

# Une somme sur la consommation

*Hubert Bonin*

---

**Mêlant toutes les formes d’approches historiques – économique, sociale, entrepreneuriale, mentale –, J.-C. Daumas consacre une fresque à la perception immatérielle des objets de consommation.**

---

À propos de : Jean-Claude Daumas, *La révolution matérielle. Une histoire de la consommation. France, XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècles*. 594 p., 26 €.

L'évolution des modes de consommation est un prisme privilégié pour étudier les profonds changements d'une société au cours du temps. Et l'actualité d'un tel sujet n'est pas à démontrer, à l'heure où l'on s'interroge sur la soutenabilité de notre façon de consommer et où les associations de consommateurs jouissent d'un poids politique et médiatique non négligeable, à même d'influencer la régulation et les stratégies des entreprises. L'ouvrage foisonnant, mais bien structuré de Jean-Claude Daumas – spécialiste d'histoire des entreprises – sur la révolution de la consommation adopte principalement une perspective d'histoire économique. Il se situe toutefois à l'entrecroisement de plusieurs champs d'études (histoire de la société, des mentalités sociétales, du mode de vie), ce qui fait sa richesse, attestée par l'ampleur de la bibliographie. Des fouilles profondes dans des centaines de publications déjà anciennes – des historiens aux sociologues (p. 558-561) –, et leur actualisation par les textes des années 1990-2000 ou les ouvrages consacrés à l'histoire d'un produit (machine à laver, fromage, etc.) ou des réseaux de distribution, exhument un nombre impressionnant de références.

Cette aventure éditoriale permet à l'auteur, qui a bénéficié d'un soutien de l'Institut universitaire de France pour mener à bien ses investigations, de nous offrir

une véritable somme ! Celle-ci se déploie selon un plan chronologique en une demi-douzaine de périodes successives ; mais, loin de se cantonner dans un récit analytique, le parcours est suspendu de temps à autre afin d'effectuer de mini-synthèses problématisantes qui susciteront la réflexion (le « rêve américain », l'adéquation entre la demande et la croissance industrielle, etc.).

## **Une histoire plurielle**

Le livre fait s'entrecroiser, pour chaque période, l'histoire économique (consommation, niveaux de vie), l'histoire sociale (sociologie, inégalités), l'histoire d'entreprise (sociétés de distribution, de production de biens de consommation), l'histoire des mentalités collectives et des distorsions cognitives par rapport à la perception immatérielle des objets à consommer. C'est une histoire « totale », au rythme des cycles de progrès de la consommation et de la croissance de la production et de la distribution des objets et services utilisés par les ménages.

Les enjeux de la société de consommation constituent un levier de réflexion d'une finesse séduisante, car sont passées au tamis les communautés et classes sociales, des campagnes à la ville. Tous les territoires sont concernés par cette aspiration au « mieux-vivre », en luttant contre les difficultés du quotidien (alimentation, habillement, hygiène et santé, etc.). J.-C. Daumas jauge l'évolution de la consommation alimentaire, en fonction des positions sociales et du progrès industriel ; il évalue la densité et la diffusion de la consommation d'objets (habillement, de la fripe à la confection pour le peuple, etc.) ; il mesure les progrès de l'équipement du foyer et de la taille et de la configuration des logements, de la terre battue chez certains villageois aux appartements « de standing » des années 1960-1980.

## **De l'objet à sa représentation**

L'histoire de cette révolution « matérielle » se concentre inévitablement sur l'équipement des ménages. *Les choses* de Georges Perec (1965) est évoqué comme modèle du tournant qui met « l'objet » et le « monde des choses » au centre de la vie moderne. Le nombre d'objets, leur rôle, leur attractivité, constituent des enjeux essentiels, tant pour la dynamique de la demande que pour le mouvement du niveau

de vie. Leur nécessité s'impose d'abord puisque les foyers pauvres se dotent des outils minimums permettant d'échapper à la misère, en particulier pour le coucher ou la toilette. Mais la « représentation » des objets (comme à propos du mobilier ou de décoration d'intérieur, avec la construction d'échelles de confort) sous-tend également une histoire des aspects « immatériels de l'objet. Celle-ci est porteuse de réflexions sur la sociologie de la consommation et la construction de l'identité des groupes sociaux en mal de différenciation ou de mimétisme. Au fil des analyses de l'auteur surgissent ainsi nombre de journaux de mode, de catalogues de grands magasins ou de vendeurs par correspondance, de publicités, de manuels de savoir-vivre qui ont contribué à cette construction, tandis qu'un symbole s'impose avec le premier Salon des arts ménagers en 1923.

Le manque de place dans un ouvrage déjà long explique sans doute que l'histoire des rapports des individus à la mode soit laissée de côté, alors que ce thème est devenu un vaste champ d'étude chez les historiens. Le luxe, les supports de diffusion des « envies » de mode, à travers les messages publicitaires et les magazines élitaires (*Vogue*) ou populaires (*Elle*, *Marie-Claire*), mais aussi des pratiques de la mode, par le biais de la couture à domicile, d'où le rôle des « patrons » proposés par les magazines *Modes et travaux* ou *L'Écho de la mode* auraient pu trouver leur place dans l'ouvrage. La construction de l'identité personnelle et sociale a été un puissant levier de l'évolution de la consommation, et l'auteur aurait pu utiliser aussi nombre de romans (voire des romans-photos, comme ceux de *Nous-Deux*) pour illustrer ce point qui ne se limite sans doute pas à la mode.

## Du survivre au bien-être

J.-C. Daumas a en partie laissé de côté les aspirations des femmes et des hommes à ce que l'on pourrait qualifier de « vivre et survivre », pour se concentrer surtout sur la jouissance matérielle fournie par la consommation. Le taux de mortalité infantile (élevé jusqu'aux années 1890), les inégalités dans l'espérance démographique ou dans l'accès à la santé, l'insalubrité dans le cercle de vie immédiat, sont autant de signes d'un moindre accès au « progrès » et d'une « sous-consommation » d'hygiène et de santé. Aussi la révolution matérielle touchant les individus dans leur corps, a constitué un enjeu clé : que l'on pense au courant « hygiéniste » du tournant du XX<sup>e</sup> siècle. Les enseignements ménagers ont joué un rôle dans la tenue de la maison par les femmes

(au foyer ou non) ou les domestiques : le livre fournit plusieurs analyses de cette éducation genrée, alimentée par nombre de petits manuels d'organisation du foyer.

L'âpreté des conditions de « survie » et les difficultés d'accès à une consommation « normale » sont présentes à plusieurs moments dans l'ouvrage. Mais, par exemple, l'histoire du rationnement des trois époques de guerre et d'occupation (partielle ou totale) n'apparaît guère : une réédition pourrait lui consacrer un chapitre synthétique. Plus en profondeur, le rôle de la distribution informelle manque peut-être de précisions : les marchés « gris » entretenus par les marchands itinérants depuis des siècles (étudiés par Laurence Fontaine : *Le marché, Histoire et usages d'une conquête sociale*, Paris, Gallimard, « NRF Essais », 2014) et l'ensemble des marchés et foires auraient mérité des développements : le « bon marché » était accessible, avec même une sous-économie faite de récupération des objets par les groupes de « biffins » du XIX<sup>e</sup> siècle et les réseaux religieux ou philanthropiques, malheureusement remis à l'ordre du jour depuis quelques décennies.

La consommation collective en fait partie, par le biais des équipements de traitement de l'eau et des déchets, et surtout par l'aménagement des immeubles urbains ou des fermes, au fur et à mesure du progrès et de la diffusion des réseaux de services ou des (bonnes) habitudes d'hygiène. Le livre ne peut qu'évoquer succinctement l'aspect déterminant de la révolution immobilière : le remplacement des logements insalubres par des immeubles neufs et « modernes » a été sans cesse un objectif philanthropique ou civique (HBM, HLM, cités ouvrières, dans le cadre du paternalisme patronal ou non), mais aussi un enjeu sanitaire, comme lors de la lutte contre la tuberculose.

J.-C. Daumas reconstitue, avec précision et grâce à des comparaisons transatlantiques, la diffusion de modèles de consommation de masse tout au long du XX<sup>e</sup> siècle. Il intègre l'histoire industrielle des biens de consommation et d'équipement des ménages – bien qu'il ait négligé, malgré quelques apparitions fugaces, l'histoire du crédit à la consommation et au logement.

## **La consommation du temps**

Un champ d'étude fort « immatériel », le rapport au temps, aurait pu constituer une thématique beaucoup plus approfondie. Le travailleur « de base » dispose de peu

de temps de repos et de loisir, pendant fort longtemps, et tous les débats politiques tournant autour de la durée du travail symbolisent l'acuité de la question (journée de huit heures ; repos hebdomadaire, semaine de 40h, de 39 h puis de 35 h). Des patrons et moralistes sont allés jusqu'à se demander ce que le salarié pourrait faire de ce temps libre, au-delà de l'alcoolisme, avant que s'affirment les loisirs de masse « sains » (musique et cinéma, sport, voire culture).

Les classes moyennes associent (souvent) culture, sport, loisirs collectifs et temps libre ; et, au-delà des dirigeants eux-mêmes, absorbés par leurs responsabilités, les classes supérieures doivent déterminer comment gérer un temps encore plus libéré par le rôle de la domesticité. Ce rapport au temps, sur un tout autre registre, concerne aussi la vie elle-même : les consommateurs dépendent en effet pendant des demi-siècles de leur faible espérance de vie (mortalité infantile, en couches ; épidémies, « consommation » de virus, accidents et maladies du travail, etc.).

L'analyse des loisirs est récurrente, mais la question du rythme – thème à la mode une fois que le concept d'« aliénation » a pris corps – et de la densité du temps de vie (durée du travail, repos hebdomadaire, etc.) n'est guère abordée. Les effets des révolutions ferroviaire et automobile sont pris en compte de manière classique dans l'ouvrage : les bourgeoisies se sont lancées dans une révolution des loisirs côtiers avant que les masses viennent profiter de leurs « congés payés ».

## **Des modes de consommation aux modèles de consommation**

Chacun sait comment ont circulé des modes de consommation entre aires de production ou de modes de vie. Pomme de terre, chocolat, thé et café l'ont symbolisé au tournant du XIX<sup>e</sup> siècle, avant la pizza nord-américaine et italienne tout à la fois, et même quelque drogue marocaine... Des produits régionaux ont accédé à une consommation nationale, puis ont récupéré leurs spécificités au nom de l'identité de terroir, des appellations d'origine ou des circuits courts de consommation. J.-C. Daumas n'a pu manquer par conséquent de rappeler la cristallisation du « modèle américain », dès les années 1900-1920 (automobile, cinéma), mais surtout après la Seconde Guerre mondiale. Mais son livre manque de matériau (faute de place, là encore) quant à cette « transnationalisation » des modèles de consommation.

Marie-Emmanuelle Chessel s'est faite la spécialiste française de ces processus d'imitation transocéaniques grâce à la création d'un « espace transnational de la société de consommation » (en anglais : *affluent society*) à travers les siècles, avec comme l'un des points culminants les appareils ménagers, avec la révolution du réfrigérateur puis de la machine à laver, posée, lors d'une conférence de presse du président Georges Pompidou, comme l'une des marques du progrès au cœur de la vie des familles. Et ces attributs du progrès ont gagné successivement l'Europe de l'Est sortie de la sous-consommation et d'outils collectifs de consommation communistes puis la Chine, praticienne d'un communisme du bien-être de masse sans libertés.

Aussi le livre de J.-C. Daumas est-il une sorte de feuilleton passionnant où se succèdent les intrusions récurrentes des « modèles » de consommation, au gré des comportements grégaires, des aspirations à un mieux-vivre souvent accompagné de la progression du travail salarial féminin – aux effets peu scrutés par l'auteur – et aussi en résultat des campagnes de marketing et de publicités, deux outils « immatériels » de la « révolution matérielle ».

## Une histoire des frustrations

Tout au long du livre émerge l'histoire de la sous-consommation, des frustrations des couches populaires, d'habitants de certains espaces ruraux ou banlieusards ou de certaines strates générationnelles. Le rythme de diffusion des révolutions de la consommation est fort inégal – et l'histoire des mouvements sociaux (« Du pain ! », en 1936) ou sociétaux en confirme la perception. La troisième révolution industrielle, par la déstructuration du système productif de la deuxième révolution industrielle et par la promotion de modes de travail flexibles, a en effet suscité un immense mouvement de précarisation.

Aussi peut-on penser que J.-C. Daumas a peut-être été trop « positiviste » à travers une sorte de « marche au progrès » pluriséculaire. Il lui faudra ajouter un chapitre sur le grand écart entre la course à la consommation des pays émergents (dont les pays d'Europe centrale et orientale) et la crise du « modèle » chez les « petits Blancs » nord-américains et les précaires européens et donc français. L'axiome « Consommer pour faire partie de la société » (qu'a analysé Jeanne Lazarus<sup>1</sup>), devient

---

<sup>1</sup> « Consommer pour faire partie de la société », *Projet*, 2018, 6/367, p. 33-40.

parfois un ressenti douloureux. Après tout, Les Restos du cœur, les circuits courts, les entités de recyclage d'objets usés, sont l'expression de cette suspension du « progrès » dans nombre de strates sociales et d'espaces. Les débats sur « les classes moyennes », l'invention du concept de « petites classes moyennes » (en des temps où le terme « petite bourgeoisie » est devenu politiquement incorrect) et sur « l'ubérisation » du travail ne peuvent que déboucher sur des interrogations concernant une nouvelle « fracture sociale », celle de l'accès aux modes de consommation consacrant les attributs d'une position sociale sinon aisée, du moins stable.

J.-C. Daumas a brillamment rédigé une synthèse de haute volée : il s'est donc hissé au niveau de son collègue britannique Frank Trentmann et a confirmé son insertion dans cette école de l'histoire contemporaine de la consommation qui prospère depuis une quinzaine d'années – même si, bien entendu, des historiens (C. Bonneuil *et alii*) ont remis en cause l'unicité et la légitimité du modèle des Trente Glorieuses et si des sociologues viennent de saper le mythe de l'aspiration à l'automobile.

### Références (par ordre d'évocation thématique)

- Jean-Claude Daumas, *La révolution matérielle. Une histoire de la consommation. France, XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècles*, Flammarion, « Au fil de l'Histoire », 2018, 598 p.
- Daniel Roche, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation, XVII<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècles*, Fayard, 1997.
- Marie-Emmanuelle Chessel, *Histoire de la consommation*, La Découverte, « Repères », 2012.
- Franck Cochoy, *Une histoire du marketing*, La Découverte, 1999.
- Richard Tedlow, *L'audace et le marché. L'invention du marketing aux États-Unis*, Odile Jacob, 1997.
- Geoffrey Jones & Nicholas Morgan (dir.), *Adding Value Brands and Marketing in Food and Drinks*, Londres, Routledge, 1993.
- Albrecht Rothacher (dir.), *Corporate Cultures and Global Brands*, Singapour, Asia-Europe Foundation, 2004.
- Teresa da Silva Lopes & Paul Duguid (dir.), *Trademarks, Brands, and Competitiveness*, Londres, Routledge, 2010.
- Larissa Zakharova, « Le quotidien du communisme : pratiques et objets », *Annales ESC*, 203, volume 68, n° 2, p. 305-314.

- Marie-Emmanuelle Chessel, « Consommation et circulations transnationales », *Encyclopédie pour une histoire nouvelle de l'Europe*, 2016 [<https://ehne.fr/node/750>].
- Jeanne Lazarus, « Les pauvres et la consommation », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2006, 91, p. 125-135.
- Jeanne Lazarus, « Consommer pour faire partie de la société », *Projet*, 2018, 6/367, p. 33-40.
- Susan Strasser, Charles McGovern & Matthias Judt, *Getting and Spending: European and American Consumer Societies in the Twentieth Century*, Cambridge, Cambridge University Press, 1998.
- Frank Trentmann, *Empire of Things: How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First*, Londres, Allen Lane-Penguin Books, 2016.
- Frank Trentmann (dir.), *The Oxford Handbook of the History of Consumption*, Oxford, Oxford University Press, 2012.
- Christophe Bonneuil, Céline Pessis & Sezin Topçu (dir.), *Une autre histoire des Trente Glorieuses*, La Découverte, 2013.
- Catherine Vincent, « La voiture et les mythes qu'elle véhicule », *Le Monde*, 18 mai 2019.
- Yoann Demoli & Pierre Lannoy, *Sociologie de l'automobile*, La Découverte, « Repères », 2019.

Publié dans [lavedesidees.fr](http://lavedesidees.fr) le 15 juillet 2019