître une fois la vente réalisée publiquement. L'information peut aussi devenir une monnaie d'échange dans la constitution d'alliances entre fournisseurs ou même entre fournisseurs et vendeurs. Ainsi, un fournisseur particulièrement habile à soutirer de l'information peut accepter d'en partager tout ou partie dans le but de créer des alliances stratégiques. Par exemple, un fournisseur est particulièrement habile à faire parler certains acheteurs trop vantards ; il partage ensuite ses informations privilégiées avec des collègues à l'insu des acheteurs.

La désinformation informelle, notamment par le contrôle des rumeurs, est aussi une ressource largement utilisée dans ce type d'organisation, en appui de la communication informelle si répandue. Par exemple, un acheteur pourrait faire courir une information équivoque quant à l'authenticité d'une pièce ou la provenance douteuse de celle-ci. Dans le métier, et en accord avec cette logique de chasse au trésor, une pièce antique qui a préalablement circulé dans le réseau des antiquaires et a ainsi été vue par d'autres marchands est dite « brûlée », « pas fraîche ». Elle présente alors moins d'intérêt à l'achat. Cette rumeur aura bientôt fait le tour de la salle. Bien que chaque acheteur se fie à sa propre expertise, l'instauration d'un doute peut quelque peu refroidir les ardeurs au moment d'enchérir sur ladite pièce. En fait, la désinformation construit une zone d'incertitude (Aubert, 1991) et engage des stratégies permettant à ceux qui les explorent de préserver leur marge d'autonomie en rendant leur comportement imprévisible aux collègues, et en s'efforçant de les enfermer dans un cadre tel que leur propre autonomie soit réduite à des comportements prévisibles. La volonté de contrôler cette zone d'incertitude se manifeste dans toute négociation où le prix de vente d'un bien n'est pas déterminé et doit être négocié, chacun tentant de lire le jeu de l'autre, tout en gardant le sien fermé. Comme autre exemple, citons la possibilité pour un vendeur d'enchérir sur une pièce lui appartenant, et l'avantage stratégique obtenu sur les acheteurs de métier en raison de la confusion possible entre son statut d'acheteur ou de vendeur. Dans cette salle, rien n'interdit d'être à la fois acheteur et vendeur et de réaliser ainsi des transactions dans les deux sens.

Conclusion

Le métier de *picker* participe d'un circuit dont la portée est beaucoup plus vaste que celle de la seule cueillette d'objets et leur revente. Cette profession constitue l'un des éléments d'un dispositif d'accès rapproché aux objets de la sphère privée. Souvent issu des milieux populaires, le *picker* saura les rendre marchandables, en les inscrivant dans un marché public, souvent de classe moyenne ou supérieure. Le métier de *picker* se situe donc à l'articulation de deux mondes qui se rencontrent par le biais d'une contradiction tacite quant aux valeurs des objets recueillis.

Ainsi, les consommateurs de biens d'antiquités, en quête de distinction (Bourdieu, 1979) par la possession d'objets uniques, rares, et qui ont vécu — soit l'antithèse des objets de production de masse — doivent ici se rapprocher du peuple pour dénicher cette perle rare, bradée quelques dollars dans la cour arrière d'une maison et anoblée par diverses étapes d'un marché qui en décuplera, voire centuplera, le prix économique et la valeur symbolique. Comme c'est souvent le cas, la médiation monétaire sera l'ultime médiation entre ces deux mondes. L'objet, sa valeur culturelle, seront occultés au profit de ce jeu sur les valeurs. Selon les travaux de Smith (1989), nous sommes bien ici devant un processus social d'élaboration de valeurs qui s'opère au sein de la communauté des enchères.

Nous avons évoqué précédemment l'image du dernier des Mohicans pour caractériser ce petit métier de la route. Plus exactement, les *pickers* peuvent être comparés à des « orpailleurs du temps » à la recherche du filon espéré qui leur permettra d'atteindre le statut de grand en accroissant leur statut, notamment à la faveur du capital numéraire. Ce petit métier forme une première ligne dont la principale compétence est de convaincre la classe populaire de la nécessité de se départir d'un bien familial contre rétribution. Cette relation de classe ne caractérise pas, bien entendu, toute l'activité québécoise de l'antiquité. Mais le *picker* est bien cet agent de première ligne qui va dans les maisons, notamment celle dont il pense que le rapport symbolique à l'antiquité n'est pas celui de la distinction culturelle des biens antiques, auquel cas les prix sont beaucoup plus chers. La proximité culturelle apparente entre le *picker* et celui que l'on sollicite pour vendre un objet domestique joue ici un rôle fondamental pour que se réalise efficacement la cueillette de première main. Il y a donc une homologie culturelle entre ces travailleurs, peu formés, aux goûts parfois "kitch", amoureux d'une culture "vieillot", pratiquant le langage de la proximité avec les personnes âgées. Il s'agit cependant moins d'une homologie avec l'antiquité, comme monde du passé, que d'une homologie de classe avec la culture dite populaire. Cette homologie traduit la place du métier de *picker* dans le système de production du champ de l'antiquité. Une fois entrées dans le circuit marchand, les pièces les plus belles auront d'ailleurs une trajectoire d'anoblissement qui les conduira dans les belles boutiques de Montréal, Québec, Toronto ou vers les marchés états-uniens. Cet anoblissement touchera l'objet, alors que le travailleur demeurera inexorablement assigné à la périphérie lointaine du "beau monde" de l'antiquité.

Notes

[1] Au Québec, le terme de commissaire-priseur n'a presque pas d'audience. Le terme en usage est celui d'encanteur. La suite du texte emploiera ce vocable.

[2] Nous employons le terme anglophone puisque c'est lui qui est en usage.

[3] 1 CAD vaut 0,71 EUR (juin 2007).

[4] Et ce patrimoine a ceci de particulier que sa valeur marchande réelle est inconnue mais fantasmée. Comme à la loterie, tout est possible : « Et s'il valait très cher !?? ».

[5] Signalons au passage le travail d'éducation et de mise en valeur du patrimoine mobilier réalisé par Jean Palardy, auteur du plus important catalogue raisonné portant sur « Les meubles anciens du Canada français » (1963) et la large diffusion de l'« Encyclopédie des antiquités du Québec, Trois siècles de production artisanale » publiée par Michel Lessard et Huguette Marquis (1971).

[6] Tous les noms sont fictifs.

[7] La forme convenue de cette pratique est la fixation avant l'enchère d'un prix de réserve sous lequel l'item ne peut être vendu. Cette convention implique que le commissaire-priseur puisse enchérir de façon occulte contre un acheteur unique jusqu'à l'atteinte du prix de réserve.

[8] Ces privilèges vont de l'octroi d'un espace de stationnement réservé à la remise d'un café gratuit à certains fournisseurs lorsqu'ils arrivent dans la salle, en passant par un espace tablette réservé qui garantit la vente des items au moment le plus propice de l'enchère.

Bibliographie

AUBERT Nicole, 1991, « Pouvoirs et jeux de pouvoir », in N. Aubert et al., *Management. Aspects humains et organisationnels*, Paris, PUF.

BONNAIN-DULON Rolande, 2001, « Enchères et émotion », *Ethnologie française*, 31 : 511-526.

BOURDIEU Pierre, 1979, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éd. de minuit.

BOURDIEU Pierre, 2000, *Les structures sociales de l'économie*, Paris, Seuil.

LEMONNIER Pierre, 1980, « Un groupe de Savoyards à Paris. Les commissaires de l'hôtel Drouot », *Ethnologie française*, 2 : 181-184.

LESSARD Michel et Huguette MARQUIS, 1971, *Encyclopédie des antiquités du Québec : trois siècles de production artisanale*, Montréal, Éd. De l'Homme.

MATRAS-GUIN Jacqueline, 1987, « Vente aux enchères et tirage au sort dans les criées en gros du poisson », *Revue de la société d'ethnologie française*, 2 : 227-334.

PALARDY Jean, 1963, *Les meubles anciens du Canada français*, Paris, Arts et Métiers Graphiques.

RÉMY Jacques, 1990, « La chaise, la vache et la charrue. Les ventes volontaires dans les exploitations Agricoles », *Ethnologie française*, 117 : 159-177.

RÉMY Jacques, 1995, « Le cercle enchanté des ventes aux enchères », *Ethnologie française*, 4 : 562-578.

SÉGUIN R-L., 1973, *La civilisation traditionnelle de l'habitant aux XVIIe et XVIIIe siècles. Fond matériel*, Montréal, Édition Fidès.

SÉVE DE Andrée-Anne, 1995, « Hommage à Jean-Marie Gauvreau », Montréal, Conseil des métiers d'art du Québec.

SMITH Charles W., 1989, *Auctions. The Social Construction of Value*, New York, Free Press.