

L'économie de la seconde main : entre résilience économique et vulnérabilité sanitaire : Une analyse sociologique du marché de la friperie en Côte d'Ivoire

BROU Félix Richard,

brouf_richard@yahoo.fr

*Chercheur, Université Félix Houphouët-Boigny-Abidjan,
Côte d'Ivoire*

Résumé

Cette étude vise à appréhender la friperie en Côte d'Ivoire, particulièrement à Abidjan, comme un marché du travail et de la consommation à part entière, situé à l'intersection de la mondialisation des flux textiles, des stratégies locales de subsistance et des inégalités sanitaires.

La méthodologie mobilise une approche compréhensive weberienne pour analyser les sens donnés par les acteurs à leurs pratiques, à travers l'histoire réglementaire du secteur, les motivations économiques et sociales des vendeurs et acheteurs, ainsi que les perceptions des risques sanitaires. La collecte des données est basée s'est appuyée sur un guide d'entretien.

Les résultats révèlent que, malgré son rôle essentiel d'accès abordable à l'habillement, de distinction sociale et d'emploi informel face à la précarité, la friperie expose à des vulnérabilités sanitaires (mycoses, allergies) dues aux conditions opaques de collecte et de traitement, générant des stratégies de gestion du risque (lavage, évitement). Cette ambivalence, où contraintes économiques et recherche de respectabilité reconfigurent la tolérance au danger, interroge les ajustements des ménages urbains dans une économie politique globale des surplus et des inégalités écologiques. Cette situation, mêlant résilience et exposition différenciée aux risques, constitue un enjeu sociologique central pour le développement durable en contexte précarisé.

Mots-clés : *Friperie- économie - risques sanitaires - emploi informel - Abidjan*

Abstract

This study aims to understand the thrift industry in Côte d'Ivoire, particularly in Abidjan, as a full-fledged labor and consumption market, located at the intersection of the globalization of textile flows, local livelihood strategies and health inequalities.

The methodology mobilizes a comprehensive Weberian approach to analyze the meanings given by stakeholders to their practices, through the regulatory history of the sector, the economic and social motivations of sellers and buyers, as well as perceptions of health risks. Data collection is based on an interview guide.

The results reveal that, despite its essential role of affordable access to clothing, social distinction and informal employment in the face of precariousness, thrift shops expose to health vulnerabilities (fungal infections, allergies) due to opaque conditions of collection and treatment, generating risk management strategies (washing, avoidance). This ambivalence, where economic constraints and the search for respectability reconfigure tolerance to danger, questions the adjustments of urban households in a global political economy of ecological surpluses and inequalities. This situation, combining resilience and differentiated exposure to risks, is a central sociological challenge for sustainable development in a precarious context.

Keywords: Friperie- economy - health risks - informal employment - Abidjan

Introduction

L'économie de la seconde main connaît, aujourd'hui connaît une expansion sans précédent, et s'inscrit dans une transformation mondiale des circuits de production et de consommation textile. Cette dynamique révèle les contradictions d'un système productif qui génère simultanément abondance marchande, surproduction, déchet et inégalités dans la redistribution des biens usagers. Alors, en 2025, le marché mondial de la seconde main atteint 77 milliards de dollars, avec une croissance annuelle supérieure à 15 %, une dynamique qui devrait se renforcer encore en 2026 (Kerloch, 2026).

Ainsi, une majorité de français soit 82% se déclare prête à faire évoluer ses habitudes de consommation vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement, en privilégiant notamment des produits à moindre impact écologique (Ademe, 2022). L'ensemble de ces éléments traduit une transformation progressive des intentions d'achat, qui s'orientent de plus en plus vers les biens de seconde main.

Comme le souligne un récent rapport du Secrétariat général à la planification écologique, l'industrie textile représente 8 % des

émissions mondiales de gaz à effet de serre et 20 % de la pollution des eaux, tandis que 69 % des déchets textiles sont enfouis ou incinérés (Secrétariat général à la planification écologique. Cette crise environnementale reconfigure la géographie économique des vêtements: une part importante des textiles collectés en France (53 %) est exportée, déplaçant simultanément la valeur et les nuisances vers les pays du Sud.

Dans ce contexte, les pays du Sud apparaissent comme des espaces privilégiés de réception, de redistribution et de requalification de ces surplus vestimentaires. C'est précisément dans cet espace de circulation internationale des surplus que se situe le marché ivoirien de la friperie, particulièrement dynamique à Abidjan où il est désigné localement sous les appellations évocatrices de « yougou-yougou » ou encore « yougos », « adokaflé » (porter pour un essai) ou encore « broad ».

En effet, la Côte d'Ivoire, comme dans de nombreux pays de l'Afrique de l'Ouest, constitue un terrain d'observation privilégiée des dynamiques de l'économie informelle. Au cœur de ces dynamiques, se positionne le marché de la friperie.

Ce marché ne révèle pas d'une marginalité résiduelle ; mais au contraire un espace économique durable socialement visible et largement intégré aux pratiques de consommation populaires et urbaines.

L'histoire de la friperie en Côte d'Ivoire est révélatrice des tensions qui traversent l'économie de la seconde main. D'abord suspendue par l'ordonnance n°75-647 du 30 septembre 1975, au motif qu'elle représentait un « recyclage stigmatisant pour la construction nationale » et afin de protéger l'industrie textile naissante (Journal Officiel, 1975, cité par Yapi, 2021, p. 244), la friperie a vu sa censure levée en 1990 sous l'effet de la crise économique et des ajustements structurels. Cette libéralisation a transformé ce commerce en une véritable « industrie génératrice d'emplois informels et de revenus et une modalité d'accès

abordable à l'habillement pour une part importante des populations dans les communes d'Abidjan (Fall, 2017, in Yapi, 2021, p. 245), Toutefois, la friperie ne se réduit pas à une fonction économique. Elle engage également des logiques de distinction, de présentation de soi et de recherche de qualité vestimentaire à moindre coût. En ce sens, elle constitue une ressource pratique et symbolique dans des contextes marqués par la précarité. Mais cette utilité sociale s'accompagne aussi d'interrogations sanitaires récurrentes telles que l'origine des vêtements, leurs conditions de collectes, de transport, de stockage et de traitement alimentent des perceptions ambivalentes faites à la fois de banalisation et de suspicion et de précautions domestiques (Bertolini, 2006; 9).

De ce point de vue, la friperie fonctionne comme une « technologie sociale d'accès à l'habillement » qui offre des prix bas, une disponibilité permanente et une diversité de choix qui attirent toutes les franges de la population. Les motivations économiques sont centrales: avec 1000 F CFA, un consommateur peut acquérir un pantalon jean de qualité qui coûterait huit fois plus cher dans le commerce formel (Yapi, 2021, p. 250). Au-delà du simple pouvoir d'achat, la fripe permet l'accès à des vêtements perçus comme de meilleure qualité, parfois de marque, et participe d'une forme de distinction sociale à moindre coût. Parallèlement, elle constitue un amortisseur du chômage et de la précarité, offrant des opportunités d'auto-emploi et d'insertion par l'informel à des personnes dont le faible niveau d'instruction ou la rareté des opportunités professionnelles limitent les perspectives (Yapi, 2021, p. 248).

Mais cette résilience économique a un envers: la vulnérabilité sanitaire. Les conditions de collecte, de tri et de conditionnement des vêtements usagés demeurent largement méconnues des acteurs du marché. Si certains consommateurs imaginent ces vêtements issus des garde-robes de personnes nanties, d'autres évoquent des provenances plus inquiétantes vêtements de défunts, provenances hospitalières, voire profanation de tombes que

l'histoire longue de la friperie en Europe, avec ses « miasmes contagieux » et ses règles corporatives visant à écarter les vêtements de lépreux ou de personnes décédées de maladies contagieuses (Bertolini, 2006; 9), ne permet pas d'écarter comme de simples fantasmes. Malgré la conscience variable des risques, l'achat persiste, et des troubles sanitaires sont rapportés mycoses, lésions cutanées, allergies, et complications gynécologiques associées à certains types d'articles comme les sous-vêtements ou maillots de bain (Yapi, 2021, p. 251-252). Face à ces risques, les acteurs développent des conduites de gestion à travers le lavage, la désinfection, le recours à des pressings pour « requalifier » les pièces, ou stratégies d'évitement. Cette ambivalence compose avec le risque parce que l'économie l'exige et place la friperie au cœur d'un problème sociologique central. Comment les contraintes de revenu, la recherche de respectabilité et la nécessité d'emploi reconfigurent-elles la tolérance au risque dans l'espace urbain ?

Cet article propose d'appréhender la friperie en Côte d'Ivoire comme un marché du travail et de la consommation à part entière, situé à l'intersection de trois dynamiques : (1) la mondialisation des flux textiles et la fabrique de surplus, qui inscrit le marché ivoirien dans une économie politique globale des déchets et des inégalités écologiques; (2) les stratégies locales de subsistance, d'entrepreneuriat populaire et de « bon achat », qui révèlent les ajustements des ménages face à la précarité économique ; (3) les inégalités d'exposition aux risques sanitaires, liées aux conditions de stockage, de traitement des vêtements et à l'accès différencié à l'information et aux soins.

S'inscrivant dans la perspective compréhensive de Max Weber, une telle approche permet de saisir les significations que les acteurs attribuent à leurs conduites, plutôt que de réduire leurs pratiques à des comportements purement mécaniques ou exclusivement déterminés par la contrainte économique. Dans ce contexte de friperie, l'enjeu est donc de comprendre comment les différents

acteurs de la chaîne des valeurs du marché de la friperie donnent sens à leurs engagements dans ce commerce, ainsi qu'aux arbitrages qu'ils opèrent entre accessibilité financière, présentation de soi et exposition au risque sanitaire.

Cette perspective amène à considérer la friperie comme un espace marchand, mais comme marchand, mais aussi comme un espace social où s'articulent des rationalités plurielles. L'achat à vente de vêtements de seconde main répond certes à une logique instrumentale, liée à la réduction des coûts, à la recherche de revenus ou à l'adaptation à la précarité. Cependant, ces pratiques renvoient aussi à des attentes de responsabilité, de qualité perçue, d'apparence soignée et de maintien du statut social dans l'espace urbain. Le vêtement usager ne vaut pas que par son prix ; il vaut aussi par les usages sociaux auxquels il donne accès.

L'analyse s'appuie également sur de la vulnérabilité sanitaire. En clair, le risque ne saurait être appréhendé comme une donnée purement biologique ou individuelle. Il est socialement construit, interprété et négocié. Les perceptions de la dangerosité des vêtements de friperie varient selon les trajectoires, les expériences antérieures, les ressources disponibles, l'accès à l'information et la capacité à mettre en œuvre les pratiques de protection. Ainsi, la banalisation partielle du risque observée dans des discours ne signifie pas son inexistence ; elle traduit plutôt une manière socialement située de composer avec l'incertitude.

Sur cette base, la friperie peut être analysée comme un révélateur d'un double phénomène : dans un premier temps les ajustements pratiques des populations face à la précarité. Et dans un second temps les formes différenciées d'exposition et de tolérance au risque dans les économies populaires. L'intérêt de cette approche est de montrer que le recours à la friperie procède d'une irrationalité que d'un arbitrage contraint, dans lequel les nécessités économiques, les aspirations sociales et les précautions sanitaires s'enchevêtrent.

Après avoir retracé, dans un premier point, l'inscription du marché ivoirien dans les circuits mondiaux de la fripe et l'histoire de son développement en Côte d'Ivoire, nous examinerons dans un second point les motivations économiques et sociales qui fondent l'engagement des vendeurs et des acheteurs dans ce commerce. Le troisième point sera consacré à l'analyse des perceptions et des réalités des risques sanitaires, ainsi qu'aux stratégies pratiques déployées par les acteurs pour y faire face.

Méthodologie

Pour étayer cette démonstration, cette étude s'appuie sur une enquête qualitative de terrain qui combine des entretiens semi-directifs avec des acteurs directs du secteur de la friperie. Ce choix méthodologique se traduit par la nature de l'objet étudié. Il ne s'agit pas de décrire l'existence du marché de la friperie en Côte d'Ivoire, mais de comprendre les logiques sociales qui structurent son fonctionnement, les significations attribuées par les acteurs à leurs pratiques, ainsi que les représentations qu'ils construisent autour des risques sanitaires liés aux vêtements de seconde main.

L'enquête de terrain a été menée à Abidjan, avec un ancrage principal dans le marché de Yopougon Kouté. Le choix de ce site tient à sa forte visibilité dans les circuits urbains de la friperie, à la diversité des acteurs qui y interviennent et à son importance dans les pratiques populaires d'approvisionnement vestimentaire. Ce terrain constitue espace important pour observer les interactions marchandes, les usages sociaux de la fripe et les formes concrètes de gestion du risque. En effet, ce marché attire toutes les classes sociales de la ville d'Abidjan tous les mardis et vendredis chaque semaine.

Les données ont été recueillies sur fond de deux techniques complémentaires : l'observation ethnographique et l'entretien semi-directif. Les observations ont servi à saisir l'organisation

pratique du marché, les modalités d'exposition des marchandises, les interactions entre vendeurs et clients, ainsi que les routines ordinaires de tri, de manipulation et de circulation des vêtements. Quant aux entretiens, ils ont permis d'accéder aux discours, aux représentations et aux justifications mobilisés par les acteurs.

Le recueil de données est constitué de 24 acteurs directement impliqués dans le secteur, notamment 5 vendeurs de friperie, 17 consommateurs et 2 importateurs. Ce choix procède d'un échantillonnage raisonné visant à diversifier les positions occupées dans la chaîne des valeurs de la friperie, de manière à confronter les points de vue des acteurs de l'approvisionnement, de la vente et de la consommation. Une telle diversification permet de mieux comprendre la structuration économique du secteur, mais aussi les écarts de perception relatifs à la qualité des produits, à leur Les entretiens ont été conduits à l'aide d'un guide d'entretien construit autour des axes tels que les trajectoires d'entrée dans l'activités ou dans la consommation de la friperie ; les motivations économiques et sociales ; les critères de choix des vêtements ; les perception relatives à leur provenance ; provenance et aux risques qu'ils peuvent comporter.

Les entretiens ont été conduits à l'aide d'un guide d'entretien autour des axes tels que les trajectoires d'entrée dans l'activité ou dans la consommation de friperie ; les motivations économiques et sociales ; les critères de choix de vêtements ; les perceptions relatives à leur provenance; les risques sanitaires associés et les pratiques déployées pour prévenir ou limiter ces risques

Les données recueillies ont été traitées par une analyse de contenu à partir de l'identification de régularités, au regroupement des énoncés selon des catégories d'analyse et d'interprétation des logiques sociales sous-jacentes.

Résultats

I- La friperie comme écosystème structuré d'un marché informel

La friperie ne se réduit pas à une simple activité commerciale marginale, constitue un véritable écosystème économique structuré avec son historique, son organisation en chaîne de valeur et sa capacité de résistance face aux tentatives de régulation étatique

I-1 - Evolution de la friperie en Côte d'Ivoire

Le marché de la friperie en Côte d'Ivoire, il est nécessaire de retracer sa trajectoire historique. Loin d'être un phénomène récent, cette pratique puise ses origines dans les périodes coloniales et a connu une accélération décisive avec les politiques de libéralisation économique.

Le marché de la friperie en Côte d'Ivoire plonge ses racines dans la période coloniale où les vêtements usagers des métropoles commencer déjà à circuler sur le territoire. Cependant, c'est véritablement la libéralisation économique des années 1990, couplée à l'accélération de la mondialisation des échanges, qui a provoqué son explosion l'ouverture des marchés a permis l'arrivée massive des conteneurs des vêtements usagés en provenance de l'Europe de l'Amérique du Nord et de l'Asie. C'est ce qui crée une offre pléthorique et structure les réseaux transport d'approvisionnement. Cette évolution historique a jeté les bases d'un marché désormais incontournable dans le paysage économique ivoirien.

L'avènement de la friperie n'est pas récent en Côte d'Ivoire. Un vendeur affirme « *l'affaire de yougou yougou en Côte d'Ivoire ne date pas d'aujourd'hui. A l'époque les autorités avaient interdit la vente de friperie* ».

Ce discours témoigne de la mémoire collective des tentatives de répression étatique. L'insistance sur l'ancienneté de la pratique « ne date pas d'aujourd'hui », lui confère une légitimité historique face aux interdictions officielles. L'utilisation du terme « interdit » montre que les acteurs ont conscience de l'illégalité de leur activité. Pourtant, l'absence de mention des raisons de cette interdiction (sanitaires, protection textile) montre que ces motifs ne sont intériorisés comme légitimes par la population..

Ce discours retrace l'échec des politiques de sanction face à la résilience d'un marché ancré dans les pratiques et les représentations des ivoiriens.

I.2. Organisation économique et chaîne de valeur

L'un des apports importants de l'enquête est de montrer que le marché de la friperie, bien que généralement classé dans économie informelle, repose sur une organisation relativement structurée.

La chaîne de valeur de la friperie fait intervenir une multitude d'acteurs interdépendants en amont on trouve le grossiste issus des réseaux commerciaux, qui importe et achète les balles de vêtements en gros sur les marchés spécialisés comme ceux de zone 4 ou de Port-Bouët. En aval, les détaillants, majoritairement des femmes, achètent ses balles pour les revendre sur les marchés de quartier en bordure de route. Autour de ce noyau gravite une multitude de métier connexe créateur d'emploi non déclaré : transporteurs, laveurs, repasseurs, petits réparateurs. Ce système génère une part importante de l'emploi formel et contribue à l'économie locale, bien que son poids exact reste difficile à quantifier dans des statistiques nationales.

Ce qui est perçu dans ce discours d'un enquêté: *» C'est exposé, c'est à vue de tout le monde c'est à la vue de tout le monde quand tu passes tu peux et trier, tu peux regarder. C'est exposé en tout cas »*. Ces propos mettent en évidence plusieurs caractéristiques fondamentales du fonctionnement du marché de la friperie: la dimension ouverte est accessible ou le marché est décrit comme

un espace visible « à la vue de tout le monde », sans barrière physique ou symbolique à l'entrée.

Le fonctionnement informel basé sur l'exposition directe ou la marchandise est présenté de manière sommaire sans vitrine ni emballage raffiné. L'interaction directe avec la marchandise qui montre que le client peut « trier », « regarder », « *Manipuler les vêtements* » ce qui implique une relation tactile et visuelle immédiate avec le produit. Une logique de machine non standardisée qui traduit l'absence de présentation formalisée « *pas de vitrine, pas d'étiquetage* » est la norme.

Ces dires confirment que l'Afrique relève typiquement d'un système économique informel qui se caractérise par une faible situation institutionnelle (absence de régulation formelle de l'espace de vente), Une accessibilité immédiate (pas de barrière à l'entrée pour le client), une interaction directe et personnalisée entre vendeur et client. Cette informalité n'est pas un signe de désorganisation mais plutôt une forme d'organisation alternative, fondée sur des normes pratiques et une adaptation aux contraintes matérielles économiques des acteurs.

II.3. La friperie face aux politiques de protection

La vigueur de cet écosystème économique est mesuré à sa capacité de résistance face aux tentatives de l'Etat de réguler ou d'interdire le secteur l'analyse de ces confrontations éclaire les rapports de force entre économie informelle et pouvoir public.

La puissance du secteur de la friperie s'est manifestée lors des tentatives de l'Etat de réguler, voire d'interdire le commerce de vêtements de seconde main, ces mesures visaient officiellement à favoriser les maisons d'usine de textile locale et à protéger la santé des populations. Pourtant ces tentatives ont connu un échec relatif point si ça explique par les deux facteurs principaux: d'une part d'une part, la capacité de négociations et de mobilisation des artères économiques informelles, organisé en association et réseau influents; d'autre part, la contradiction fondamentale entre un

objectif politique de souveraineté textile et la réalité sociologique d'une économie populaire dont les milliers de famille dépendent pour leur suivi.

C'est ce qui retrace les propos d'une enquêtée : *« c'est la seule activité que nous avons et ça encore on veut nous l'arracher »*.

II. Consommation et stratégie sociale de s'habiller en contexte de précarité

II.1. Une consommation de nécessité structurée

La motivation première et la plus évidente des consommateurs de friperie et d'ordre économique en présence des budgets contraints, l'accès à l'habillement passe par ce marché point cependant cette contrainte économique donne lieu à des pratiques structurées et différenciées.

Au niveau des consommateurs, le facteur prix est central, la friperie est d'abord une réponse pragmatique à la contrainte budgétaire, qui permet aux classes populaires, de plus en plus aux classes moyennes, d'accéder à l'habillement cette recherche de rationalité économique sur double d'une connaissance fine du marché et de sa segmentation. Les enquêtes distinguent en effet plusieurs types de friperie selon le lieu de vente et la capacité perçue des produits.

Plusieurs discours montrent ces dimensions économiques et cette routinisation de la pratique à travers des propos suivant : *« bon il y a le prix parce que c'est moins cher, c'est moins cher »*.

« J'achète de la friperie depuis des années point je n'ai pas les dates en tête mais depuis des années j'achète de la friperie ».

Le premier discours met en relief la centralité du facteur économique avec le prix qui est cité spontanément comme première motivation. La répétition (*« c'est moins cher »*), traduit l'insistance sur l'évidence de cet argument.

Le deuxième discours relève l'inscription de la pratique dans la durée. L'incapacité à dater précisément le début (je n'ai pas la date

en tête) suggère une pratique tellement intégrée qu'elle en devient presque naturelle, allant de soi.

Ces discours permettent de caractériser la friperie comme une consommation contrainte mais aussi comme une pratique socialement incorporée. Elle s'inscrit dans ce que vous dit appelle la logique d'habitation deux points la répétition de l'acte d'achat sur le long terme dans somme une nécessité économique en disposition durable, on habitus. La friperie devient ainsi une norme de consommation populaire, intégrée dès l'enfance et reproduite à l'âge adulte.

II.2. La friperie comme ressources identitaire et symbolique

Au-delà de la stricte nécessité économique, les discours de consommateurs révèlent une autre dimension moins attendue: la friperie est également vécue comme un espace de possibilité, de découverte et d'affirmation de soi.

Si le prix est la porte d'entrée, ce n'est pas la seule satisfaction retirée de l'achat en friperie point le consommateur exprime avec fierté la possibilité de faire de « bonnes affaires » qui dépassent le simple cadre économique. La recherche de marque, la quête de pièces unique et la valorisation de la rareté transforme lac d'achat contre en une activité porteuse de gratification symbolique.

Un ensemble d'illustration ressort des dires des enquêtés:

« Et puis, tu peux tomber sur de bonnes marques aussi. Si tu fouilles bien tu peux tomber sur de bonnes marques veux-tu de beaux vêtements point il y a vraiment de beaux vêtements ».

« Il y a aussi des pièces rares par exemple tu peux tomber sur une robe que tu ne verras pas son double ici à Abidjan en tout cas ».

À l'analyse, ces extraits de propos mettent en évidence plusieurs éléments notamment la recherche de marque « bonnes marques » qui est répétée indique une connaissance et une valorisation de code de l'industrie vestimentaire.

Par « *par pièces rares* » l'on met en censure la valorisation de la rareté « *tu ne vas pas avoir ton double* », exprimant ainsi le plaisir de posséder un objet unique différent de ce que tout le monde porte.

Le désir de singularité de l'achat en friperie est présenté comme une chasse au trésor (« *Tu peux tomber sur* »), une intimité active ou le consommateur est acteur de sa trouvaille.

Ce propos révèle une logique de dissolution sociale telle que l'a théorisé Pierre Bourdieu dans un univers social où les ressources économiques sont limitées, l'accès à des biens symboliquement valorisés (la marque, l'unicité) par le biais de la friperie permet de se singulariser. La contrainte économique est ainsi transformée en ressources symbolique: ce n'est plus « *je m'habille en friperie parce que je n'ai pas les moyens* », mais « *je m'habille en friperie parce que j'ai le goût et la patience de dénicher les pièces uniques* ». La friperie devient alors un vecteur de construction identitaire et de réinvention stylistique.

II.3. Genre, Rapports de pouvoir et stratégies féminines d'accès à la consommation

La consommation de friperie n'est pas un acte individuel isolé; elle s'inscrit dans des dynamiques familiales et des rapports sociaux des gens. L'observation de ses dimensions permet de comprendre la manière dont la pratique se transmet et s'organise au sein des foyers.

La consommation de friperie est profondément j'aimerais un familiale les femmes sont au cœur du système à la fois comme commerçante détaillants comme gestionnaires des budgets domestiques. Pour beaucoup de mères de famille, s'habiller à la friperie et habiller les enfants c'est une stratégie d'optimisation des ressources du foyer, cette pratique est souvent héritée transmise d'une génération à l'autre.

Les propos de cette enquêtée traduisent cet état de choses
« j'achète la friperie depuis des

années». *« J'achète régulièrement des articles des habits pour mes enfants même pour les plus grands également ».*

Ces propos déjà cités pour sa dimension d'habitation peuvent également être appréhendés sous l'angle de la socialisation. La répétition de l'achat sur une longue période (*« depuis des années »*) montre que cette pratique a été intégrée tôt probablement dans le cadre familial.

Sous ce rapport l'achat de friperie depuis des années indique une socialisation primaire à cette pratique point la friperie n'est pas découverte à l'âge adulte pas un choix mais elle fait partie de l'environnement familial depuis l'enfance elle devient ainsi ce que Bourdieu appelle le capital culturel incorporé: un ensemble de dispositions, de savoir-faire et de vous transmis de manière implicite par la famille et intégrer au corps et aux habitudes à partir se reproduit alors naturellement sans avoir besoin d'être justifié à chaque fois.

En outre, il existe des rapports de pouvoir avec à la clé le corps féminin comme ressource d'accès. Ainsi, les dynamiques du genre dans le marché de la friperie ne sauraient se limiter au rôle des femmes comme commerçante ou gestionnaire du budget domestique. Elle doit également prendre en compte les rapports de pouvoir qui structurent l'accès aux biens.

Une enquête évoque ainsi des pratiques assez inhabituelles.

« Parfois, des jeunes qui se lient d'amitié ou couchent avec certains vendeurs pour avoir des tenues de friperie »

Ces propos bien que rares, renvoient à une réalité sociale plus large: dans un contexte de précarité économique, le corps féminin peut être mobilisé comme ressource, un capital permettant d'accéder aux biens matériels. La 'tenue' n'est pas un simple objet de consommation, mais un vecteur de dignité et d'intégration sociale qui justifie des transactions affectives et sexuelles.

Ce phénomène montre la manière dont le marché informel de la friperie peut devenir un espace de reproduction des inégalités de genre. Il révèle aussi une forme d'économie morale au féminin. Face

à l'impossibilité d'accéder par les ressources financières à des biens symboliquement valorisés, certaines jeunes filles déploient des stratégies relationnelles, parfois à leurs dépens. Le corps devient alors un espace de négociation entre survie économique, désir de reconnaissance et de vulnérabilité structurelle.

III. Risque sanitaire et régulation: le paradoxe de la vulnérabilité choisie

La contradiction apparente pour que du marché de la friperie explique que des consommateurs conscients de sanitaires continue d'y recourir massivement.

III.1. Constat de risque et représentation sociale

Les conditions d'exposition et de stockage des vêtements sur le marché populaire exposent les consommateurs à des risques sanitaires réels. Pourtant la connaissance ne semble pas freiner la pratique. Cet état de fait permet de comprendre la manière dont les acteurs se représentent ces dangers et surtout comment les intègrent.

Les risques sanitaires liés à la friperie sont multiples: pathologie cutanée, infections diverses, problèmes respiratoires « *tu as la poussière et les moisissures accumulées dans les vêtements* ».

Les conditions de vente décryptées précédemment (« vêtements exposés au sol en bordure de route ») participent à cette perception d'un produit potentiellement sale ou contaminé. Les enquêtés expriment clairement cette conscience du risque et décrivent les pratiques qu'ils mettent en œuvre pour y faire face.

Quand on achète la, quand moi j'achète, automatiquement je vais le tromper je vais le laver. Ou bien par exemple s'il y a une tâche sur le vêtement, j'essaie de mettre ça dans de l'eau chaude pour désinfecter tout ça donc de ce côté il n'y a pas de

souci. Quand on achète là on lave avant de porter parce qu'il y a vous deux même des vêtements de friperie, Il y a l'odeur dessus donc l'odeur n'est pas.... ce n'est pas tout le monde qui supporte ça »

Ces propos traduisent plusieurs dimensions : une conscience explicite du risque sanitaire du fait de décrire les pratiques de lavage systématique prouve que le besoin de nettoyer est perçu comme une évidence. L'existence des pratiques systématique et ritualiser de gestion de risques tel que le lavage n'est pas occasionnel, il est automatique et fait partie intégrante de l'acte de l'achat. Une adaptation des méthodes au risque perçu comme l'utilisation de (l'eau chaude) pour désinfecter montre une tentative d'éliminer non seulement la saleté visible (les tâches), mais aussi les contaminants invisibles (microbes).

Ces comportements peuvent être éclairés par les travaux de l'anthropologue Mary Douglas sur la gestion du « pur et de l'impur » Dans cette perspective le pays est perçu comme appartenant à la catégorie de « l'impur » : des vêtements appartenant à d'autres corps inconnus, ont voyagé, ont été manipulés vu mieux stockés dans des conditions parfois pas hygiéniques; et constitue un véritable rituel de purification. Il a pour fonction symbolique de réintégrer le vêtement dans l'ordre du « propre » et du socialement acceptable, de le rendre apte à entrer en contact avec le corps du nouveau propriétaire. Ainsi la rationalité économique (de bénéfices de l'achat) ne s'oppose pas à une rationalité sanitaire abstraite ; elle intègre et la dépasse en la gérant par des pratiques quotidiennes concrètes.

III. 2. Echec de politique sanitaire et alternative informelle

Face à ce risque l'Etat et les incisions sanitaires ont tenté de mettre en place des mesures de régulation et de sensibilisation

leur efficacité limitée interroge et conduit à analyser les mécanismes d'autorégulation qui émerge sur le marché lui-même. Les campagnes de sensibilisation institutionnelle et les mesures comme l'étiquetage obligatoire ou l'emballage individuel des vêtements c'est être à la réalité des pratiques et des représentations des acteurs. Pour les consommateurs comme pour les commerçants ces mesures sont souvent perçues comme coûteuses contraignantes et in fine et inutiles puisque la solution alternative existe déjà. Face à ce qu'ils perçoivent comme une défaillance ou une inadéquation des normes officielles, les acteurs du marché développent leurs propres normes informelles de qualité.

Ce qui ressort dans ce verbatim déjà cité une signification particulière: « *Ou bien par exemple, s'il y a une tâche sur le vêtement j'essaie de mettre ça dans l'eau chaude pour désinfecter tout ça. Donc de ce côté-là il n'y a pas de souci* ».

En somme, les propos de l'enquêté « *donc de ce côté-là il n'y a pas de souci* » est essentiel. Et l'idée que le problème notamment le risque sanitaire est réglé par des moyens personnels et domestiques sans attendre une intervention extérieure. L'individu se prend en charge lui-même.

Il se traduit donc par une autonomisation des pratiques sanitaires par rapport aux normes officielles. Les consommateurs ne se perçoivent pas comme des victimes passives d'un marché dangereux, mais comme des acteurs capables de gérer les risques par eux-mêmes. Cet état de fait montre une attitude de défiance implicite ou à tout le moins une différence pratique envers les régulations étatiques jugées inadaptées aux réalités du terrain. Elle conduit à l'émergence de norme informelle de qualité, par exemple la distinction entre une friperie "ordinaire" et une friperie "traitée" par le vendeur, et où la confiance accordée à certains vendeurs fidélisés (« *fidélité au goût et au budget* ») qui crée ainsi une forme d'autorégulation marchande.

III. 3. Le corps comme terrain de négociation

Le corps du consommateur est au centre d'un processus permanent de négociation entre des impératifs contradictoires. L'ensemble : consommateur et travailleur du secteur de la friperie est à la fois la source du problème et le lieu de sa résolution. Il est exposé au risque (qu'on tape avec les vêtements potentiellement contaminés), mais il est aussi protégé par l'ensemble des pratiques quotidiennes mises en œuvre (lavage, désinfection). Cette ambivalence est au cœur de l'espérance. L'ensemble des discours liés au lavage, à la désinfection et à l'odeur peuvent être mobilisés ici. Il témoigne de cette préoccupation constante pour le corps et son constat voilent son contact avec les vêtements. L'évocation de l'odeur (*« l'odeur n'est pas... ce n'est pas tout le monde qui supporte ça »*) et particulièrement révélateur. L'odeur est ce qui reste de l'autre de l'inconnu de l'histoire antérieure du vêtement. La laver c'est effacer cette trace pour rendre le vêtement viable.

En somme, le code devient ainsi le terrain d'un arbitrage permanent entre l'économie (le prix bas, la nécessité de s'habiller), la santé (le risque perçu de contamination), la dignité (le désir d'être propre, de sentir bon, de ne pas porter sur soi les stigmates de la précarité). Dans cet arbitrage le risque n'est pas nié mais il est intégré comme une condition structurelle de l'existence populaire. Il n'est pas un choix diviseur et rationnel mais une donnée avec laquelle il faut composer. S'habiller à la friperie, c'est, pour les classes populaires, affirmer sa dignité et son appartenance sociale dans un contexte de précarité en gérant activement par des rituels quotidiens les risques encourus.

Discussion des résultats

1. La friperie comme écosystème économique structuré : confirmation et nuances des analyses antérieures

Nos résultats confirment clairement les observations de Brenoum (2020) concernant l'essor et la structuration du marché de la friperie à Abidjan. L'auteur souligne que « depuis près de trois décennies, les vêtements d'occasion envahissent tous les marchés d'Abidjan, grande métropole ivoirienne » (Brenoum, 2020, p. 1), ce que nos enquêtes de terrain à Yopougon Kouté corroborent pleinement. Le témoignage d'un vendeur affirmant que « *L'affaire de yougou yougou en Côte d'Ivoire ne date pas d'aujourd'hui* » fait écho à l'analyse historique de Brenoum, qui retrace l'interdiction de 1975 (ordonnance n°75-647) et la libéralisation progressive à partir de 1992, puis l'ouverture totale en 1997.

Notre recherche apporte toutefois un éclairage complémentaire sur la conscience qu'ont les acteurs de cette histoire réglementaire. Le verbatim « *à l'époque les autorités avaient interdit la vente de friperie* » témoigne d'une mémoire collective des tentatives de répression étatique, ce que Brenoum évoque sans développer du point de vue des représentations populaires. Cette dimension mémorielle est cruciale pour comprendre la résistance du secteur face aux politiques prohibitionnistes, que notre enquête documente à travers l'expression « *c'est la seule activité que nous avons, et ça encore on veut nous l'arracher* ».

Par ailleurs, notre identification d'une chaîne de valeur structurée (grossistes, détaillants, laveurs, repasseurs, petits réparateurs) rejoint l'analyse de Brenoum (2020, p. 8) lorsqu'il évoque la friperie comme « *une véritable industrie génératrice d'emplois informels et de revenus* ». Les données douanières qu'il cite (31 539 tonnes de fripes enregistrées en 2014 contre 19 435 en 2009) donnent une mesure quantitative que notre approche qualitative ne pouvait atteindre, mais nos observations sur l'organisation du marché de

Yopougon Kouté décrit comme un espace « à la vue de tout le monde » où le client peut « trier », « regarder », « manipuler les vêtements » illustrent concrètement ce que Brenoum appelle « l'occupation d'espaces publics » et la transformation du paysage urbain.

2. Les motivations économiques et sociales : entre nécessité et distinction

La dimension économique de la consommation de friperie, centrale dans nos résultats, est amplement confirmée par la littérature. Le rapport de la DITP (2023, p. 25) indique que « 67% des Français qui achètent d'occasion le font pour faire des économies », et que « la motivation première pour l'achat d'occasion (tous produits confondus) demeure financière ». Nos enquêtés expriment cette même rationalité économique à travers la répétition insistante « *C'est moins cher, c'est moins cher* ». Brenoum (2020, p. 9) souligne également que « la pauvreté monétaire qui est ambiante amène les populations à préférer les articles de friperie aux produits textiles fabriqués localement ou venus d'ailleurs et hors de prix ». Cependant, nos résultats montrent que cette motivation économique n'épuise pas le sens social de la pratique. La recherche de marques (« *tu peux tomber sur de bonnes marques* ») et de pièces rares (« *tu ne verras pas son double ici à Abidjan* ») révèle une dimension identitaire et distinctive que Brenoum (2020, p. 10) identifie également : « des articles de premier choix en très bon état, propres et jamais portés se retrouvent souvent dans les balles (...). Ici, on trouve souvent des pièces uniques avec lesquelles le consommateur se singularise au quartier ». Cette quête de singularité transforme la contrainte économique en ressource symbolique, ce que le rapport de la DITP (2023, p. 35) conceptualise comme la valorisation de la « trouvaille » et du caractère « malin » de l'achat d'occasion.

Le rapport DITP note d'ailleurs que « pour certains, adeptes de l'occasion, c'est la rareté des articles et le côté 'trouvaille' de la friperie qui les motive » (2023, idem). Cette convergence entre les observations ivoiriennes et les analyses européennes suggère que, au-delà des différences de contexte économique, l'achat de vêtements d'occasion comporte une dimension ludique et distinctive universelle.

3. La banalisation sociale de la friperie et l'évolution des normes

Un résultat important de notre enquête est la banalisation de la friperie dans toutes les couches sociales. Nos enquêtés affirment que « *tout le monde porte la friperie* », ce que Brenoum (2020, p. 10) confirme statistiquement : « 80 à 90% de la clientèle de la fripe se recrute parmi les gens aux revenus modestes, mais il est tout aussi vrai que certains éléments des classes moyennes de la société ivoirienne s'habillent dans les marchés de fripes ». Il va plus loin en observant que « les jeunes des communes chics de Marcory, Cocody et Plateau préfèrent les vêtements et accessoires en friperie », au point de « quitter les vitrines feutrées pour se retrouver à lutter des fripes avec ceux des quartiers populaires ».

Cette évolution vers une acceptabilité sociale élargie fait écho aux données françaises rapportées par la DITP (2023, p. 23) : « 81% de la population estiment qu'acheter d'occasion peut être source de fierté et 91% qu'il s'agit d'une pratique bénéfique à l'environnement ». Toutefois, le rapport note un décalage entre ces chiffres et la perception qu'ont les Français de l'image de l'occasion chez autrui : « 62% des Français seraient inquiets de la réaction de leurs proches s'ils leur offraient de la seconde main à Noël » (DITP, 2023, p. 23). Ce décalage entre perception individuelle et norme sociale réelle ce que la DITP appelle « rectifier la

perception de la norme » semble moins prononcé en Côte d'Ivoire, où la pratique est plus ancienne et plus intégrée.

4. Les risques sanitaires comme perceptions et stratégies de gestion

La question sanitaire constitue le point le plus original de notre contribution. Brenoum (2020, p. 4) mentionne que « le souci de préserver la santé des populations motivait légalement la prise de l'ordonnance de 1975, car à l'époque, la fripe était vendue en l'état ses traitements préalables », et évoque les provenances problématiques (« bases des soldats américains de la guerre du Vietnam », « poubelles américaines et européennes »). Cependant, son analyse ne développe pas les perceptions qu'ont les consommateurs de ces risques ni leurs stratégies de gestion.

Nos résultats comblent cette lacune en montrant que les consommateurs ont une conscience aiguë des risques (mycoses, allergies, odeurs) mais développent des pratiques systématiques de gestion : lavage automatique (« quand moi j'achète, automatiquement je vais le laver »), utilisation d'eau chaude pour désinfecter, recours au pressing. Cette gestion rituelle du « sale » et de « l'impur » que nous avons interprétée à partir des travaux de Douglas (1967) sur les rites de purification n'est pas documentée par Brenoum.

Le rapport de la DITP (2023, p. 24) identifie précisément ces préoccupations comme des freins à l'achat d'occasion en France : « les vêtements d'occasion peuvent être perçus comme peu hygiéniques, voire dangereux : la présence d'insectes (y compris les punaises de lit), d'acariens, de bactéries, saleté ou de maladies provenant du précédent propriétaire ». Il note également que « la crainte d'une contamination symbolique par autrui » et « la trace du précédent propriétaire, visible ou fantasmée, peut être un frein à l'appropriation de l'objet »).

La différence fondamentale entre les deux contextes réside dans la réponse à ces préoccupations. En France, la DITP (2023, p. 33) propose des leviers institutionnels: « contrôles sanitaires », « label gouvernemental certifiant le niveau d'hygiène », « transparence opérationnelle sur les processus de nettoyage ». En Côte d'Ivoire, face à l'absence ou à l'inadaptation de ces dispositifs officiels, les acteurs développent leurs propres normes informelles de qualité et leurs propres rituels de purification. L'affirmation de notre enquêtée « donc de ce côté-là il n'y a pas de souci » après avoir décrit son processus de désinfection domestique illustre cette autonomisation des pratiques sanitaires par rapport aux normes officielles.

5. Genre et rapports sociaux comme une dimension sous-explorée

Notre recherche a mis en évidence des dynamiques de genre complexes, notamment à travers le témoignage troublant sur des jeunes femmes qui « se lient d'amitié ou couchent avec certains vendeurs pour avoir des tenues de friperie ». Cette dimension des rapports sociaux de sexe dans l'accès à la consommation vestimentaire n'est évoquée ni par Brenoum ni par le rapport de la DITP. Brenoum (2020, p. 13) note certes que les marchés de fripes attirent une « foule à majorité gent féminine » ou une « forte coloration féminine et jeune fille », mais sans analyser les implications de cette féminisation en termes de rapports de pouvoir.

Le rapport DITP (2023, p. 24) mentionne que « les vêtements, portés à même la peau, peuvent être perçus comme très personnels et particulièrement sujets à être 'contaminés' par leur précédent propriétaire », mais n'aborde pas la question du corps féminin comme ressource d'accès aux biens. Cette lacune dans la littérature existante souligne l'originalité de notre contribution, qui révèle comment, en contexte de précarité, le corps féminin

peut devenir un « capital » permettant d'accéder à des biens symboliquement valorisés, transformant le marché de la friperie en espace de reproduction des inégalités de genre.

6. L'échec des politiques publiques et l'autorégulation populaire

Nos résultats montrent l'échec relatif des tentatives étatiques de régulation du secteur (interdictions de 1975, mesures de 2006 et 2017), que Brenoum (2020, p. 4) documente historiquement : « l'interdiction d'importation frauduleuse est contournée. La fripe écoulée sur le marché ivoirien est issue de réexportations en provenance du Nigéria et du Ghana et revendue par les commerçants nigériens et ghanéens qui franchissent clandestinement les frontières. » Cette capacité de résistance du secteur informel face aux politiques publiques est confirmée par notre enquête à travers les discours des acteurs.

Le rapport de la DITP (2023, p. 47-48), bien que portant sur un contexte radicalement différent, propose des pistes d'action publique qui pourraient inspirer une réflexion sur le cas ivoirien : « développer une offre de réparation professionnelle de confiance et de proximité », « créer un imaginaire positif de la réparation », « corriger les perceptions négatives, notamment en matière d'hygiène et de qualité », « harmoniser les pratiques entre le neuf et l'occasion ». Ces recommandations, si elles étaient adaptées au contexte ivoirien, pourraient contribuer à une régulation plus efficace que les tentatives prohibitionnistes, en s'appuyant sur les pratiques existantes plutôt qu'en les combattants.

Conclusion

En somme, l'analyse du marché de la friperie en Côte d'Ivoire permet de montrer que celle-ci ne peut être réduite ni à une simple économie de la débrouille, ni à un problème sanitaire isolé. Il constitue un espace marchand structuré, inséré dans des

circulations transnationales des vêtements usagés et soutenus localement par des logiques de survie économiques, d'auto-emploi et d'accès différencié à l'habillement.

L'étude met en relief que le recours à la friperie ne répond seulement à une contrainte financière. Il engage également des enjeux de présentation de soi, de qualité vestimentaire perçue et de respectabilité sociale. De ce fait, la seconde main apparaît comme une ressource pratique et symbolique pour des acteurs confrontés à la précarité, mais soucieux de maintenir une certaine inscription sociale dans l'espace urbain.

Cependant, cette fonction de résilience économique s'accompagne d'une exposition différenciée aux risques sanitaires. Les troubles évoqués par certains enquêtés, les incertitudes relatives à l'origine et au traitement des vêtements, ainsi que les stratégies de lavage, de désinfection et d'évitement observés sur le terrain montrent que le risque est bien présent, même lorsqu'il est banalisé. L'un des principaux apports de cette étude est précisément de montrer que cette exposition au danger est socialement arbitrée : elle résulte moins d'un manque de rationalité que de contraintes structurelles qui obligent les acteurs à composer avec le risque

Dès lors, penser la friperie en Côte d'Ivoire revient à interroger conjointement les économies populaires, les inégalités sociales d'exposition au risque et les effets périphériques de la mondialisation textile. Une telle lecture invite à dépasser l'opposition simpliste entre utilité économique et danger sanitaire, pour envisager ce marché comme un révélateur des formes contemporaines des ménages urbains à la précarité.

Références bibliographiques

ADEME, 2022, Enquête sur les habitudes de consommation des Français.

BRENOUM Kouakou David. 2020, « Essor du marché de fripes à Abidjan, la grande métropole ivoirienne », Laboratoire Espace,

Système et Prospective, Institut de Géographie Tropicale, Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan Cocody.

Direction interministérielle de la transformation publique (DITP), 2023, « Sciences comportementales : Encourager la réparation et l'achat d'occasion », avec l'appui du Behavioural Insights Team.

Journal Officiel de Côte d'Ivoire, 1975, Ordonnance n°75-647 du 30 septembre 1975 portant interdiction de l'importation de friperie.

KERLOCH Emeline, 2026 Le marché de la seconde main en 2026, Origami Marketplace

YAPI Sasso Sidonie Calice, 2021, Approche compréhensive du port des vêtements de friperie et des risques sanitaires : le cas des friperies à Abidjan (Côte d'Ivoire), Akofena spécial n°07, Vol.2.