

Le surnom et ses usages sur les marchés à la criée du Matif. Contrôle social, fluidité relationnelle et représentations collectives

In: Genèses, 41, 2000. Comment décrire les transactions. pp. 5-40.

Citer ce document / Cite this document :

Hassoun Jean-Pierre. Le surnom et ses usages sur les marchés à la criée du Matif. Contrôle social, fluidité relationnelle et représentations collectives. In: Genèses, 41, 2000. Comment décrire les transactions. pp. 5-40.

doi : 10.3406/genes.2000.1646

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/genes_1155-3219_2000_num_41_1_1646

Résumé

■ Jean-Pierre Hassoun : Le surnom et ses usages sur les marchés à la criée du Matif. Contrôle social, fluidité relationnelle et représentations collectives À partir d'une enquête ethnographique conduite sur les marchés à la criée du Matif (Marchés à terme international de France) localisés au palais Brongniart (Paris) en 1997-1998, l'hypothèse a été faite que l'étude systématique des surnoms et de leurs usages pouvait contribuer à apprécier la place des facteurs sociaux dans le fonctionnement de ce type de marchés ainsi que le degré d'autonomie sociale et culturelle des populations directement impliquées dans leur fonctionnement. L'examen des motivations et des champs lexicaux permet de mettre en lumière des représentations collectives locales centrées sur les pratiques professionnelles mais aussi sur un imaginaire social de génération à travers de nombreuses références à la «culture- médias». En conclusion, l'auteur sur la fluidité relationnelle que le surnom illustre, mais aussi sur la créativité qu'il peut représenter pour les populations travaillant dans l'espace physique et social de ces marchés..

Abstract

Nicknames and their Use on France's Open Outcry Financial Futures Markets. Social Control, Fluid Relations and Collective Representations . The starting point of this article was an ; ethnographic study conducted in 1997- 1998 on the open outcry markets of the Matif (International term markets of France) located at the Brongniart Palace, the site of the Paris stock exchange. The idea arose that the systematic study of nicknames and their use might contribute to assessing the affect of social factors on operating of this type of market as well as the - degree of : social and cultural autonomy of the people directly involved in running them. An examination motives and lexical fields brought to light local collective representations centred on professional practices as well as a generational social imagination through numerous references to "media culture". In conclusion, the author emphasises the ease of interpersonal relations suggested by nicknames as well as the creativity involved in their use for the working in the physical and social setting ofthesemarkets.

LE SURNOM ET SES USAGES SUR LES MARCHÉS À LA CRIÉE DU MATIF CONTRÔLE SOCIAL, FLUIDITÉ RELATIONNELLE ET REPRÉSENTATIONS COLLECTIVES*

*« On l'appelle Flicard. Il est fils de flic.
Mais avec des rapports amicaux. Y'a jamais rien de péjoratif
dans tous ces surnoms. C'est de la chambrette avec le sourire.
À la rigueur c'est une façon de se mettre la pression
pour rester... rester dans le marché »*

(Un flasheur du Notionnel).

Jean-Pierre Hassoun

Le 20 février 1986, plus d'un an avant que le marché des actions ne soit complètement informatisé et que ne disparaisse, le 14 juillet 1987, la fameuse Corbeille qui occupait les parquets du rez-de-chaussée du palais Brongniart, se tenait, dans une modeste salle du troisième étage de ce même palais, la première séance de négociation «à la criée» d'un marché dénommé «Notionnel»¹. Pour la première fois en France un «produit dérivé»² était «lancé» sur le marché financier. Très vite, ce marché, et d'autres de même type (le Pibor³, le Cac 40 Future⁴ et le Monep⁵), occupaient l'ensemble des locaux du palais de la Bourse tandis que le marché des actions à travers lequel la Bourse avait existé pendant cent cinquante ans⁶ s'atomisait dans les locaux d'une cinquantaine de sociétés de Bourse connectées à un réseau

* Au fur et à mesure de son élaboration cette recherche a été exposée oralement dans le cadre des séminaires du Laboratoire d'anthropologie urbaine (CNRS), du DEA «Européaniste» du Département d'ethnologie et sociologie comparative (université Paris X-Nanterre) et du séminaire «Les enjeux sociaux du commerce» au Laboratoire de sciences sociales de l'École normale supérieure (Paris).

Illustration non autorisée à la diffusion

Photo 1. La Corbeille au rez-de-chaussée du Palais Brongniart, dans les années 1950. © DR.

1. Emprunt « fictif » (synthèse mathématique d'un panier d'emprunts obligataires émis par l'État français) servant de référence (ou de sous-jacent) pour le contrat dit « notionnel » proposé par le Matif. Pour les pouvoirs publics, cet instrument a comme fonction d'assurer une liquidité et une souplesse dans la gestion de la dette publique. Dans le langage quotidien on dit : « Acheter ou vendre la dette française. »

2. « Produits dérivés » est un terme générique qui recouvre l'ensemble des contrats dont la valeur dépend (ou « dérive ») de celle d'un autre produit ou instrument financier. Voir Yves Simon. *Les marchés dérivés. Origines et développement*, Paris, Economica, 1997.

3. Pibor : *Paris InterBank Offered Rate*. Moyenne arithmétique de huit taux d'intérêt à court terme offerts

informatique permettant la dématérialisation des actions, la dépersonnalisation des relations marchandes et l'extension du temps de négociation⁷.

Bien que pendant douze ans (1986-1998) les marchés du Matif (Marché à terme d'instruments financiers, puis Marché à terme international de France) se soient négociés par le biais « traditionnel » de la criée, ils ont incarné la « modernité financière » des années 1980 et 1990 qui, après les bourses américaines puis la City de Londres avait atteint la Place financière parisienne⁸. En effet, si en février 1986, Matif n'était qu'un acronyme désignant un secteur du marché financier, il devint vite pour le grand public un sigle opaque mais néanmoins symbolique permettant de verbaliser, autour « d'événements-catastrophes » ou de stéréotypes sociaux, des représentations ambivalentes associant fascination et jugement « moral »⁹ : du scandale de la Cogéma à celui du « Trésor »

de la Compagnie des agents de change¹⁰ jusqu'aux flux financiers proclamés « virtuels » ou aux *Golden Boys* dans leur version parisienne pour ne citer ici que les plus saillantes. Le Matif et les produits dérivés – illustrations d'un marché financier « sans limites »¹¹ – ont également cristallisé des critiques plus construites d'ordre politique et idéologique qui se situent souvent sur un registre « éthique »¹².

Par-delà ces aspects idéologiques englobants, retenons que ces marchés connurent une expansion considérable au point que, pendant un temps (1992-1994), le Matif était devenu le troisième marché mondial des « produits à terme » après les deux Bourses de Chicago, mais devant Londres. Cette « explosion des marchés » est allée de pair avec la croissance des populations qui assuraient quotidiennement l'exécution de transactions toujours plus nombreuses. Avec environ mille personnes directement investies dans la négociation cette croissance atteignit son apogée au cours de l'année 1994 pendant laquelle, tous marchés confondus, près de 150 millions de contrats furent négociés¹³. Puis le Matif connut une phase de déclin explicable par de multiples causes mais concomitant à son « électronique » qui eut lieu en mai 1998. Cette informatisation entraîna la disparition de ces marchés en tant que lieu physique¹⁴ et leur continuation dans le cadre d'un réseau informatique de même nature que celui utilisé pour le marché des actions quelque dix ans plus tôt.

Cette association paradoxale (mais transitoire) entre des produits financiers présentés comme le *nec plus ultra* de la modernité et « l'archaïsme » que peut représenter aujourd'hui un système de négociation reposant sur la rencontre physique d'acheteurs et de vendeurs constitue en soi une interrogation aux multiples ramifications. De manière générale, on peut poser la question utilitariste et néoclassique de l'adéquation entre organisation sociale et efficacité économique ou bien encore celle, comme l'avait fait Marie-France Garcia à propos d'un marché agricole, de savoir si les facteurs sociaux sont « des variables résiduelles de ce type de marché par lesquelles on peut après coup rendre compte des écarts entre les faits observables et ceux que prévoit le modèle »¹⁵. On peut également s'interroger sur le degré d'autonomie sociale et culturelle laissé à des populations plongées dans des organisations régies par un double type de règle : les « règles de marché » constitutives du lieu ainsi que les règles découlant des impératifs de production pour ceux qui occupent des positions de salariés.

par quatorze banques représentatives de la Place sur le marché interbancaire. Ce taux (sous la forme de contrats à terme) est l'objet de négociation quotidienne. Il a pour principale fonction de permettre à des acteurs économiques de se couvrir d'éventuelles fluctuations de taux.

4. Cac 40 Future : Contrat à terme dont le sous-jacent est le Cac 40 (« panier » des quarante sociétés françaises représentatives de façon pondérée de l'économie nationale). Ce contrat sur indice a pour fonction de se couvrir des fluctuations du marché des actions. De manière générale, les « futures », francisation du terme anglais *futur*, sont des contrats fermes d'achat (ou de vente) de titres livrés à une date future.

5. Monep : Marché d'options négociables de la Bourse de Paris. Une option est un titre (payant) qui donne le droit (et non l'obligation) d'acheter (ou de vendre) à une date future et à un prix déterminé à l'avance un actif déterminé appelé sous-jacent.

6. Voir Patrick Verley, « Les sociétés d'agents de change parisiens au XIX^e siècle », *Comité pour l'histoire économique et financière de la France. Études et documents I*, Paris, ministère de l'Économie, des Finances et du Budget, pp. 127-147.

7. L'acronyme Cac (Cotation assistée en continu) renvoie tant à « l'électronisation » des transactions qu'au temps de négociation de moins en moins limité.

8. À propos de cette « modernisation » dans le contexte français voir Jean-Charles Naouri, « La réforme du financement de l'économie », *Banques*, n° 459, 1986, pp. 211-221 et « Le marché financier : bilan et perspectives », *Revue française d'économie*, vol. 2, n° 1, 1987, pp. 184-194. Sur la place de l'informatisation dans ce processus voir Olivier Godechot, Jean-Pierre Hassoun, Fabian Muniesa, « La volatilité des postes. Professionnels des marchés financiers et informatisation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 134, 2000, pp. 45-55.

9. Ce type de discours est généralement construit autour de figures emblématiques comme par exemple

Le surnom: entre structuralisme et fonctionnalisme

Si l'on se limite aux bibliographies française et anglo-saxonne et aux « terrains » européens, la question du surnom (ou du sobriquet) apparaît de façon notable dans une vingtaine d'articles qui se réclament de l'ethnologie entre la fin des années 1950 et la fin des années 1980¹. Ces recherches ont pour cadre des communautés villageoises en France, en Espagne, en Italie, en Grèce, à Malte, en Écosse ou en Irlande, mais elles s'inscrivent dans une continuité d'intérêt de ce courant disciplinaire pour la nomination (l'anthroponymie)² qui s'était illustré auparavant ou dans le même temps dans les sociétés dites « exotiques ».

Par-delà leurs différences tant les recherches françaises qu'anglo-saxonnes établissent que la pratique du surnom – une pratique orale qui ne se consigne qu'exceptionnellement par écrit – s'observe encore en milieu rural européen. Cependant cette norme n'est semble-t-il jamais prescriptive ; il existe toujours des villageois qui ne portent pas de surnom. Tous les auteurs font état d'un affaiblissement de cette pratique dans les contextes de « modernisation » et constatent que le surnom est plus volontiers masculin que féminin. Enfin, ces recherches sont également consensuelles pour remarquer un nombre de champs lexicaux relativement réduits quelque soit le contexte national ou régional : ce sont principalement les vocabulaires du corps, du monde animal, de la toponymie, de la vie sexuelle ou des habitudes alimentaires qui servent à créer les surnoms.

Il est significatif que dans la majorité des travaux français le terme « surnom » n'apparaisse pas dans le titre des articles ; il s'agit d'études plus générales portant sur l'ensemble d'un système local de nomination dont le surnom n'est qu'une facette. Cette orientation doit être mise en relation avec le contexte académique de l'époque où le structuralisme était dominant. D'ailleurs les auteurs français se réfèrent presque toujours à un passage de *La pensée sauvage* de Claude Lévi-Strauss³ pour fonder la pertinence théorique d'une anthroponymie qui doit favoriser la compréhension des mécanismes conscients ou inconscients qui, dans une société donnée, permettent de distinguer et de classer les individus entre eux et de dessiner les contours des groupes et sous-groupes (familiaux, sociaux, professionnels) qui la composent. Ainsi Christian Bromberger souligne le recours systématique au sobriquet en cas d'homonymie entre collatéraux⁴. Françoise Zonabend le déclare systématique puis reconnaît de nombreuses exceptions⁵ ce qui atténue son aspect structural. Martine Segalen souligne ses relations avec la toponymie locale⁶. Pour ces auteurs le surnom est avant tout un classificateur.

1. Voir entre autres : Richard Barrett, « Village modernization and changing nicknaming practices in Northern Spain », *Journal of Anthropological Research*, vol. 34, 1978, pp. 92-108 ; Stanley Brandes, « The structural and demographic implications of nicknames in Navanogal, Spain », *American Ethnologist*, vol. 2, 1975, pp. 139-148 ; Christian Bromberger, (avec la collaboration de Gérard Porcell) « Choix, dation et utilisation des noms propres dans une commune de l'Hérault : Bouzigues », *Le Monde Alpin et Rhodanien*, 1976, pp. 133-151 ; Eugène Cohen, « Nicknames, social boundaries and community in an Italian village », *International Journal of Contemporary Sociology*, vol. 14, 1977, pp. 102-113 ; Nancy Dorian, « A substitute Name system in the Scottish Highlands », *American Anthropologist*, vol. 72, 1970, pp. 303-319 ; David Gilmore, « Some notes on community nicknaming in Spain », *Man*, vol. 17, n° 4, 1982, pp. 686-700 ; Julian A. Pitt-Rivers, « Law and morality. Nicknames and the Vito » (chapter XI), *The people of the Sierra*, Chicago, The University of Chicago Press, 1954 ; Martine Segalen, « Le nom caché. La dénomination dans le pays Bigouden sud », *L'Homme*, vol. 20, n° 4, 1980, pp. 63-76 ; Françoise Zonabend, « Jeux de noms. Les noms de personne à Minot », *Études Rurales*, 1979, pp. 51-85.

2. Voir F. Zonabend, « Le nom de personne », *L'Homme*, vol. 20, n° 4, 1980, pp. 7-23 ; C. Bromberger, « Pour une anthropologie des noms de personne », *Langages*, n° 66, 1982, pp. 103-124.

3. Claude Lévi-Strauss, *La pensée sauvage*, Paris, Plon, 1962, pp. 226-286.

4. C. Bromberger, « Choix, dation... », *op. cit.*

5. F. Zonabend, « Jeux de noms... », *op. cit.*, pp. 49 et 72.

6. M. Segalen, « Le nom caché... », *op. cit.*

Les chercheurs américains qui ont effectué des enquêtes dans des villages européens à la même époque négligent cet aspect ; ils ont tendance à prendre le surnom (*nickname*) comme un objet autonome qui apparaît dans le titre de leurs articles. De manière générale, ils insistent plus sur ses aspects fonctionnels illustrés surtout par les notions de contrôle social, de cohérence interne⁷ et d'humour propre à un univers segmenté où chacun des segments renforce ses liens par une sorte de connivence (*ingroup humor*). D'autres, sans quitter la perspective fonctionnaliste, insistent sur les frontières sociales et communautaires que le surnom représente par rapport aux « étrangers »⁸. Plus isolé David Gilmore⁹ souligne les aspects « psycho dynamiques » (en terme d'agressivité) en rapport avec les conceptions de la personne (*ego-identity*) qui ont cours dans l'Espagne rurale.

Par-delà leurs différences paradigmatiques toutes ces approches, françaises ou anglo-saxonnes, ont tendance à présenter le surnom dans des configurations plus ou moins statiques (structurales ou fonctionnelles) et à ne pas théoriser cette question autrement que pour illustrer – comme un élément secondaire d'une démonstration – des approches générales sur le contrôle social, la notion de communauté ou certaines tendances d'un système de parenté. Seul un auteur comme S. Brandes¹⁰ propose une sorte de corrélation focalisée : l'épanouissement du surnom (une plus forte densité et un usage plus fréquent) serait lié à des univers où d'une part les relations sociales seraient de type mécanique et, d'autre part, seraient dotées d'une dynamique sociale interne qui permettraient aux individus de ne pas être limités à leur réseau familial. Des univers en transition.

En dehors du contexte rural le surnom n'a pas donné lieu à un courant de recherche spécifique. Les sociologues et les historiens du travail mentionnent régulièrement sa présence dans le monde ouvrier mais sans conduire d'enquêtes spécifiques. Un sociologue américain, James K. Skipper¹¹, fait figure d'exception puisqu'il a produit une dizaine d'articles presque tous basés sur la même hypothèse : une corrélation entre le mythe (fondateur) du héros populaire américain et la densité de surnoms attribués à ces « héros ». Cette interrogation le conduit à étudier l'évolution historique de la fréquence du surnom dans des milieux aussi divers que les joueurs de football américain, les joueurs de base-ball, les chanteurs de blues, les musiciens de jazz ou les grands figures du banditisme, et à conclure à un affaiblissement de ce mythe dans la société américaine à partir des lendemains de la Seconde Guerre mondiale.

7. Voir J. A. Pitt-Rivers, « Law and morality... », *op. cit.* ; N. Dorian, « A substitute Name system... », *op. cit.* ; R. Barrett, « Village modernization... », *op. cit.*

8. Voir E. Cohen, « Nicknames... », *op. cit.*

9. D. Gilmore, « Some notes... », *op. cit.*

10. S. Brandes, « The structural and demographic implications... », *op. cit.*

11. Voir entre autres : James K. Skipper, « Nicknames, folk heroes and assimilation : Black League baseball Players, 1884-1950 », *Journal of Sport Behaviour*, 8, 1985, pp. 100-114 ; « Nicknames, folk heroes, and jazz musicians », *Popular Music and Society*, 10, 1986, pp. 51-62.

DOSSIER

Comment décrire les transactions

Jean-Pierre Hassoun
*Le surnom et ses usages
sur les marchés à la criée du Matif
Contrôle social,
fluidité relationnelle
et représentations collectives*

le financier américain Georges Soros ou Nick Leson le *trader* anglais responsable de la faillite de la banque pour laquelle il travaillait. Cependant ces discours qui suscitent fascination et identification fantasmatique ne sont jamais dénués d'une certaine ambivalence « morale », le « héros » n'étant jamais complètement positif. Notons que la Bourse française n'a pas produit de telles figures.

10. Pour un exemple, voir Jean de Bellot, *La chute d'un Agent de change. L'affaire Beaudouin*, Paris, Albin Michel, 1989.

11. À propos des critiques académiques des conceptions traditionnelles du marché voir Viviana Zelizer, « Repenser le marché. La construction sociale du "marché aux bébés" aux États-Unis, 1870-1930 », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 94, 1992, pp. 3-26.

12. L'archétype de ce type de discours est représenté par l'association *Attac* (voir <http://attac.org>) et son combat pour l'institution d'une taxe (la taxe Tobin) sur certains flux financiers dits « spéculatifs » que génèrent et/ou symbolisent les produits dérivés.

13. Si l'on cumule les marchés du Notionnel, du Pibor et du Cac 40 Future, le volume négocié (total des lots achetés et vendus) en 1994 a atteint 141 587 906 lots. (Sources : Matif SA statistiques).

14. Voir O. Godechot, J.-P. Hassoun, F. Muniesa, « La volatilité des postes... », *op. cit.*

15. Marie-France Garcia, « La construction sociale d'un marché parfait : le marché au cadran de Fontaine-en-Sologne », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 65, 1986, p. 2.

16. Cette démarche se poursuit dans d'autres secteurs professionnels et a donné lieu à une communication

Si aucune de ces questions ne nous est indifférente, la complexité des marchés financiers – le nombre et l'atomi-sation géographique des acteurs concernés – nous interdit de tenter d'y répondre dans leur globalité. Dans le cadre de cet article nous avons choisi l'entrée ethnographique des relations interindividuelles qui avaient cours dans ce lieu en nous focalisant tout particulièrement sur les termes d'adresse utilisés et plus précisément encore sur l'usage du surnom (voir encadré). Intuitivement au cours de la collecte des données, puis de manière plus construite au moment du classement et de l'analyse de ces mêmes données, il a été fait l'hypothèse que le surnom et ses usages permettent de mettre en lumière les normes relationnelles en vigueur dans l'espace social du marché¹⁶. Puis, dans un dernier temps de l'analyse, on supposa que le surnom pouvait également constituer un révélateur des références communes à une population qui, par ailleurs, n'affirmait pas clairement une identité collective.

Ce pensant, cette double hypothèse nous a conduit à réapprécier qualitativement les relations marchandes et de travail propre à ce lieu¹⁷.

Les parquets: un espace de travail non cloisonné

Sur le plan spatial *les parquets* sont des salles de taille variable (au palais Brongniart la plus grande, dénommée l'*Eurofloor* (voir photo 2), avait une surface d'environ 1 000 m² dans laquelle ont pu évoluer jusqu'à quatre cents personnes) qui se composent de *pits* – aire de négociation de forme octogonale appelée également « la fosse », « la mine » ou « le trou » – où se déroulent les transactions. L'*Eurofloor* était entouré de quatre niveaux de gradins eux-mêmes occupés par des boxes distants de trois à quinze mètres des *pits*¹⁸. Dans les boxes se trouvent des *boxemen* (mais aussi quelques *boxewomen*) en liaison téléphonique permanente avec des *sales* (ou des *traders*) localisés sur les « tables » c'est-à-dire dans des salles de marché dispersées dans Paris ou à l'étranger¹⁹.

Le *trader* engage sa responsabilité en prenant des positions alors que le *sales* (le « vendeur ») est un intermédiaire qui transmet l'ordre du client final au parquet et gère avec ce dernier – par téléphone principalement – une relation commerciale²⁰. Ces « finaux » – principalement des trésoriers d'entreprise et des gestionnaires d'OPCVM (Organismes de placement collectif en valeurs mobilières) – interviennent sur ces « marchés à terme »

Illustration non autorisée à la diffusion

Photo 2. Matif. La sallle de l'Eurofloor dans le sous-sol du Palais Brongniart. © Photo Ali Mobarek.

dans le but de minimiser les risques qu'ils prennent sur d'autres types d'opérations («se couvrir» ou «arbitrer»); ils peuvent également utiliser ces marchés pour spéculer à court, moyen ou long terme indépendamment de tout autre activité économique.

Grâce à diverses sociétés privées prestataires d'informations électroniques lisibles sur des terminaux, tant les clients finaux que les *sales* et les *traders* disposent, en temps réel et en continu, des cours des produits cotés au palais Brongniart et sur d'autres Places à travers le monde. Ces informations électroniques se combinent avec le commentaire oral du *boxeman* et permettent de mieux «sentir le marché» pour juger du moment le plus favorable à la décision. Très vite le commentaire de marché est devenu un savoir-faire recherché au point que certains clients choisissaient tel ou tel courtier pour la qualité du commentaire «injecté dans la boîte»²¹.

Dès que le *boxeman* a reçu l'ordre de vente ou d'achat, il le transmet aux flasheurs et aux négociateurs qui se tiennent debout, dos-à-dos, autour du *pit*, chacun

au XVI^e colloque de l'Association internationale des sociologues de langue française (AISLF), «Le surnom dans les interactions au travail. Premier essai de typologie», (comité de recherche n° 15, «Sociologie du travail»), université de Laval, Québec (Canada), 3-7 juillet 2000.

17. Ce travail repose sur une enquête ethnographique de plus d'un an (1997-1998) au palais Brongniart dont le libre accès m'a été permis par Matif SA en dehors de toute relation contractuelle. Outre les observations quotidiennes, plus de soixante entretiens semi-structurés et enregistrés ont été effectués auprès de tous les types d'acteurs. Une lettre présentant le cadre, les objectifs, le contexte de publication de la recherche, ainsi qu'une garantie d'anonymat, a été remise à chacune des personnes interrogées. Le prise de photos n'était pas autorisée sur les marchés.

DOSSIER

Comment décrire les transactions

Jean-Pierre Hassoun
*Le surnom et ses usages
sur les marchés à la criée du Matif
Contrôle social,
fluidité relationnelle
et représentations collectives*

Illustration non autorisée à la diffusion

*Photo 3. Le geste du flash (« deux j'ai ») et l'écran qui affiche les cours en continu. Les marchés du Matif: une transition technique et sociale.
© Photo Ali Mobarek.*

18. L'Eufloor était une salle modulaire aussi cette description a valeur au moment de mes observations. La photo figurant en iconographie de cet article est antérieure.

19. Il s'agit soit de grandes banques (françaises ou anglo-saxonnes), de sociétés de Bourse (qui appartiennent aujourd'hui aux banques) ou de courtiers. Dans le contexte du Matif, les courtiers sont des sociétés d'intermédiation, françaises ou anglo-saxonnes, spécialisées dans les marchés à terme.

20. La fonction de *trader* peut être l'objet d'usage abusif et d'un certain enjeu symbolique. Il arrive que les *sales* se disent *trader* comme me l'ont parfois fait remarquer, non sans ironie, des négociateurs sur les parquets.

portant une veste aux couleurs de sa société. Cette transmission s'opère par des signaux manuels (le *flash*) et/ou par le cri. Aussitôt le flasheur transmet l'ordre au négociateur par le chuchotement ou une fiche écrite. Entre deux ordres, grâce au langage gestuel, le flasheur renseigne le *boxeman* sur ce qui se passe sur le *pit*; ces informations « nourrissent » le commentaire de marché²². Les équipes de négociation sont dirigées par un « chef négo » qui dispose d'une autorité sans faille; mais lui-même est un ancien « négo » et il entretient avec son équipe des relations à la fois fortement directives et d'intense familiarité.

En tenant compte du cours d'achat ou de vente demandé par le client, mais aussi du moment qu'il juge le plus favorable, le « négo » doit trouver une (ou des) contrepartie(s). La transaction peut être fractionnée pour éviter de faire décaler trop brutalement le marché c'est-à-dire de faire baisser ou monter les cours. Elle peut également être fractionnée par souci de « partager les lignes » et de faire « travailler » le plus possible d'intervenants²³.

Trouver la contrepartie, et de manière plus générale s'adapter à ce lieu, requiert des qualités diverses. Elles sont d'ordre aussi bien physique (être debout de longues heures, crier fort, se faire remarquer par les autres) que relationnelles (disposer d'un certain charisme, « être bien » avec tout le monde, pouvoir et savoir assumer une sociabilité exclusivement masculine) ou mentales (savoir évaluer les positions des uns et des autres, mémoriser sans erreur toutes les contreparties avec lesquelles on a traité, mémoriser la situation de son carnet d'ordres, c'est-à-dire les ordres qu'il reste à exécuter). S'intégrer dans cet espace social demande également de ne pas éprouver de gêne « physique » ou « morale » à manipuler de façon abstraite des sommes d'argent considérables; cela implique une certaine adéquation psychologique et philosophique avec l'univers marchand qui trouve ici une forme exacerbée.

Les contreparties peuvent être soit des négociateurs d'autres sociétés, soit des négociateurs individuels du parquet (Nip), qui portent une veste rouge et se tiennent au centre du *pit* dans sa partie la plus basse. En nombre limité, les Nip ont été créés par Matif SA, en janvier 1989, dans le but d'assurer une meilleure liquidité à ces marchés. Ils sont donc « à leur compte » (avec un statut de commerçant ou en EURL²⁴), et la plupart d'entre eux adoptent une attitude de *scalpeurs*, c'est-à-dire qu'ils

s'efforcent d'*initier* (acheter ou vendre) des positions – ils sont alors en « pose »²⁵ – et de les « retourner » (acheter ou vendre) le plus rapidement possible afin de réaliser des gains. Si le marché ne prend pas le sens souhaité ils doivent « se couper », c'est-à-dire « se retourner » pour limiter leurs pertes. Ils se nomment souvent « spéculateurs individuels » et les autorités de marché les présentent comme des « pourvoyeurs de liquidité ». Les stratégies ou initiatives adoptées par les Nip sont changeantes et variables selon les individus ; ceux-ci, bien qu'en nombre réduit (ils ont été cent vingt-six au maximum soit trente ou quarante par marché), se sont assez vite stratifiés selon deux critères mutuellement liés : la « force de frappe » de chacun (le volume des positions susceptibles d'être initié) et les bénéfices réalisés au fil des ans. Entre eux, les Nip se distinguent entre « petits », « moyens » et « gros ».

Une fois que la transaction est conclue le négociateur ou le Nip l'inscrit sur une fiche qu'un « fichiste » s'empresse d'horodater avant de procéder à sa saisie sur des ordinateurs installés dans des couloirs adjacents aux parquets. Par le biais de cette saisie informatique, les risques que prennent les Nip sont surveillés par leur « parrain » (une banque ou un courtier). Ces risques sont évalués en rapport avec le montant du « dépôt » qu'ils ont entreposé chez ce parrain. Enfin, dernière étape de la transaction, le *boxeman* communique immédiatement l'information au *sales* en utilisant, comme à bien d'autres moments, un vocabulaire proche des jeux vidéo : « shooté » ou « touché », dit-il généralement.

Cette configuration de marché ne correspond à aucun schéma préexistant. Certes nous sommes en présence d'une criée « traditionnelle » mais qui a la spécificité de fournir des cours en continu (du matin au soir) alors que les criées connues jusque-là ne fournissaient des prix que pendant un temps court par le biais d'enchères ascendantes ou descendantes ou bien à certains moments déterminés par la technique du *fixing*²⁶. De plus la criée des dérivés n'aurait pu exister si elle n'était pas enchâssée dans un appareillage technique complexe et atomisé (les parquets, les salles de marchés des sociétés de bourse ou des banques, les entreprises ou les institutions d'où les clients finaux téléphonent). Il ne s'agit donc plus de la réunion d'acheteurs et de vendeurs en un seul lieu à un moment donné. Cet éclatement spatial se conjugue avec une spécialisation des fonctions elles-mêmes associées à

21. « Boite » : terme de jargon pour désigner l'ensemble de l'appareillage téléphonique présent dans chaque boxe.

22. Pour une description plus technique, voir Paul Jorion. « La queue qui remue le chien. Métamorphose de la finance due à son informatisation », *Techniques et Cultures*, n° 23-24, 1994, pp. 307-349.

23. À propos de ce type de transaction, voir J.-P. Hassoun, « Trois interactions marchandes hétérodoxes sur les marchés à la criée du Matif. Rationalité locale et rationalité globale », *Politix*, n° 52, 2000.

24. Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

25. Abréviation de « position ». Ils ont « pris une position » sur le marché.

26. Voir Jacqueline Matras-Guin, « Vente et tirage au sort dans les criées en gros du poisson », *Ethnologie française*, vol. 17, n° 2-3, 1987, pp. 227-234 ; Jean Vaudois, « Le développement des marchés au cadran dans la région du Nord », *Études rurales*, n° 78-79-80, 1980, pp. 113-133 ; M.-F. Garcia, « La construction sociale... », *op. cit.* et « Représentations savantes et pratiques marchandes », *Genèses*, n° 25, 1996, pp. 50-71 ; Alain Quemin, *Les commissaires priseurs. La mutation d'une profession*, Paris, Anthropos Economica, 1997.

DOSSIER

Comment décrire les transactions

Jean-Pierre Hassoun
*Le surnom et ses usages
sur les marchés à la criée du Matif
Contrôle social,
fluidité relationnelle
et représentations collectives*

des statuts professionnels distincts et à des possibilités de mobilité verticale²⁷ et horizontale ; sous ce rapport, l'espace du marché à la criée est aussi un marché du travail ouvert.

Les rémunérations y étaient d'autant plus « hors-normes » qu'elles n'étaient pas associées à un niveau de diplôme, à un savoir théorique ou à une expérience antérieure dans le même secteur. Presque tous disaient être arrivés là « par hasard ». Beaucoup n'étaient pas bacheliers, d'autres avaient le bac ou étaient titulaires d'un Brevet de technicien supérieur (BTS), plus rares étaient les titulaires d'un diplôme supérieur au Diplôme d'études universitaires générales (Deug). Quelques-uns avaient de tels diplômes mais sans rapport direct avec les activités de marché (Deug de langue, maîtrise de droit, maîtrise d'administration économique et sociale (AES) ou même d'écoles de commerce « mineures »). À partir des années 1991-1992 « quand les marchés ont explosé » et « qu'il fallait faire tourner la machine » (termes d'un contrôleur de Matif SA), ils ont été rejoints par des populations moins diplômées, parfois issues de l'immigration et résidant dans des cités de banlieue.

Entre 1986-1998, le salaire d'un fichiste a oscillé entre 60 000 et 120 000 francs par an, un flasheur entre 120 000 et 200 000 francs, un *boxeman* entre 250 000 et 600 000 francs et un négociateur entre 300 000 et plus de 800 000 francs pour les plus réputés. À ces revenus fixes se sont ajoutés des bonus qui, « les bonnes années », ont pu doubler ces salaires. La rémunération des Nip est plus complexe à évaluer : les « petits » gagnaient entre 120 000 et 250 000 francs, les « moyens » entre 250 000 et 600 000 francs, et les « gros » entre 600 000 et plusieurs millions de francs par an²⁸.

Par-delà cette architecture technique, organisationnelle et sociologique, ces marchés étaient caractérisés par une densité relationnelle qui rendait ce lieu « unique » comme le disent régulièrement ceux qui y ont travaillé. Certes, les raisons qui incitent à ressentir cette singularité sont nombreuses (salaires hors normes, relatif éclectisme sociologique des acteurs, importance économique du lieu, interactions avec les événements politiques nationaux et internationaux, etc.), mais la densité sociale – verbalisée par des expressions comme « l'ambiance des parquets », « la vie en Bourse », « être sur les parquets », « ici c'est une bulle », etc. – est également très souvent évoquée pour exprimer la singularité de l'expérience.

27. Un des parcours type fut de commencer fichiste ou coteur chez Matif SA, puis de devenir flasheur, avant de parvenir à être *boxeman* ou négociateur et, pour un petit nombre, d'être promu « chef négo », ou responsable de parquet (c'est-à-dire responsable de plusieurs équipes d'une même banque ou d'un même courtier) ou encore de choisir (et d'obtenir) le statut de Nip.

28. Ces revenus doivent être lus dans le cadre d'une fiscalité d'entreprise et en tenant compte des charges propres à ce type de structure.

Un style relationnel de forte proximité

Cette densité sociale m'est d'abord apparue comme essentiellement masculine – j'ai rencontré une quinzaine de femmes sur plusieurs centaines de personnes – ce qui faisait dire à certains : « Ici c'est comme le vestiaire d'une équipe de foot ou comme la cour de récré... ». Outre sa tonalité masculine, la sociabilité locale se faisait immédiatement remarquer par un style relationnel caractérisé par une forte proximité observée à trois niveaux : proximité sonore, proximité physique, proximité d'adresse.

Le cri et le contact

La proximité sonore est perceptible tant par le ton élevé de la voix que par le cri ou le hurlement comme mode d'adresse dans les interactions fonctionnelles²⁹. Elle se conjugue avec une proximité corporelle observée autour du *pit* où le contact physique n'est pas socialement prohibé ou évité comme il l'est dans la majorité des activités de service. Les hommes, debout autour du *pit* pendant la journée durant, ont tendance, surtout au sein d'une même équipe, à s'appuyer les uns sur les autres, à se toucher les bras, à se tenir par les épaules, à faire « claquer » la face interne de leur main en signe de complicité, à se cogner par inadvertance, à se donner l'accolade ou à simuler des bagarres « pour rire ». Avec les membres d'autres équipes de négociation ou avec les Nip, les contacts physiques sont moins réguliers ; cependant, quand la tension monte à la suite d'une « nouvelle » ou d'un « chiffre qui tombe »³⁰ le *pit* devient une mêlée où, pour l'emporter et trouver des contreparties, personne n'hésite à hurler, à bousculer les autres ou à s'appuyer sur eux pour sauter et « se faire remarquer ».

La vanne et le surnom

La proximité dans l'adresse, qui nous intéresse plus particulièrement ici, se fait d'abord remarquer par la pratique généralisée de relations à plaisanterie désignées par deux termes locaux : « la vanne » ou « la chambrette »³¹ qui désignent tout aussi bien des blagues anodines et régulières portant généralement sur le caractère et le physique que des « attaques » verbales plus violentes. En fonction de leur intensité et de leur contexte ces relations à plaisanterie n'ont pas les mêmes effets. On peut distinguer trois ou quatre types de « vanne ».

29. Dans les moments les plus intenses le niveau des décibels autorisé par les règles sanitaires au travail est largement dépassé avec des pointes à 110-120 décibels.

30. Les « chiffres » sont des indices relatifs à la vie économique qui ponctuent la vie de ces marchés à heures régulières et attendues. En fonction du décalage par rapport aux attentes le marché réagit violemment à la hausse ou à la baisse. L'annonce du taux de chômage américain, le vendredi à 14 heures, en était l'exemple le plus extrême.

31. Ce terme dérive du verbe familier « chamber ».

1. «Moi, je venais du Club Méditerranée où c'était ambiance vacances, relations bon... et là, je suis arrivé dans un milieu où les gens s'apostrophaient, se hurlaient dessus, s'insultaient... Même quand ils se parlaient entre eux, entre amis, c'était: "Alors, ça va trou du cul?". Moi, j'entendais ça... Je disais: "Pourquoi tu parles comme ça?" Je ne comprenais pas et j'ai eu beaucoup de mal à rentrer dans ce système. C'est vrai qu'une fois qu'on y est, avec le recul, on se dit: "Ben ouais! j'étais un peu décalé." Ça me choquait! Vraiment, je comprenais pas pourquoi les gens se parlaient comme ça, alors que pour moi, ça devait être beaucoup plus facile de se parler normalement, comme des gentlemen. Le milieu de la Bourse, aussi, pour moi, ça représentait un peu des gens en... machin, qui se respectent quoi. C'était un manque de respect, je trouve. C'est d'ailleurs un manque de respect. Mais comme c'est dans les normes... » (négociateur puis Nip).

2. «Dans le fait de vanner les autres... il y a cet esprit d'humiliation qui entre en ligne de compte. Humilier l'adversaire devant les autres [...] ça donne une assise au personnage, ça lui donne du charisme [...] On sait que tel adhérent de telle boîte [...] lui a rivé son caquet. Beaucoup de types marchent sur les autres pour se faire une personnalité, pour se faire un nom. Les types ont besoin de se faire un nom [...] Ça vous permet ensuite, dans votre travail, de faire tourner les regards vers vous. C'est-à-dire que, quand vous élevez la voix, les regards se tournent vers vous. Quand vous élevez la voix, on sait qui vous êtes. Parce que vous avez humilié untel, parce que vous avez insulté untel, on sait que vous êtes là, que vous avez une présence, donc les gens travaillent avec vous. Il faut avoir les gens dans sa botte, pour travailler. Il faut que les gens vous respectent. À partir du moment où les gens vous respectent, quand vous arrivez avec vos lots et que vous dites: "j'ai et je prends, je suis là", les gens sont vernis, ils savent qui vous êtes. C'est-à-dire que si vous travaillez pas avec eux, vous vous exposez au risque, vous aussi, de vous faire humilier en public ou de vous discréditer aux yeux des autres, alors que ce type, lui, a un nom. C'est ce qu'on appelle les cadors ou les figures» (ancien «chef négo» devenu Nip).

3. «La chambrette [...] c'est une façon de se mettre la pression pour rester dans le marché [...]. Par exemple [...] un *boxeman* a un ordre de vente de 50... et puis il balance une quantité de 5 parce qu'il vient de se gourer. Il se rend compte de sa bêtise et il dit tient 45 de mieux parce qu'il faut faire 50. Si le flasheur se rend compte qu'il s'est gouré en balançant l'ordre, il va lui balancer un petit mot en disant quelque chose dans le genre: "va t'acheter une main ou va t'acheter des doigts ou...", vous voyez. En fait, c'est une façon de dire à l'autre: "tiens! t'a fait une erreur". Parce que nous en fait, ce que veulent nos patrons c'est en fait qu'on soit à plus de 90 % de nos capacités. Pour que la machine elle tourne et qu'on ait jamais de problème, il faut qu'on soit toujours apte à ce qu'il se passe n'importe quoi, même quand il se passe rien, que le marché est mort et qu'on a envie d'aller jouer aux cartes ou... non faut quand même qu'on reste sous pression donc, la chambrette c'est aussi pour nous une façon de rester sous pression» (négociateur).

4. «La vanne c'est une manière de mobiliser les esprits. Ça mobilise et ça démobilise. Quelqu'un qui a fait une connerie, le chambrer, ça permettra peut-être qu'il fasse plus attention mais c'est aussi un moyen d'évacuer la pression» (négociateur).

Déjà remarquée par Christian Ghasarian³² – dans un tout autre contexte de travail mais également masculin – comme «code intersubjectif» régulateur, la «vanne», sur les parquets du Matif où étaient fortement imbriquées relations de travail et relations marchandes, participe ici de plusieurs codes. La «vanne» est expliquée par ses usagers et ses destinataires, tant par la fluidité relationnelle qu'elle produit une fois sa norme admise et intégrée (voir extrait d'entretien 1) que par le contrôle social imposé par des «figures» qui l'utilisent pour construire des rapports

32. Christian Ghasarian,
«La "vanne" et la "pression" –
Ethnographie d'un chantier de la région
de Marseille», *Ethnologie française*,
vol. 29, n° 4, 1999, p. 601.

de force dans le cadre de relations marchandes de compétition (voir extrait 2) qu'en dernier lieu pour maintenir la pression (voir extrait 3) afin de supporter le rythme et le volume des ordres de vente ou d'achat et de gérer le stress qu'ils génèrent dans une perspective utilitariste (voir extrait 4).

Si à l'intérieur de ce cadre compréhensif la « vanne » peut prendre de nombreuses formes linguistiques, elle se fixe parfois sous la forme d'un surnom, devenu terme d'adresse ou de référence, et qui peut être considéré comme « une vanne qui reste ».

Origine empirique d'un objet de recherche

En restant de longs moments à la cafétéria, séparée des parquets par un couloir et une salle de repos, j'ai vite entendu des gens s'interpeller par des surnoms sans pour autant que ce mode d'appellation soit systématiquement utilisé. Un des premiers surnoms entendu a été : Le Chat. J'ai demandé : « Pourquoi Le Chat ? ». On m'a répondu : « Il est filou comme un chat. » On m'a dit également : « Il est très rapide, toujours à l'affût. Sur le marché il retombe toujours sur ses pieds... »

Comme tous les autres surnommés, Le Chat connaissait son surnom ; lors d'un entretien approfondi, je découvrais une trajectoire qui n'était pas atypique dans ce lieu.

Dans la famille du Chat personne n'était dans la finance. Lui-même était originaire d'Aubervilliers. Sa mère ne travaillait pas, son père était à la retraite mais avait été ouvrier-tourneur, puis était devenu chef d'équipe et avait terminé sa carrière professionnelle comme chef de vente. Après un bac sciences économiques et sociales, il avait commencé un Institut universitaire et technologique (IUT), s'était fait « lourdé », puis s'était engagé dans des études d'administration économiques et sociales jusqu'à la maîtrise. Après quelques missions d'intérim en banque il avait été joueur de foot au Red Star (deuxième division), puis dans un club de quatrième division, et était rentré en Bourse en 1989 par l'intermédiaire d'un Nip qui s'occupait de l'Association sportive de la Bourse. Il avait commencé comme fichiste à 5 000 francs par mois, puis était passé flasheur à 12 000 francs, et, très vite, était devenu un négociateur renommé avec un revenu annuel (salaire et bonus) atteignant près d'un million et demi de francs. En 1995, il était passé Nip et était devenu une « figure » du parquet avec des revenus supérieurs à ceux qu'il percevait comme négociateur³³.

33. Ce court aperçu biographique est publié avec l'accord de la personne concernée dans la mesure où le surnom peut permettre son identification.

Illustration non autorisée à la diffusion

*« Il ressemble à Robert Hue, je l'ai habillé en coco... »
© Dessin de Sébastien Fossano, Boxeman sur le Pibor.*

DOSSIER

Illustration non autorisée à la diffusion

« C'est Neneuil... Un mec qui bosse sur le Pibor. Il se la joue très "cité". Il vient des cités de M... Il est assez... on peut dire "racaille"... Des fois il a un peu le choux. Il se prend un peu au sérieux, il oublie un peu d'où il vient. C'est un peu dommage... »

© Dessin de Sébastien Fossano.

Illustration non autorisée à la diffusion

« Lui c'est le fameux Voleur de poules... Sur le marché, il suit les gros Nip. »

© Dessin de Sébastien Fossano.

Illustration non autorisée à la diffusion

« C'est le fameux D... Il était venu avec des chaussures, j'appelle ça des chaussures Zodiac avec des grosses semelles comme c'est la mode... alors je l'avais chauffé là-dessus... »

© Dessin de Sébastien Fossano.

Illustration non autorisée à la diffusion

« C'est notre Jésus. Il est blond, une coupe au carré, toujours mal rasé, il est tout maigre alors on dirait Jésus... »

© Dessin de Sébastien Fossano.

Dans les premiers temps de mes observations, j'ai également entendu un Nip – connu de tous – être appelé : Le Beauf.

« Pourquoi Le Beauf ? ai-je demandé.

– C'est lui qui a fait rentrer son beau-frère sur le marché.

– Et le beau-frère comment on l'appelle ?

– Le Beauf... puisque c'est son beau-frère qui l'a fait rentrer sur le marché, mais on l'appelle aussi Ouin Ouin comme le héros d'un dessin animé qui s'exprime pas bien, comme lui, il a eu un bec de lièvre... [Effectivement Le Beauf avait encore la cicatrice d'un bec de lièvre qui provoquait chez lui un léger défaut d'élocution.]

– Mais le Beauf, le premier, il a un autre surnom ?

– Oui on l'appelle aussi Les Barreaux.

– Pourquoi Les Barreaux ?

– Parce que dans notre jargon un barreau est égal à 100 lignes³⁴ et lui c'est un gros Nip, il achète et il vend par 100 lignes. »

Plus tard, au cours d'un entretien formalisé j'appris qu'on l'appelait aussi Le Moineau à partir d'une déformation de son patronyme familial, et du fait que « sa tête peut faire penser à une tête de moineau ».

Je me suis également rendu compte que tout le monde n'avait pas de surnom et que d'autres formes d'appellation existaient comme l'association du prénom et de l'entreprise («J. de chez Sec Fut», «P. du Lyonnais», «K. de chez Vendôme», etc.) ou bien le simple tutoiement qui était systématique quels que soient la fonction et le statut de la personne à qui l'on s'adressait y compris dans le cas des contrôleurs et responsables de chez Matif SA ou même avec le directeur de la Bourse quand il «descendait sur les parquets». J'ai enfin constaté que le numéro inscrit sur le badge que portaient tous les Nip pouvait servir à les identifier et à les interpeller. Ces numéros permettaient également de situer leur ancienneté sur le marché. Aucune de ces formes d'adresse et de référence n'était exclusive l'une de l'autre.

Illustration non autorisée à la diffusion

Le surnom, un signe de légitimité sociale

La collecte des surnoms se fit alors plus systématiquement. L'existence de surnom «en Bourse» m'a souvent été présentée comme une sorte d'emblème individuel mais aussi collectif³⁵. «On a des surnoms», «Ici il y a des surnoms» me disait-on non sans manifester une certaine fierté ou un étonnement devant l'intérêt que pouvait procurer un tel sujet. Parler des surnoms au chercheur c'était aussi avoir la possibilité de verbaliser un «nous» et un «ici», c'est-à-dire énoncer les conditions de possibilité d'un «travail comme les autres...» et la preuve d'une existence collective alors que ces populations n'étaient pas (ou peu) collectivement organisées tant sur le plan syndical que professionnel.

À ce niveau, l'enquête doit être mise en relation avec son contexte historique. À cette époque (1997-1998), les personnes que je rencontrais avaient le sentiment d'être remises en cause tant par la concurrence des Places européennes (Londres et Francfort) que par les divers projets d'informatisation qui s'annonçaient³⁶. Ces deux facteurs mutuellement liés avivaient les revendications de légitimité professionnelle. Comme dans bien d'autres enquêtes, le chercheur (du CNRS de surcroît, c'est-à-dire souvent associé en tant que fonctionnaire aux pouvoirs publics) servait de caisse de résonance virtuelle pour affirmer un positionnement professionnel et social intériorisé comme fragile et ambivalent. Dans ce contexte, parler du surnom c'était aussi dire que les métiers sur le Matif étaient de «vrais métiers» comme je l'ai souvent entendu;

« C'est le fichiste... On se demande à quoi il marche. Il est complètement allumé. Mais il se drogue pas. Il est allumé de naissance. "Avec Max no problem", parce qu'on lui demande quelque chose, il se démerde pour l'avoir, toujours. C'est un peu notre homme à tout faire... mais c'est pas péjoratif dans le sens négatif de la chose... »
© Dessin de Sébastien Fossano.

34. Dans le jargon local, une « ligne » désigne un contrat.

35. Un film (*12 heures 30. La passion d'un métier* de Frédérique Buisson, sur une idée de Marc Moulin, coteur du groupe B, Phi Production, 26') réalisé à l'occasion de la fermeture d'un des groupes de crieur du marché des actions, le 21 janvier 1988, souligne fièrement cette pratique du surnom au moment même de la disparition de ces univers.

36. O. Godechot, J.-P. Hassoun, F. Muniesa, « La volatilité des postes... », *op. cit.*

DOSSIER

Comment décrire les transactions

Jean-Pierre Hassoun
*Le surnom et ses usages
sur les marchés à la criée du Matif
Contrôle social,
fluidité relationnelle
et représentations collectives*

cette proclamation n'était d'ailleurs pas toujours contradictoire avec une difficulté fréquente à assumer, à l'extérieur de la Bourse, ces « vrais métiers »...

Un surnom d'adresse non prescriptif mais connu de tous

Tout le monde n'était pas surnommé. Mon enquête en porte la trace puisque, malgré un questionnement systématique et prolongé, je n'ai pu collecter que 269 surnoms (toutes populations confondues) attribuées à 211 personnes alors que les populations présentes sur les parquets ont oscillé entre 700 et 1000 individus. Par-delà les variations de proportion entre les différents postes de travail sur lesquelles nous allons revenir, ce premier chiffre nous apprend que, dans ce lieu, le surnom n'est pas prescriptif et qu'entre 20 et 30 % des personnes ont pu y être désignées, épisodiquement ou régulièrement, par un surnom. Bien que cette proportion varie assez fortement avec les statuts (plus de 40 % chez les Nip), le surnom n'était pas obligatoire comme il peut l'être dans certains milieux de travail³⁷.

Retenons que sur les marchés à la criée du Matif, la pratique du surnom était présente de façon notable (bien que minoritaire) et surtout était légitime au regard des normes locales. Précisons également que presque tous les surnoms étaient connus de tous et nettement plus utilisés en adresse qu'en référence. Cependant cette liberté d'usage en adresse est plus régulière quand les deux locuteurs se considèrent de même « catégorie » :

« Avant, j'étais vraiment le seul à l'appeler Le Chinois³⁸ sur le marché. Parce qu'il y a un respect mutuel. Je l'appelais Le Chinois parce que lui me respectait, moi, je le respectais, parce qu'on savait qu'on était deux forces de frappe, qu'on était les deux meilleurs commis du marché à l'époque et donc, c'est vrai que c'était amical. Par contre, un petit commis moyen, sans être péjoratif, il se serait pas permis de l'appeler Chinois ou Nouache... » (un « négo » qui a lui-même trois surnoms).

Même si certains – quelques « figures » du marché et la plupart des « chefs négos » ont le privilège implicite, non pas du choix de leur surnom mais de son locuteur, il n'empêche que, même dans ce cas, le surnom est utilisé sans restriction devant tout le monde. C'est ce libre usage qui doit ici être souligné car il s'applique aussi bien aux surnoms dépréciatifs que laudatifs. Ainsi, par exemple, des surnoms comme L'Arabe, Le Gitan, Beef, Le Vieux, Le Gros, Le Chauve, La Fiotte³⁹, L'Acarien, Nez

37. Chez les Compagnons du Devoir, l'attribution d'un surnom est prescriptive et ritualisée. Voir Émile Coornaert, *Les compagnonnages en France. Du Moyen Âge à nos jours*, Paris, Les Éd. Ouvrières, 1966; Annie Guédez, *Compagnonnage et apprentissage*, Paris, Puf, 1994. Dans les écoles d'ingénieurs d'Arts et Métiers le surnom (« la buque ») est considéré comme une quasi-obligation. Voir Denys Cuche, « Traditions populaires ou traditions élitistes. Rites d'initiation et rites de distinction dans les écoles d'Art et Métiers », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 60, 1985, pp. 57-68; Rachel Steinmetz, « Le surnom comme moyen d'intégration à un groupe. Les buques à l'ENSAM », maîtrise de sociologie, Paris X-Nanterre, 1995, 70 p.

38. Pour chacun des surnoms figurant dans le texte il est possible de se reporter à l'annexe où figure l'ensemble des surnoms collectés (par ordre alphabétique) ainsi qu'une courte phrase permettant de saisir leur compréhension locale.

39. En argot, « la fiotte » désigne un homosexuel.

de bronze, Cosette, Gros Blaze, Deux de Tension, Le Virus, Vergemolle, au lieu d'être entendus comme des transgressions sociales génératrices de conflits sont intégrés à la pratique de la « vanne » et de « la chambre » détaillée plus haut. Partie intégrante d'un style relationnel de proximité, l'acceptation de cette norme sociale est facilitée par la règle d'égalité entre les intervenants qui est une des règles constitutives de ces marchés qui sont organisés sur un mode horizontal. Ce cadre relationnel et institutionnel conduit en général à l'utilisation du surnom devant tous y compris la personne surnommée.

À un premier niveau de l'analyse, il s'agit donc d'un surnom optionnel (c'est-à-dire non prescriptif), principalement d'adresse et à usage le plus souvent libre qu'il soit laudatif ou dépréciatif. L'exception à cette liberté d'usage peut venir d'une minorité de « chefs négos » qui ne tolèrent pas être interpellés de cette façon par les membres de leur équipe.

Charisme et surnom: «les figures»

Si la grande majorité des personnes ont un seul surnom, une minorité d'entre elles en possède plusieurs (voir figure 1)⁴⁰. Un examen plus attentif montre que cette minorité « pluri surnommée » représente, pour majeure partie, des « figures » du marché. Ce terme du jargon local désigne des personnages qui sont respectés, admirés, enviés. Cette renommée – au sens étymologique du mot – se construit exclusivement à partir de leurs activités sur le marché.

Ainsi, le « chef nego » à qui est attribué neuf ou dix surnoms⁴¹: Le Chinois⁴² ou Nouache, utilisés très

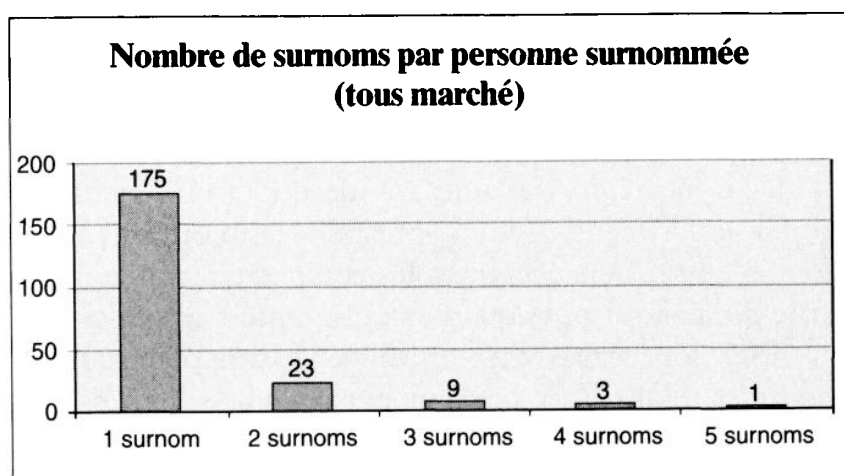


Figure 1 (n=211)

40. Je remercie Sonia Fleurance pour son assistance dans le maniement du logiciel Excel.

41. Cette approximation souligne que tous ces surnoms n'ont pas la même teneur car certains d'entre eux ne sont utilisés qu'épisodiquement. Ils existent tous cependant.

42. Il est de type asiatique.

DOSSIER

Comment décrire les transactions

Jean-Pierre Hassoun
Le surnom et ses usages
sur les marchés à la criée du Matif
Contrôle social,
fluidité relationnelle
et représentations collectives

Illustration non autorisée à la diffusion

« C'est un Nip, 777, il a une grosse moustache, on dirait un peu Magnum, je l'avais dessiné avec sa chemise à fleurs... »

© Dessin de Sébastien Fossano.

43. Les négociateurs les plus réputés étaient rémunérés (primes comprises) entre 500 000 et 1 million et demi de francs par an.

44. *Spieler* (de l'allemand *spielen*, jouer) est synonyme de « spéculer à court terme ». Ce terme était utilisé dans la Bourse d'avant 1987 où les actions se négociaient à la criée.

45. Le fait de *limer* un ordre ne génère pas directement de bénéfice financier pour la société de courtage ou pour le négociateur mais entraîne la satisfaction du client dans le cadre d'une relation commerciale. La capacité à *limer* peut faire monter la valeur du négociateur sur le marché du travail.

régulièrement, mais aussi Confucius, Nem, Tong, Mandarin, 50-50, Moustique, Le Magicien, utilisés beaucoup plus ponctuellement, est aussi celui à propos de qui les éloges et l'admiration ne tarissent pas et qui est le mieux rémunéré des parquets⁴³.

« Très vite, j'étais reconnu comme numéro deux du marché, parce que... bon ! il y a Le Chinois qui était numéro un et indétrônable. Même moi, je reconnais... Il était un cran au-dessus de moi. Donc moi, quelque part, mon objectif, je l'avais atteint. Parce que je pensais que Le Chinois était indétrônable, donc mon objectif était atteint quoi. J'avais fait ce que j'avais à faire. Et donc, j'avais été au bout de ce que je voulais faire » (négociateur puis Nip).

« Les 600 000 lots, c'est moi qui les traite, c'est pour ça que je dis tout seul. Bien sûr qu'il y a l'équipe derrière, mais je te parle en tant que commis je fais 600 000 lots tout seul. Pas de "colle" [perte], et je leur gagne 2000 tics en spielant⁴⁴ dans le mois. Sur le *pit*, j'étais pris pour un bon dieu... En tant que commis, en tant que négociation pure. Rapidité, exécution des ordres, capacité d'ingurgiter les ordres... C'est ça que je veux dire... » (Un négociateur devenu Nip qui lui-même a trois surnoms : Moustache, Beau Gosse, Rico).

Je viens d'entendre J. être appelé « Pagna ». On m'explique que ce surnom fait référence à *España* (Espagne) car J. est d'origine espagnole. Ce « négo » parmi les plus réputés est aussi appelé La Lime, car il est connu pour son excellence à « limer » les ordres c'est-à-dire à les exécuter à un cours meilleur que celui demandé par le client⁴⁵.

« [...] J'en ai trois [surnoms], moi ! J'ai droit au Vieux, L'Américain et Magnum. Et j'entends les trois régulièrement. Le Vieux, c'est à cause de mon âge, j'ai 42 ans, ici, c'est vieux. L'Américain, c'est parce qu'à une époque, sur le Pibor, je jouais avec des grosses quantités, donc on m'appelait L'Américain. Et Magnum... parce qu'en été j'ai toujours des chemises à fleurs, des chemises bariolées » (Nip).

Bien qu'elle s'exprime à travers des champs lexicaux divers, la renommée repose sur un nombre limité de compétences et de modes d'être qui recoupent les qualités demandées à tous. Aptitudes mentales et « morales » à manier et à mémoriser une grande quantité de chiffres, propension à « sentir » et à « anticiper » les mouvements du marché en sachant décrypter les comportements humains sur le *pit*, résister physiquement, être apte à canaliser puis à utiliser son agressivité, utiliser et assumer en permanence des relations exclusivement masculines. Ces dispositions et aptitudes se sont rivées à des valeurs comme l'éloge de la vitesse, de la performance, de la ruse, de la virilité, de la compétition et de l'affrontement ainsi que la

«promotion» d'une idéologie proclamée de la parole donnée et de «l'honneur» qui peut d'ailleurs cohabiter avec des transgressions ou des pratiques à la lisière des règles.

C'est l'articulation entre ces dispositions, ces compétences et cette idéologie locale qui produit des «figures» presque toutes dotées d'au moins un surnom (le plus souvent laudatif), et qui, dans leur majorité, sont désignées par plus d'un surnom.

À un premier niveau – le plus utilitariste – le fait d'être désigné par plusieurs surnoms peut être mis en relation avec le fait qu'on s'adresse plus fréquemment à ces «figures» qu'à d'autres intervenants dans la mesure où le volume des ordres de vente et d'achat qu'elles brassent en font des contreparties sollicitées. À un second niveau – nullement exclusif du premier – cette tendance à la «plurinomination» rappelle que, dans un univers où les relations sociales ne sont pas officiellement stratifiées sur un mode hiérarchique, émergent ce que les ethnologues ont appelé des *big men*⁴⁶ quand ils observaient certaines sociétés peu hiérarchisées et organisées sur un mode segmentaire et horizontal⁴⁷. Ce rapprochement – à différencier d'une transposition conceptuelle – veut seulement souligner la nécessaire existence de ces «figures» pour assurer une certaine cohésion et dynamique sociale dans le cadre d'une organisation horizontale, car ces «cadors», comme on les appelle également parfois, font office de modèles professionnels pour les autres membres du marché et incarnent, au quotidien, des valeurs qui participent de la construction informelle d'un ordre social local.

L'enquête a également permis de collecter un contre-exemple où un personnage pourtant réputé ne portait qu'un seul surnom : Dieu.

«C'était un vrai surnom de tous les jours. On l'appelait Dieu parce qu'il faisait la pluie et le beau temps sur le notionnel... C'était le caïd, C'était le négô, le premier négô... Ça a été le grand négô... [...] il sentait le marché, il jouait avec les gens, il influençait... les clients venaient le voir personnellement et lui... donnait des consignes... [...]. Ça a été le grand négô, quoi. Maintenant il y en a peut-être des meilleurs, mais c'est vrai qu'à l'époque c'était lui, Dieu, quoi. Tout le monde avait peur de lui. Matif avait peur de lui; c'était la référence. Il était très gros à cette époque, il faisait la pluie et le beau temps... » (négociateur).

La tonalité de ce surnom «historique» qui s'est fixé dans les mémoires est suffisamment singulière pour suffire à exprimer le charisme. Le contre-exemple ne l'est

46. Je remercie Josiane Massard d'avoir attiré mon attention sur cette possible analogie.

47. Voir Maurice Godelier, «Big Man», in Pierre Bonte et Michel Izard (éd.), *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*, Paris, Puf, 1991, p. 113 : «On devient *Big Man* par ses capacités à produire ou rassembler des richesses [...] pour les redistribuer avec une générosité calculée dans des échanges cérémoniels où individus et groupes entrent en compétition... [...] Ces fonctions exigent de grandes capacités oratoires et beaucoup d'habileté pour convaincre des dizaines d'hommes et de femmes de suivre un *Big Man* dans ses entreprises et d'y contribuer par une part de leur travail et de leur richesse.»

DOSSIER

Comment décrire les transactions

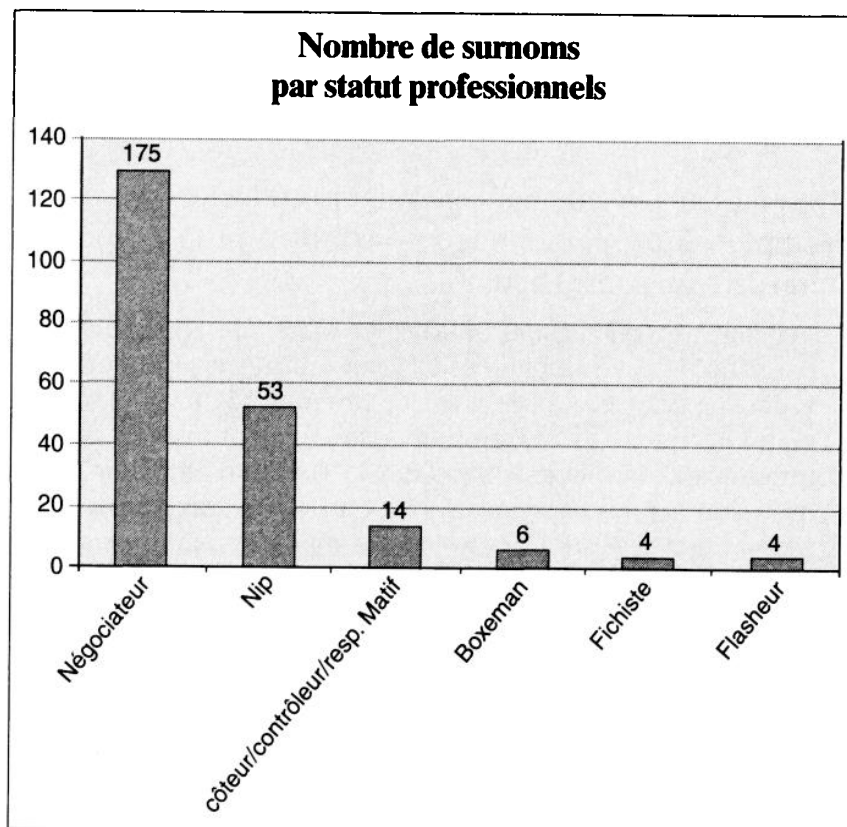
Jean-Pierre Hassoun
*Le surnom et ses usages
sur les marchés à la criée du Matif
Contrôle social,
fluidité relationnelle
et représentations collectives*

donc qu'à moitié puisqu'il souligne qualitativement l'importance attachée localement à la réputation. Nous pouvons en conclure à une corrélation entre la popularité et/ou le charisme (toujours associé au savoir-faire professionnel) et le nombre de surnoms attribué à une même personne. Cet aspect des choses n'est pas incompatible avec l'attribution de surnoms à des personnages secondaires ou mineurs, mais ceux-là, en règle générale, n'ont droit qu'à un seul surnom. Plus que le choix des surnoms eux-mêmes, c'est la « plurinomination » qui apparaît comme la variable la plus classificatoire⁴⁸ de ce corpus sans pour autant que la « classe » des « figures » – construite par les subjectivités locales – ne soit balisée par des critères officiels ou rigides.

Inégale distribution selon les fonctions et les statuts

On constate une inégale distribution de surnoms selon les postes de travail occupés (voir figure 2).

Les négociateurs, et plus encore les Nip, sont fortement dotés en surnoms alors que les fichistes ou les *boxemen* sont moins surnommés, tandis que les contrôleurs et coteurs salariés de Matif sont bien représentés au regard de leur nombre⁴⁹. On peut alors faire remarquer que les



48. Sur les fonctions générales du nom (identification, signification, classification), voir Claude Lévi-Strauss, *La pensée sauvage*, Paris, Plon, 1962, pp. 226-286.

49. Matif SA employait environ cinq cents salariés dont une centaine sur les parquets.

Figure 2 (n = 211)

fichistes, poste d'initiation occupé pendant au moins quelques mois par presque tout le monde, et les flasheurs sont les moins rémunérés. On peut également constater que fichistes, flasheurs et *boxemen* sont, dans la chaîne d'exécution, en position d'intermédiaire c'est-à-dire en retrait par rapport aux relations marchandes physiques et verbales qui se nouent en permanence sur le *pit* entre négociateurs et/ou Nip ; ces deux groupes étant le plus souvent surnommés. On peut enfin faire remarquer à propos des contrôleurs et coteurs de chez Matif SA, représentants de « la loi » sur les parquets (bien qu'ils soient perçus également comme des prestataires de services) qu'ils sont régulièrement l'objet de vanes moqueuses pouvant faciliter l'attribution d'un surnom non nécessairement dépréciatif.

Le surnom est donc nettement plus présent chez les acteurs (négociateurs et surtout Nip) qui sont impliqués dans les interactions directes bien que ce mode d'adresse ne soit pas systématiquement utilisé au moment crucial de l'identification de la contrepartie. Il est vrai qu'à ce moment-là, un coup d'œil, un hochement de tête ou un simple cri (le fameux « je prends » ou « j'ai » ou encore un simple « oui » murmuré ou hurlé) est souvent plus adéquat pour finaliser la relation marchande. Cette corrélation entre fréquence du surnom et implication dans les relations marchandes directes peut s'expliquer également par le fait que la marque distinctive du surnom permet une identification plus probable et plus rapide. D'ailleurs la fonction basique d'identification liée à la nomination⁵⁰ se retrouve dans ce microcosme social puisque l'absence d'homonymie entre surnoms n'est contredite que dans sept cas : Le Boucher⁵¹, Beef, La Vieille, Le Vieux, Robocop, Le Beauf⁵² ou Le Chauve qui se retrouve chacun attribué à deux ou trois personnes.

Si le surnom n'est évidemment ni nécessaire ni suffisant pour que les négociateurs et les Nip finalisent leurs relations marchandes, il participe par contre d'une meilleure interreconnaissance fondée tout à la fois sur l'ancienneté⁵³ et la renommée qui sont des facteurs propices à l'attribution d'un (ou de plusieurs) surnom(s). Cependant le nombre de transactions réalisées quotidiennement relativise ce résultat. Pour ne prendre qu'un exemple, sur le Notionnel, en 1997, une moyenne de 270019 lots avaient été échangés chaque jour ce qui représente plusieurs milliers d'interactions

50. C. Lévi-Strauss, *La Pensée...*, *op. cit.*

51. « Il négocie comme un boucher. Il partage pas ses lignes. Il a souvent des réflexions à cause de ça... et il rentre dans le lard à tout le monde pour placer ses ordres... »

52. Voir paragraphe ci-dessus : « Origine empirique d'un objet de recherche. »

53. Les négociateurs et les Nip sont effectivement les plus « anciens » sur les parquets.

DOSSIER

Comment décrire les transactions

Jean-Pierre Hassoun
*Le surnom et ses usages
sur les marchés à la criée du Matif
Contrôle social,
fluidité relationnelle
et représentations collectives*

marchandes⁵⁴. Ce chiffre veut seulement montrer que les transactions sont bien trop nombreuses pour être expliquées de façon univoque. L'interreconnaissance et la renommée auxquelles le surnom ne fait que participer n'est qu'une option parmi beaucoup d'autres comme par exemple la proximité spatiale sur le *pit* et, bien sûr, la rencontre entre l'offre et la demande comme fruit du hasard et des intérêts mutuels.

Imagerie professionnelle et références de génération

Si le surnom peut s'appréhender du point de vue de l'identification et des interactions qu'il facilite comme de la renommée qu'il fixe ou consolide, il se prête également à une approche plus compréhensive (voir encadré ci-dessous).

Par-delà ces quelques exemples, il suffit de se reporter à l'ensemble du corpus (voir annexe) et aux figures 3 et 4 pour constater tant la variété des motivations qui ont présidé à l'attribution de ces surnoms (8 types de motivation) que la forte dispersion des champs lexicaux (29 types) vers lesquels leurs auteurs se sont dirigés pour les verbaliser.

Si ce double résultat reflète une diversification des horizons culturels en milieu urbain par rapport aux sources d'inspiration du surnom beaucoup plus limitées constatées jusque-là en milieu rural, elle ne doit pas masquer la concentration sur trois types de motivations (le physique, le comportement professionnel, l'origine nationale, régionale ou ethnique) qui rassemblent environ

54. Sources : Matif SA statistiques.

55. Le *Bund* est l'équivalent allemand du Notionnel.

Pourquoi Scuderia ?

– Il est rapide comme une Ferrari et il est d'origine italienne, avec la veste rouge. C'est un Nip qui peut avoir trois ou quatre *spread* en pose, couvrir avec du *Bund*⁵⁵, du Notionnel, il est assez exceptionnel...

Flip ?

– Au début j'étais stressé... c'est resté.

Bourrin ?

– Parce qu'il négocie comme un Bourrin, il réfléchit pas et puis Bourrin c'est proche de son nom de famille.

Pamplemousse ?

– Il est blond. – Il boit tous les jours du jus de pamplemousse – Un jour après le foot on avait été prendre un pot et devant tout le monde qui

prenait une bière, il a dit : « Je bois pas d'alcool » ; il a pris un jus de pamplemousse, depuis on l'appelle Pamp ou Pamplemousse.

Darry Cowl ?

– Il a la tête et les lunettes.

Maître nageur ?

– C'est son ancienne profession.

L'Ingénieur ?

– Ici c'est un des plus diplômés et il vient de la table.

Le Professeur ?

– Il fait toujours la leçon sur la façon de négocier.

La Saucisse ?

– Il vient de Toulouse. »

80 % des surnoms collectés. On retrouve également une certaine concentration dans le choix du champ lexical où le monde animal, le corps, les références régionales, nationales ou ethniques et la «culture médias» (cinéma, télévision, dessins animés, sport) rassemblent environ 60 % des surnoms collectés avec près de 25 % pour les champs lexicaux regroupés par nous sous la catégorie «culture médias».

Ce classement succinct des aspects les plus subjectifs, proposé à partir du croisement de deux variables (motivation/champ lexical), ne permet pas de penser cette pratique comme un système. Tout au plus peut-on constater une régularité dans l'association au monde animal quand la motivation initiale d'attribution du surnom est le trait physique. Tout comme on peut constater, sur le plan formel, le recours fréquent à l'hyperbole et, quelquefois à la métonymie comme cela se faisait en milieu rural. Si l'esprit de système ne semble donc pas trouver prise sur ce corpus on peut plus positivement souligner qu'environ 30 % de ces surnoms trouvent leur motivation d'attribution dans la vie professionnelle. Outre tous ceux que nous avons déjà mentionnés au fil du texte, citons parmi bien d'autres: Skippie, La Tour de contrôle, La Malice, Pivert, Le Saisonnier, Formule 1, Bourrin, Le Président, Scuderia, Le Professeur ou Inspecteur Gadget (voir la liste en annexe pour les liens avec la vie professionnelle). Malgré un temps de vie relativement court (1986-1998), cet univers avait donc sécrété un jargon⁵⁶ et son argot dont les surnoms liés à la vie professionnelle sont un des reflets. Ils sont l'expression linguistique et spontanée d'un code professionnel bricolé sur le tas.

On peut enfin relever que les références nombreuses à la «culture médias» (télévision, cinéma, bandes dessinées, sport) dénotent des repères propres à une génération et indépendants des activités de marché comme par exemple: Jordan, Loïs (du feuilleton *Loïs et Clark*), Spoke (de la série *Star Trek*), D2 R2 (du film *La Guerre des étoiles*), Rainman (rôle célèbre de l'acteur américain Dustin Hoffman), Murphy (référence à l'acteur américain Eddy Murphy), Doc Gyneco (nom du chanteur de rap français), Arthur ou Dechavanne (les présentateurs de télévision) et bien d'autres (voir liste en annexe).

Bien que ces deux grandes catégories lexicales – pratique professionnelle et «culture médias» – participent toutes deux de représentations collectives, elles méritent d'être distinguées. Les premières sont plutôt des

56. Plus de 150 termes de jargon ont été collectés. Ils feront l'objet d'une publication spécifique.

DOSSIER

Comment décrire les transactions

Jean-Pierre Hassoun
*Le surnom et ses usages
 sur les marchés à la criée du Matif
 Contrôle social,
 fluidité relationnelle
 et représentations collectives*

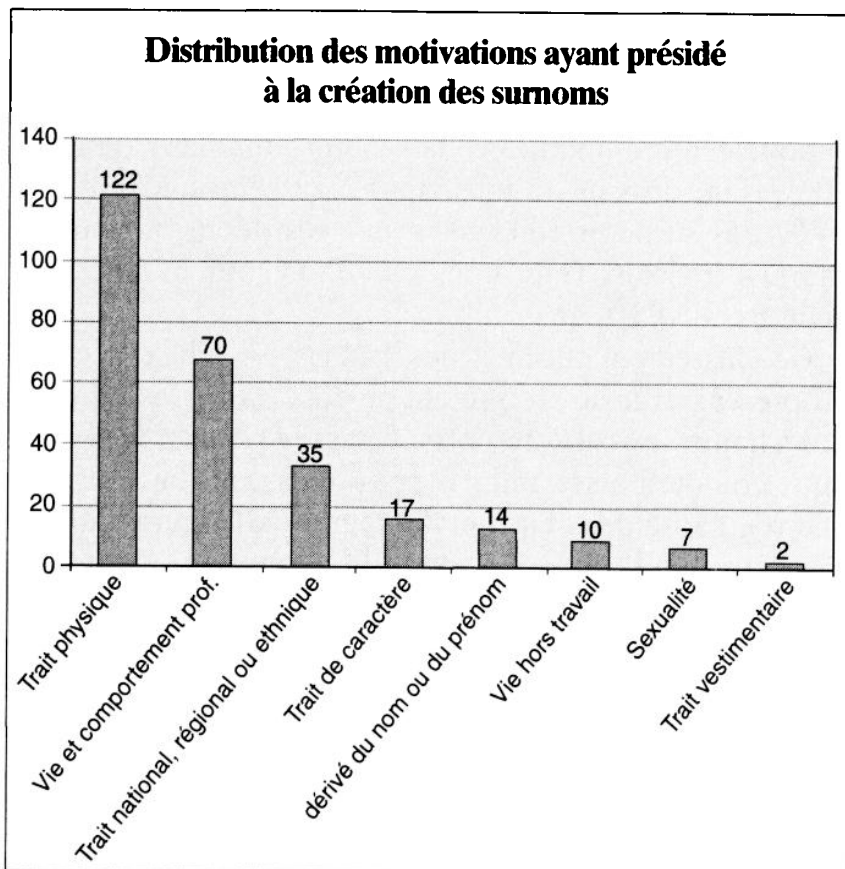


Figure 3 ($n = 277$). $n=269$, mais 7 surnoms ont une double motivation.

représentations collectives professionnelles (chaque surnom « image » une pratique), tandis que les secondes sont elles aussi des représentations collectives mais plus en prise avec un imaginaire social de génération (chaque surnom renvoie à une référence culturelle intelligible spontanément par tous). Il y a donc un éclatement des références avec cependant une double polarité sur les références professionnelles et les références culturelles propre à une classe d'âge à propos desquelles nous allons revenir en conclusion.

Du point de vue des références lexicales qu'il brasse, le surnom des marchés à la criée du Matif peut-il être considéré comme un des vecteurs d'une « culture de métier » au sens où l'entend Bernard Zarca⁵⁷ ? Dans les métiers du Matif, on retrouve l'importance de la gestuelle et du langage dont les surnoms sont une des aspérités, mais y retrouve-t-on la transmission réglée entre générations qui, pour B. Zarca, constitue un élément discriminant des « groupes de culture » ? En d'autres termes, cette pratique nominative et relationnelle, ainsi que les représentations collectives qu'elle exprime, ont-elles été transmises et s'inscrivent-elles dans une durée ?

57. B. Zarca, « Identité de métier et identité artisanale », *Revue française de sociologie*, vol. 29, n° 2, 1988, pp. 247-273.

Distribution des champs lexicaux auxquels les auteurs de surnoms ont eu recours

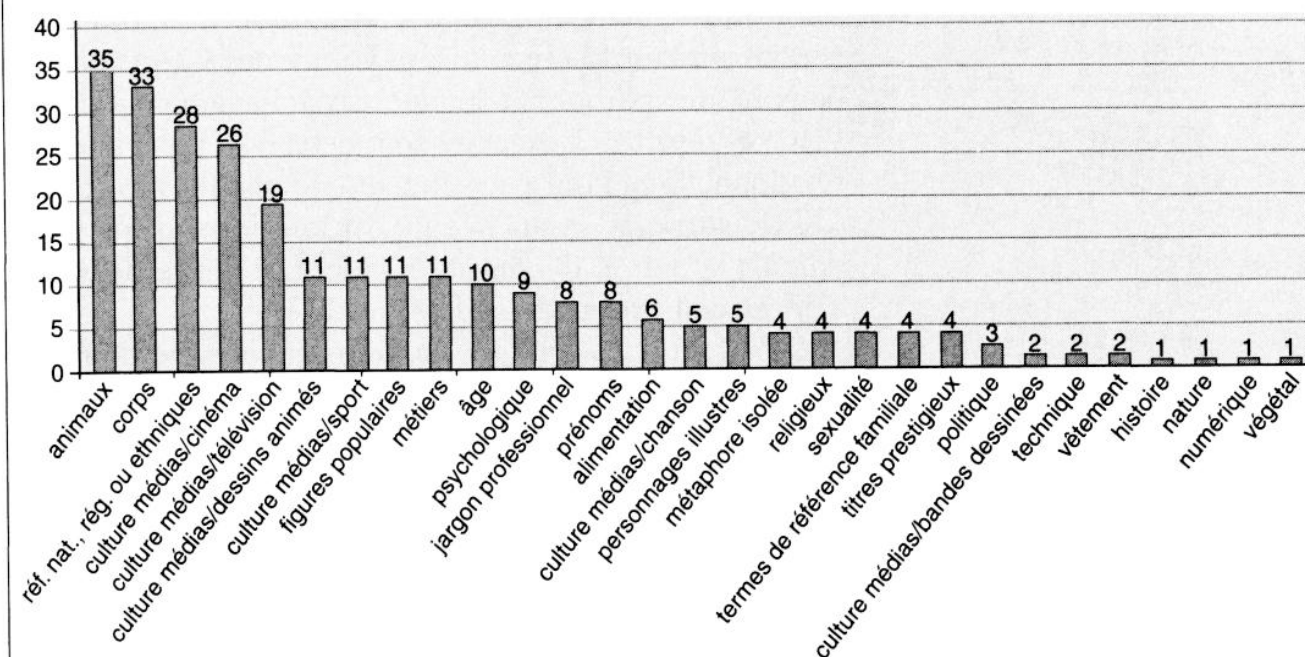


Figure 4 (n = 269)

Dans la Bourse plus que centenaire d'avant 1987, celle du marché des actions, des surnoms existaient également⁵⁸ sans que l'on puisse aujourd'hui apprécier avec précision leurs qualités et leur densité. Il est vrai que ces deux univers (le marché des actions et le Matif), bien que localisés dans des endroits distincts à l'intérieur du palais Brongniart, se sont côtoyés⁵⁹ entre février 1986 et le 21 janvier 1988 quand a disparu le dernier « groupe de crieur » du marché des actions. Il est vrai également qu'une dizaine de personnes sont passées des « groupes de crieur » du marché des actions aux produits dérivés du Matif et qu'ils ont nécessairement « fait passer » une peu des codes sociaux et culturels qui prévalaient dans l'univers des charges d'agent de change qui, elles, s'inscrivaient dans des cultures professionnelles transmises sur plusieurs générations⁶⁰. Cependant ces éléments sont trop minces pour parler d'une transmission d'un univers à l'autre et globalement les populations se sont totalement renouvelées avec le renouvellement des produits financiers. Par contre, il s'agissait bien dans les deux cas de marchés « à la crieur » qui ont produit des sociabilités de même nature même si leurs formes et leurs intensités ont varié en fonction des produits financiers négociés. La densité des

58. Le film *12 heures 30...*, *op. cit.*, fait état de cette pratique. Elle m'a également été confirmée lors d'entretiens avec d'anciens commis.

59. Pendant ces quelques mois, des tensions ont existé entre ces deux populations.

60. P. Verley, « Les sociétés d'agents de change... », *op. cit.*; J. de Bellot, *La chute d'un Agent de change...*, *op. cit.*

DOSSIER

Comment décrire les transactions

Jean-Pierre Hassoun
*Le surnom et ses usages
sur les marchés à la criée du Matif
Contrôle social,
fluidité relationnelle
et représentations collectives*

surnoms a-t-elle été plus forte dans le cas du Matif ? L'étude n'ayant pas été faite sur le marché des actions, on peut seulement supposer que la production de cours en « continu » (du matin au soir alors que le marché des actions limitait la rencontre physique des intervenants à deux heures par jour) combinée avec l'augmentation des volumes d'ordres à exécuter sont deux facteurs d'intensité relationnelle qui ont peut-être suscité une plus forte densité de surnoms. Mais la supposition ne vaut que pour pointer la notion d'intensité relationnelle et la proximité d'adresse qu'elle sous-tend.

Comme on le voit, la notion durkheimienne de représentations collectives doit donc être située dans une histoire locale. Celle-ci ne permet pas de parler de transmission entre deux univers ou entre générations, mais d'une certaine récurrence liée sans doute au fait que, dans les deux situations, les relations marchandes se devaient d'être fortement personnalisées ; à cause de leur inscription dans une durée institutionnelle dans le premier cas, à cause de la densité et de l'intensité des échanges marchands dans le deuxième cas.

Enfin, si les surnoms du Matif sont localement recevables, c'est-à-dire intelligibles par tous, l'adhésion sociale et émotionnelle qu'ils ont suscitée est-elle aussi stable que l'idiome et les valeurs d'une culture professionnelle qui, aurait bénéficié d'une antériorité plus grande et d'une codification plus systématique ? Si ce surnom peut facilement être qualifié d'expression subjective (il est l'invention d'un individu et s'applique à un autre individu), est-il également une forme d'expression collective reposant sur des représentations durablement partagées par un groupe d'individus sans lequel il n'existerait pas sociologiquement ? Cette question touche en fait au degré d'incorporation de ce type de représentations collectives. Toujours en relation avec l'histoire locale nous faisons l'hypothèse que ces représentations collectives sont relativement volatiles⁶¹ car nées dans un monde professionnel récent et spécifique, voire singulier ou unique⁶² dont l'histoire, dès sa genèse, est marquée du sceau de l'instabilité et de l'imprévisibilité tant à cause de la nature même de l'activité (les marchés financiers des années 1980 sont presque par définition instables, imprévisibles et soumis à des concurrences de Places) que par leurs conditions techniques d'existence et de disparition liées à des révolutions ou des sauts technologiques successifs (l'informatisation)⁶³. Pourtant, et là réside un paradoxe sociologique, l'entrée

61. Cette hypothèse a été confirmée par la relative faible trace mémorielle laissée par ces surnoms. Un ou deux ans après la fermeture de ces marchés, si les protagonistes se souviennent de ces surnoms et de leur signification à la lecture de leur liste, ils ont, par contre, des difficultés à se les remémorer spontanément.

62. Il n'y a guère qu'à Londres sur les *pits* du *London International Financial Futures Exchanges* (Liffe) ou sur les marchés de Chicago (*Chicago Mercantile Exchange*, CME, et *Chicago Board of Trade*, CBOT) que le même type d'univers a fonctionné. Une courte enquête à Londres a permis de constater que la pratique du surnom y avait également cours.

63. De manière plus générale, cette approche en terme de « volatilité » a été proposée à propos des postes de travail dans le secteur de la finance (voir O. Godechot, J.-P. Hassoun, F. Muniesa, « La volatilité des postes... », *op. cit.*). Nous tentons ici d'y réfléchir au niveau des relations sociales qui trament la quotidienneté de ces univers.

dans cet univers a requis une forte implication relationnelle qui n'a pu elle-même s'opérer sans un partage minimum de références et de valeurs. Tant au niveau des biographies individuelles qu'au niveau plus collectif de l'univers professionnel on peut ici parler de représentations qui, bien que volatiles et transitoires, n'en sont pas moins collectives.

* *
*

Au terme de cette recherche le surnom peut être envisagé comme un objet de recherche bicéphale. Considéré d'abord comme analyseur des « règles constitutives de l'interaction » locales (*constitutive interactions rules* dans le sens d'Harold Garfinkel⁶⁴), on a d'abord défini le surnom comme un surnom d'adresse (et de référence), laudatif ou dépréciatif, mais presque toujours d'usage libre à l'exception de quelques interactions hiérarchiques. Cette définition fait de ce type de surnom l'un des marqueurs d'un style relationnel de proximité où toute marque de distance est contre productive⁶⁵ et illustre une organisation plus horizontale que verticale. Nous avons enfin vu, qu'outre le chaînon optionnel d'une trame interactionnelle, le surnom – ou plutôt l'ensemble des surnoms accepté dans ce lieu – peut également être considéré comme un des reflets de représentations collectives volatiles et transitoires.

Essayons maintenant de mettre en relation ce double résultat avec le cadre interrogatif de départ.

On sait que la fonction principale d'un marché est de produire des prix et des valeurs dans le cadre de règles assurant l'égalité des acteurs et la transparence des prix. Dans le cas des marchés du Matif il s'agissait donc de produire en continu les valeurs de différents contrats à terme et de leurs nombreuses échéances. Cet impératif de production incite à considérer le marché également comme un lieu de travail et de production. Sous ce rapport les marchés du Matif ont conduit des équipes de négociation à absorber – on dit aussi « enquiller » ou « ingurgiter » – des volumes d'ordres qu'aucune « criée », en France, n'avait absorbé jusque-là. Tandis que les Nip ont assuré des volumes d'ordres qui, pour les années 1992-1997 et tous marchés confondus, ont atteint une moyenne de 13,42 % des volumes globaux soit 25201 lots échangés chaque jour⁶⁶. Cette part du marché par-delà son apport en *liquidité quantitative* (le rapport entre le volume d'ordre et le temps de négociation), représente

64. Harold Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, Cambridge, Politis Press, Blackwell Publishers Ltd., 1984.

65. Pour des situations de travail où la gestion des relations se pose en terme de distance *et* de proximité, voir Denis Guigo, « Les termes d'adresse dans un bureau parisien », *L'Homme*, n° 119, vol. 31, t. III, 1991, pp. 41-59.

66. Sources Matif SA statistiques (moyennes établies par l'auteur).

DOSSIER

Comment décrire les transactions

Jean-Pierre Hassoun
*Le surnom et ses usages
sur les marchés à la criée du Matif
Contrôle social,
fluidité relationnelle
et représentations collectives*

également une *liquidité qualitative* si nous entendons par ce terme le niveau de fluidité et de dynamisme des relations marchandes. Ces deux fonctions indispensables au développement des marchés ont eu pour vecteurs des millions d'interactions qui, bien sûr, ont produit également des litiges et des conflits que l'organisation technique et réglementaire a gérés et limités. Cependant, il faut noter que les cadres technique et réglementaire n'auraient pu à eux seuls assurer la liquidité relationnelle nécessaire à la mise en actes de la fameuse et obsédante liquidité du marché... aussi, les surnoms peuvent être considérés comme des microprocédures de contrôle et de régulation (ou des micro rites linguistiques d'interaction) dont une des fonctions est d'instaurer la proximité relationnelle et la fluidité sociale à condition de considérer cette pratique comme une des aspérités les plus ethno-graphiées de l'ensemble des normes relationnelles qui trament les interactions de ce lieu.

En ce sens, plutôt que de savoir si les facteurs sociaux – dont nous n'avons éclairé qu'un aspect dans le cadre de cet article – sont des « variables résiduelles » permettant de rendre compte des écarts entre faits observables et modèle théorique⁶⁷, on peut se demander si ces procédures, inventées par les acteurs eux-mêmes en dehors de l'organisation officielle du travail et du marché, ne sont pas des variables fonctionnelles plus que résiduelles sans pour autant être structurelles. Elles illustrent et réifient le rapport entre l'ordre de l'interaction et l'ordre social englobant suivant le schéma général proposé par Erving Goffman⁶⁸ ce qui, en d'autres mots (ou d'autres théories) illustre l'imbrication (d'aucuns diraient « l'encastrement », *embeddedness*⁶⁹) des activités économiques dans un ensemble de rapports sociaux et symboliques pour reprendre le modèle des « marchés multiples » proposé par V. Zelizer⁷⁰.

Cette double référence théorique permet, si ce n'est de véritablement relier les approches micro sociologique et macro sociologique, au moins de commencer à tirer des fils entre ces deux paradigmes qui se distinguent également par les outils méthodologiques mis en œuvre. En effet, si l'on veut encore détailler ses implications sociologiques intermédiaires, le surnom, dans ce contexte, peut être considéré comme la fixation (ou la coagulation si l'on compare la fluidité relationnelle à un flux sanguin vital) d'une « relation à plaisanteries » qui, à l'inverse de celles décrites par Alfred Reginald Radcliffe-Brown⁷¹, dans un tout autre

67. M.-F. Garcia,
« La construction sociale... », *op. cit.*

68. Erving Goffman,
« The order of interaction », *American Sociological Review*,
n° 48, 1983, pp. 1-17.

69. Mark Granovetter,
« Economic action and social structure :
the problem of embeddedness », *American Journal of Sociology*,
vol. 91, n° 3, 1985, pp. 481-510.

70. V. Zelizer,
« Repenser le marché... », *op. cit.*, p. 3.

71. Alfred Reginald Radcliffe-Brown,
« La parenté à plaisanteries »
(chap. IV), *Structure et fonctions
dans la société primitive*, Paris, Minuit,
1968, pp. 169-199.

contexte puisque familial, n'aurait pas pour fonction l'évitement de la relation directe dans le but d'écarter des conflits menaçant l'ordre relationnel local, mais au contraire, aurait pour fonction de provoquer et de fluidifier des interactions ce qui permettrait à ce monde social qu'est aussi un marché de fonctionner au moindre coût... social.

Enfin, pour répondre à la question de l'autonomie sociale et culturelle de ces populations doublement encadrées (règles marchandes et règles de l'organisation du travail) il faut souligner que ces marchés n'ont pas produit que prix, valeurs, contrôle, régulation et fluidité... Sur le mode mineur, ne peut-on également les penser comme des machines sociales qui ne seraient pas exclusivement guidées par un principe «ontologico-économique» mais auraient aussi partie liée avec des logiques secondaires ou adjacentes qui trameraient aussi bien les temps individuels que les temps collectifs? Certaines de ces logiques ne seraient pas distinctes de celle des «petits profits du travail salarié» dont parle Michel Bozon⁷² à propos de «la perruque» en milieu ouvrier⁷³. Les usages des surnoms sur les *pits* du Matif ne peuvent-ils être assimilés à une «perruque linguistique et symbolique»? N'ont-ils pas aussi permis aux acteurs – par le biais d'un humour organisationnellement et sociologiquement situé – de s'approprier partiellement et furtivement non pas des biens matériels mais des biens relationnels tout en leur conservant globalement et incidemment leurs finalités utilitaires⁷⁴?

72. Michel Bozon, « Les petits profits du travail salarié. Moments, produits et plaisirs dérobés », *Revue française de sociologie*, vol. 31, n° 1, 1990, pp. 101-127.

73. « La perruque » est un terme du jargon ouvrier qui désigne les pratiques consistant à détourner du temps, de l'outillage et des matières premières en vue d'une production personnelle.

74. Je remercie toutes les personnes qui ont bien voulu participer à cette enquête pour leur gentillesse et leur humour. Le chercheur, sans vraiment être surnommé de façon fixe, a souvent été appelé : « le sociologue », « l'anthropologue », « le fonctionnaire », « l'intellectuel », « le branleur », « le paléontologue ». Merci également à Bernard Geberowicz qui, au cours d'une partie de tennis, m'a demandé : « Pourquoi les anthropologues n'étudiaient pas la Bourse ? »

Annexe

LISTE DES SURNOMS

Une fois le « surnom » constitué en objet d'enquête spécifique, la collecte s'est effectuée de plusieurs façons. Sur les parquets, j'entendais parfois des surnoms utilisés en adresse. Dans les conversations informelles à la cafétéria, il m'est également arrivé d'entendre des surnoms en adresse ou en référence. C'est là que deux « auteurs » de surnoms – réputés comme tels – m'en communiquèrent plus d'une dizaine chacun. Enfin dans les entretiens formalisés j'ai assez vite posé de façon systématique des questions en rapport avec ce sujet : « Avez-vous un surnom ? », « Donnez-vous des surnoms ? », « Dans votre équipe qui porte un surnom ? », « Pourquoi ce surnom ? », « Comment cela est-il venu ? », « Se sert-on du surnom pour s'adresser à vous ? », etc. Puis, au fur et à mesure, j'entendais sur les parquets certains des surnoms dont on m'avait parlé dans les entretiens. Cependant, dans la mesure où l'usage du surnom n'est pas systématique (en adresse ou en référence) tous les surnoms collectés n'ont pas été entendus *in situ*. Enfin, une fois la liste ci-dessous établie, je l'ai faite relire par plusieurs informateurs qui avaient travaillé sur les marchés du Matif.

À propos des explications figurant en vis-à-vis de chaque surnom, j'ai privilégié ici les données fournies par des tierces personnes plutôt que par le surnommé (seulement dans onze cas ci-dessous), mais très souvent, il m'est arrivé de rencontrer le surnommé après qu'une autre personne m'ait fait part du surnom de ce dernier. C'était l'occasion de voir si l'explication du surnom était la même dans les deux cas. Les doubles explications sont fortement minoritaires (cinq cas ci-dessous). Mais l'origine d'un surnom peut parfois prêter à discussion.

Au moment des analyses, j'ai tenté d'introduire une variable de qualité (laudatif, dépréciatif, neutre, ambigu) avec l'idée de croiser cette variable avec le statut professionnel. Cependant, dans la mesure où les changements de fonction et de statut ont été fréquents, il est difficile de savoir à quel moment de chaque biographie professionnelle le surnom a été attribué. De plus, l'entrée dans un nouveau statut n'est jamais liée à l'attribution d'un surnom. Outre ces deux éléments relatifs à l'histoire locale, cette piste d'analyse a été rapidement abandonnée car l'appréciation de la qualité d'une part se prête trop facilement à des interprétations subjectives, et, d'autre part, est liée aux circonstances des interactions. Poser la question de la connotation positive ou négative de façon univoque n'est d'ailleurs pas pertinent car dans une interaction dialogique de ce type les interprétations peuvent différer entre les deux protagonistes en fonction de leur statut respectif mais aussi des circonstances de l'élocution, comme d'ailleurs peuvent différer les appréciations des spectateurs (le public) de l'interaction. De plus, le ton et le geste du locuteur – l'intentionnalité – sont également des variables polysémiques comme d'ailleurs pour n'importe quel terme d'adresse. Enfin la lecture groupée de ces surnoms par statut professionnel ne fait pas apparaître une tonalité qualitative qui serait monocorde.

Pour employer une terminologie goffmanienne, on peut dire que la pièce – ou la saynète – n'est jamais, a priori, complètement écrite. Cette restriction peut d'ailleurs être considérée en soi comme un résultat qui a orienté les résultats présentés dans cet article où le surnom a surtout été considéré comme un analyseur des relations sociales locales et, dans une moindre mesure, comme un révélateur des représentations collectives.

Adamo Ressemblance

Aldo « Le charmeur de ces dames,
un vieux Nip... »

Arthur « Il a la même tête qu'Arthur.
Il est Feu.j. »

Babouin « Il est Noir. »

Baffie « À cause du *Baffie show*. »

Baggio Dérivé du patronyme.
« Il s'appelait D. et il était fan
de foot... »

Balou	« Il fait ours. »	Brolyn	« Il ressemble au joueur de foot. »
Barbiche	« Il est barbu. »	Cachalot	« Il avait été voir des baleines... »
Batman	« Il est chauve et, avec son bouc, il ressemble à une chauve-souris. »	Caramel	Dérivé du patronyme.
Beau Gosse	« Il porte moustache. »	Calimero	« Il a une tête de poussin... C'est le petit poussin avec sa coquille d'œuf. »
Beef	« Ils m'appellent comme ça parce que je suis Anglais. »	Carcasse	« Il est maigre. Il ressemble à une carcasse. »
Belle Mèche	« À cause de ses cheveux. »	Casimir	« Il a un petit ventre comme Casimir. »
Benoîte la Reine du coït	« Son nom de famille c'est Benoit... »	Chapeau de paille	« J'avais les cheveux en l'air. »
Bensouson	« Il s'appelle... [déformation du patronyme] ; il est Feuj et comme ça, ça fait arabe... »	Chipolata	« Il est grand et long. »
Béru	« Hubert [son prénom] en verlan ça fait Béru. »	Christophe Dechavanne	« C'est plutôt dans le domaine de la déconnade, du genre on m'a beaucoup pris pour Christophe Dechavanne. »
Biactol	« Elle a la peau qui n'est pas parfaite... » [femme]	Cinkcas	« En verlan c'est "5 sacs", ça veut dire 50 francs parce qu'il a la tête de Saint-Exupéry sur les billets de 50 francs... »
Bimbo	« C'est une grande gueule. Tout le temps entrain de chambrer les autres. Un rigolo, un bimbolero. »	Cinquante-cinquante	« Il partage ses lignes, 50, 50, 50, et il se rappelle de tout... »
Birdy	« Une fois il a fait un saut à l'élastique et il ressemble au personnage... »	Confucius	« C'est le plus fort... »
Bitte en bois	« Il parle beaucoup de femmes... »	Cosette	« Au début il a éclaté en larmes parce qu'il ne comprenait rien, c'est resté. »
Blondin	« Il est blond. »	Couille de loup	« C'est une vieille histoire. Ses parents l'appelaient "Petit Loup". »
Bouboule	1. « Il se met facilement en colère, "en boule". » 2. « Il est assez rond. Poupon. »	Cousin Huron	« Il a pas de cheveux... »
Boubouche	« Il a l'air d'un nounours... » [Dérivé du patronyme].	Crockette	[Ressemblance] « Un des personnages de la série américaine <i>Deux flics à Miami</i> . »
Boucaque	« Il est Martiniquais ou Guadeloupéen. »	D2 R2	« Il est calculateur comme le robot du film <i>La Guerre des étoiles</i> . Il lui ressemble aussi... »
Boudu	« Il a la barbe comme Michel Simon dans <i>Boudu sauvé des eaux</i> . »	Danus	« Il s'appelle Daniel et il est pas très fute... Il est fute comme un anus. »
Boudugland	Déformation du patronyme.	Daphy Doc	« Il parle du nez. »
Bouffon noir	Déformation du patronyme.	Darry Cowl	Ressemblance.
Bougno	« Il ressemble au coureur cycliste italien... »	Deux de tension	« C'est pas le plus rapide... »
Bourrin	« Il négocie sans finesse, à la louche... »		
Bozo	« Il avait une bille de clown, toujours un sourire. Il a pas aimé. »		

DOSSIER

Didier	« Il paraît que je ressemble à Alain Chabat... »	Guismo	« Il a une mèche comme la crête du héros des Gremlins. »
Dieu	« C'est le plus fort... »	Has been	Dérivé du patronyme.
Dimeco	« Il ressemble au joueur de foot. »	Inspecteur Gadget	« Un contrôleur de Matif SA... »
Durty Harry	« Celui qui tire plus vite que son ombre... Après avoir vu le film, il était venu avec les mêmes bottes que Clint Eastwood... »	Jacques Pradel	« Il lui ressemble. »
Docteur Gynéco	« Il est Black et il lui ressemble. »	James	« Je m'appelle D., mais on m'a tout de suite changé de nom... »
Doudou	« Le flasheur c'est un peu le tampon entre le négo et le <i>boxman</i> ... Il a un côté gentil, la doudou de tout le monde... »	Jani Longo	« Il a des grosses cuisses comme la coureur cycliste, championne du monde de vitesse. »
Doudoune	« Il est Martiniquais et il fait un petit peu ours. »	Jardiland	« Il est tout petit. »
Dracula	« Il avait une gueule comme on dit... »	Jean pine	« Il s'appelle Jean-Pierre, et à chaque fois que je faisais un <i>deal</i> , il me niquait. »
Duncan	Le feuilleton <i>X File</i> [ressemblance].	Jésus	« Par rapport à celui qui s'appelait Dieu... »
Dumbo	« À cause des oreilles... »	Joli Cœur	« C'est mon côté charmeur. Mais c'est connu de deux ou trois personnes, c'est pas vraiment un surnom. »
ET	« Il est tellement fort... c'est un extra terrestre. »	Jordan	« Je m'étais rasé les cheveux... »
Fantomas	« Il est grand, fin émacié... »	Jordie	« Son air d'enfant... »
Flicard	« Il est fils de flic... »	Klauss	« Il fait teuton. »
Flip	« Un inquiet, toujours stressé... »	Krau	« À cause des cheveux longs; Krau c'est le père de Raam. »
Formule 1	« C'est le plus rapide sur le Pibor... »	L'Abbé	« Il a une dégaine d'abbé, la coupe courte, une mentalité caustique. »
Frère de cheveux	« Dénommé ainsi par un Nip qui lui-même est chauve. »	L'Acarien	« Il est tout petit. »
Grand crâne	« Il a pas beaucoup de cheveux... »	L'Alcoolique	« À cause de la boisson... »
Grand jaune	« Il est grand et il travaille avec une veste jaune. »	L'Américain	« Avant je faisais des grosses lignes... »
Grand Steak	« Il est long et maigre. »	L'Arabe	« Il est Arabe... »
Gros Blaze	« Son nez... »	L'Émir	« C'est un caïd. »
Gros Sac	« Il est très gros. Il fait pas de peine... »	L'Ingénieur	« Il a fait Dauphine... »
Gros Willy (Will)	« Il s'appelait William, il était gros. »	L'Intellectuel	« Dans les premières années je n'arrivais pas à canaliser mon stress, j'étais assez <i>speed</i> , on m'a appelé l'intellectuel. »
Grosses Pattes	« À cause de ses pattes [cheveux]. »	L'Original	« Il ressemble à un Québécois. »
Guignol	« Il est tout le temps en train de se marrer avec tout le monde... »	La Baleine	« Il est imposant. »

La Bretagne	« Il est Breton, c'est banal... »
La Cagoule	« Un ancien catcheur... »
La Cigogne	« Il est long comme une cigogne. »
La Couleuvre	« On le voit pas venir [sur le marché]. »
La Fiotte	« Il est homosexuel, mais c'est amical... »
La Fontaine	« Dans ses premiers jours, il a éclaté en larmes devant la pression, mais il est toujours là depuis sept ou huit ans. »
La Griffes	« À cause de son attitude agressive sur le marché. »
La Licorne	« Son visage... »
La Lime	« Il améliore ses ordres... »
La Malice	« C'est le flasheur qui a le plus de vice dans son <i>flash</i> . »
La Mangouste	« Il est très rapide et il arrive effectivement à très bien masquer ses ordres. »
La Pleureuse	« Jamais content... Tout le temps entrain de pleurnicher... »
La Pomme	Dérivé du patronyme.
La Rousse	« Elle avait les cheveux de la même couleur que Mylène Farmer... » [femme].
La Saucisse	« Il aime Toulouse, je crois qu'il est de Toulouse. » « Il est grand... »
La Scuderia	« Il est rapide comme une Ferrari... »
La Sœur de Richard	« Il a pas de sœur. »
La Tirelire	« Il a une cicatrice sur le crâne. »
La Tour de contrôle	« Il voit tout... »
La Truie	« Je vais te faire couiner comme la truie » [voir le film <i>Délivrance</i>].
La Vieille	« Elle était un peu vieille » [femme].
La Vieille	« Le plus vieux du <i>pit</i> , quarante-huit ans. »

Lardu/Le Lardu	« On le chambrait sur l'armée. C'est un ancien militaire. Il a les cheveux courts, toujours impeccable... » « Un esprit militaire... très droit. »
Le Beauf	« Son beauf l'a fait rentrer sur le marché. »
Le Beauf	« Il a fait rentrer son beauf sur le marché. »
Le Beef	« Les Anglo-Saxons, on a toujours le même réflexe de les appeler les <i>Beef</i> , on a peu de respect pour les Anglo-Saxons. » « Beef, parce que pour eux le cheval c'est sacré, ils ne mangent jamais de cheval c'est comme les vaches chez les Masai. »
Le Boucher	« Il négocie comme un boucher... »
Le Boucher	« Il négocie comme un bourrin. »
Le Bougnat	« Il est Auvergnat. »
La Brésilienne	« Sa copine est Brésilienne. »
Le Brésilien	« Sa copine est Brésilienne »
Le Bûcheron	« Il est Canadien et il racontait qu'il avait fait le bûcheron. »
Le Canadien	« Je suis du Québec, alors... »
Le Chat	« Il retombe toujours sur ses pieds. » « Il a des yeux et une tête de chat. »
Le Chauve	« Il est chauve. »
Le Chauve	« Il est chauve. »
Le Chevelu	« Il a les cheveux très longs. »
Le Chilien	« Il vient du Chili. »
Le Chinois	« Il est Chinois... »
Le Collabo	« Il a un côté "flic", je crois qu'il était flic ou militaire avant... »
Le Corse	« Il est Corse. »
Le Dinosaur	« C'est un vieux du <i>pit</i> . »
Le Forain	« Un bonimenteur... »
Le Gaulois	« Il est tout fou, il fait comme il veut, il est gueulard... »
Le Gendarme de Saint-Tropez	1) « Il se sent souvent lésé alors on l'appelle le gendarme. » – 2) « Il possède un hôtel à Saint-Tropez. »

DOSSIER

	3) « Il a le physique de Louis de Funès en plus maigre. »	Les Barreaux	« Il négocie par cent lignes [une ligne = un barreau]. »
Le Gitan	« C'est un fêtard, il a une allure de Gitan. » « Il habite M. et là-bas il y a plein de Gitans. »	Linda	« Il s'appelle R. [un nom portugais] et donc c'est un prénom portugais, Linda de Souza... »
Le Gros	« Il est gros. »	Livio Futures	« Il s'appelle Livio et c'est le plus fort du Pibor... » [futures: terme qui désignent certains produits financiers; voir note 4].
Le Hongrois	« Il vient de Hongrie. »	Loïs	« Il s'appelle Loïc mais c'est aussi pour <i>Loïs et Clark</i> » [voir <i>Superman</i>]
Le Libanais	« Je suis Libanais... »	Magnum	« En été je porte des chemises à fleurs [héros d'une série américaine]. »
Le Maître-nageur	« C'est son ancienne profession. »	Mandarin	« C'est le plus fort... »
Le Moineau	Dérivé du patronyme et « Il a une tête de moineau... »	Marco	Dérivé métonymique du patronyme.
Le Mulot	« Il est toujours endormi. Il a une tête de mulot. »	Marie-Thérèse	« Pour désigner J., une femme qui est devenue Nip... et qui ne s'appelle pas Marie-Thérèse » [femme].
Le Nem	« Il est Chinois, on l'appelle comme ça mais faut pas lui dire... »	Marius	« C'était un surnom pour jouer aux cartes, à la cafétéria. Sur le <i>pit</i> on ne m'appelle pas comme ça... »
Le P'tit gros	« C'était pas péjoratif, au contraire, c'était une façon de montrer notre amitié... »	Maurice Biraud	« Il lui ressemble. »
Le Papet	« À partir d'une déformation de son nom de famille. »	Messe	« À cause du film <i>Il était une fois l'Amérique</i> , le petit héros; genre "je viens d'un quartier difficile". »
Le Président ou Président	« Le président de l'Association des Nip. »	Michou	« Il s'appelle Michel mais il a une tendance homosexuelle... en référence à la boîte "Chez Michou". »
Le Professeur	« Il fait toujours la leçon sur les façons de négocier. »	Mike Jaegger	« Il a une tronche élastique. Peigné dans tous les sens. »
Le Requin	« Un contrôleur de Matif SA... »	Mille	« Dans ses premiers jours il avait eu une "colle" [perte] de mille lots. »
Le Rouquin	« Un rouquin. »	Majuscule	« Il porte le même prénom que moi. Je me retournais quand on l'appelait... Alors j'ai dit: "lui c'est Minuscule et moi c'est Majuscule". »
Le Roi lion	« Son caractère imposant sur le marché... »	Minuscule	« Il porte le même prénom que moi. Je me retournais quand on l'appelait... »
Le Roumain	« Il est Roumain. »		
Le Saisonnier	« Il vient quand il veut... »		
Le Serbe	« Il est Serbe. »		
Le Tampon	« À cause de sa fonction de président de l'Association des Nip. »		
Le Terroriste	« C'est parce qu'il est Corse... »		
Le Troll	« Il a une tête de troll [scandinave] »		
Le Vieux	« Il est vieux... »		
Le Vieux	« À cause de mon âge, j'ai quarante-deux ans, ici c'est vieux. »		
Le Virus	« Il a des boutons, des allergies. »		
Le Voleur de poules	« C'est un vieux de la vieille... un suiveur. »		

Minux	1) « Il aime les courses... comme Guy Lux. » 2) « Il est tout petit... »
Monsieur Bronze	Dérivé métonymique du patronyme.
Monsieur le prince	« Il nous respecte alors qu'il aurait des raisons familiales de nous marcher sur la gueule. »
Monsieur Reuter	« Sa boîte est très célèbre sur les marchés... et il est le chef d'équipe. »
Moogli	« À cause des cheveux et il est passionné par la Guyane. »
Moule frite	Dérivé du prénom.
Moulinex	Dérivé du patronyme.
Mousaillon	« Le petit jeune. »
Mousse	1) « Mon prénom c'est Mustapha. On m'appelle comme ça à la maison, depuis tout petit. » 2) « Sur le <i>pit</i> j'étais très jeune... »
Moustache	« Il porte moustache. »
Moustique	« Il est partout sur le <i>pit</i> ... »
Murphy	« Son prénom c'est Eddy... il est Black. »
Naguy	« Ma façon d'être excentrique. »
Napoléon	« Il est petit, brun et il est chef à la Générale » [la Société Générale].
Navaro	Dérivé du patronyme.
Négo 2000	« Un surnom passe partout. »
Neneuil	Dérivé métonymique du patronyme.
Nez de bronze	« Il a un nez particulier, il s'appelle D., il est un peu israéliite. »
Noël	« Il a une coupe en arbre de Noël. »
Nouache	Chinois en verlan.
Octobre rouge	« Il fait tout en sous-main. C'est la révolution sur le marché. »
Ortega	« Il ressemblait beaucoup à Ortega, l'ancien président du Nicaragua. »

Ouin ouin	« Il a du mal à prononcer. Il a eu un bec de lièvre. » [Personnage de dessin animé qui parle pas très bien.]
Paco	« Il s'appelle L. [un prénom français], mais il a l'air d'un Mexicain. »
Pagna	[De <i>Spagna</i> , Espagne] « il est d'origine espagnole. »
Pamplemousse (ou Pamp)	1) « Il est blond » 2) « Il boit tous les jours du jus de pamplemousse. »
Papa	« Il est pas tout jeune. »
Papet	« Il a un côté patriarche, il est gentil avec tout le monde, il travaille un peu de façon cool ; c'est l'ancien d'ici. »
Papy Boington	« Le héros d'une série américaine <i>Les Têtes brûlées</i> . »
Pascal Duquesne	« Le mongolien... » [voir le film <i>Le huitième jour</i>].
Pete Sampras	« Il lui ressemble et puis il est sur le <i>pit</i> ... »
Petit Poulet	« Il a une tête de poulet. »
Petit Roquet	« Un contrôleur de chez Matif... »
Pine de loup	« Il pense qu'à ça... »
Pinochet	« Il est un peu flic. Je crois qu'il était flic avant. »
Pinot simple flic	« Un contrôleur de chez Matif. »
Pivert	« Au début je négociais en bougeant la tête comme un pivert devant ma fiche. »
Platoche	« Il ressemble à Platini. »
Play mobile	« Un petit homme tout droit avec sa coupe de cheveux. »
Poupon	« Mon air d'enfant... »
Prof	« Petites lunettes, un peu chauve... »
Raam	« À cause des cheveux longs ; Raam c'est le fils de Krau. »
Rabière	Dérivé hispanisant à partir du patronyme et du prénom.

DOSSIER

Rachid	Dérivé du prénom « Richard ».	Suzy Wan	« Il est chinois. »
Rainman	« Le héros "attardé" du film avec Dustin Hoffman. »	Tabata	« Elle ressemble à la fille dans <i>Ma sorcière bien aimée</i> [femme]. »
Ramirez	Dérivé du prénom.	Tarzan	« Les cheveux et le profil... »
Renard	« Il est malin dans la négociation, toujours à l'affût. »	Tatie Danielle	« Il s'appelle Daniel... »
Rico Junior	« Le frère de celui qui s'appelle Rico. »	Tête de piaf	« Il a une petite tête avec des lunettes rondes. »
Robert Hue	Ressemblance.	The Brain	« C'est le contraire de son état... »
Robin des bois	Dérivé du patronyme.	Thérèse	« Thérèse signifie treize. On l'utilise parfois sur le <i>pit</i> pour dire treize. »
Robinet	Dérivé du patronyme.	Tong	« Il est Chinois, on l'appelle comme ça, mais faut pas lui dire... »
Robocop	« Il est grand, bien droit. Il casse souvent les <i>deals</i> ... » [contrôleur Matif SA].	Tonton fesseur	« À cause des <i>Tontons flingueurs</i> . »
Robocop	« Il négocie comme un robot. Ses gestes sont saccadés. Il est moins désordonné que les autres. »	Tonton	« Un Nip qui vient de la vieille Bourse, plus âgé, environ cinquante ans. »
Sabatier	« Le présentateur de télé » [ressemblance physique].	Topalov	Ressemblance.
Sam Casey	« En rapport avec le feuilleton <i>L'Homme invisible</i> . On le voit pas, il traite en sous-main. »	Tos	« Portos... Il est Portugais. »
Scarabée	« Sur le <i>pit</i> , il prend vite les ordres, à droite, à gauche. »	Toto	« Il a une tête de Toto. Un petit personnage » [dérivé du prénom].
Sébastien	« Il a une tronche de présentateur à la télé. »	Triple Chien	« Il est trapu comme un chien. »
Simba	« Son caractère imposant sur le marché... »	Vergelire	Dérivé du patronyme.
Simpson	« Personnage de dessin animé sur la 4 » [ressemblance].	Vergemolle	Dérivé du patronyme.
Skippie	« C'est un kangourou, je suis petit, au début j'étais hargneux alors je sautais, j'arrivais à être à soixante centimètres du sol et je touchais des lots comme ça... »	Vidock	Ressemblance à cause des pattes [cheveux].
Small (ou Le Small)	« Dans la même équipe, il y avait quatre Stéphane alors, pour faire la différence, il y avait : Le Grand Steack, Stéphane, Le Papet et Le Small, le plus petit. »	William Sheller	« Comme le chanteur, il a des airs... »
Spoke	« À cause de ses oreilles... » [voir la série télévisée <i>Star Trek</i>].	Willow	« Le personnage du dessin animé avec les souris... »
Sunshine	Dérivé du patronyme.	Yasbond	« C'est un contrôleur de chez Matif, mais il sait garder sa langue. »
		Yoyo	« De temps en temps, il fait du yoyo ; il vend, il achète sans gagner ni perdre. »
		Zarak	« C'est un ancien lutteur et Zarak était lutteur ou catcheur, je sais plus... »
		Zébulon	« Il a la tête de Zébulon. »