

Vers la société de consommation

par Danièle Fraboulet

L'augmentation des revenus et de la vente à crédit, ainsi que la Première Guerre mondiale, transforment les modes de consommation des classes populaires entre 1880 et 1920. Du dénuement à l'appropriation, il est possible de retracer la « vie sociale des objets ».

À propos de : Anais Albert, *La Vie à crédit. La consommation des classes populaires à Paris (années 1880-1920)*, Paris, Éditions de la Sorbonne, 2021. Préface de Christophe Charle. 388 p., 24 €.

Au XIXe siècle et durant une partie du XXe siècle, la consommation populaire fait l'objet d'une lecture morale opposant le « nécessaire » et le « superflu », comme dans les enquêtes de Frédéric Le Play. Elle peut être vue soit négativement, comme une tentation, une aliénation, le peuple étant manipulé par la publicité (morale catholique, mais aussi socialiste ou anarchiste), soit positivement, comme un facteur d'intégration à la société.

Les consommations populaires

L'ouvrage d'Anais Albert s'inscrit dans le regain d'intérêt, depuis une ou deux décennies, pour l'histoire sociale des mondes ouvriers et dans l'histoire de la consommation, champ de recherche récent qui renouvelle l'histoire sociale, en s'appuyant sur l'enquête empirique permettant d'éviter les interprétations morales.

Anaïs Albert propose une histoire de la consommation à partir de l'histoire sociale des objets consommés, des origines à leur disparition, dans les classes populaires parisiennes durant les années 1880-1920, à la suite de l'augmentation globale de leurs revenus et de la vente à crédit.

Cette étude a nécessité la consultation de multiples sources, classiques, mais aussi plus originales (carnets de crédit des magasins Dufayel, catalogues, chromos, etc.), l'analyse minutieuse de la stratification de certains quartiers dans quelques arrondissements de Paris (Xe, XIVe, XVe et XXe), des professions des groupes qui composent les classes populaires en fonction des grandes phases de la conjoncture, dans une société de consommation en cours d'émergence.

Se posent plusieurs questions, dont celle des variations spatiales et chronologiques des consommations populaires, du facteur d'intégration, du mode de consommation à crédit, de la consommation de masse ou de la consommation de classe.

La réflexion d'Anaïs Albert se construit en sept chapitres : la consommation dans l'intimité du logement, l'imitation des classes supérieures, l'impact de la guerre, les nouveaux modes de consommation (avec le crédit et la publicité), le prêt sur gage et, pour terminer, la « vie sociale des objets ».

16 000 objets

Pour analyser l'intimité du logement, espace de repli et de classement (garnis, logements partagés ou autres) et reconstituer les pratiques de consommation, l'autrice a exploré les scellés après décès, qui permettent de cerner la position sociale et de mettre au jour les liens de crédit, les solidarités éventuelles et le basculement dans la sphère du marché. L'articulation entre l'espace privé et l'espace public se dévoile, permettant une analyse des possessions d'un individu ou d'un ménage établissant sa position sociale.

En ce qui concerne la culture matérielle, les scellés après décès permettent de réunir un corpus de 16 000 objets dans 106 dossiers. Ces objets circulent de différentes manières. Outre les achats, les prêts, les possessions, ils sont aussi volés, revendus, gagés au Mont-de-piété. Leur possession est fragile, car elle se trouve soumise à de

multiples rapports de domination. Elle procède de l'imitation des classes supérieures et varie selon le genre, la génération, le statut matrimonial.

Ainsi, si les vêtements sont les plus répandus depuis l'Ancien Régime, les meubles, puis les éléments décoratifs, se diffusent au XIXe siècle et, enfin, les machines à coudre et les vélos à la fin du siècle.

La Première Guerre mondiale, engendrant privations et inflation, déstabilise ce modèle de consommation populaire. Pour endiguer le mécontentement, l'État et la municipalité parisienne tentent de réduire les inégalités en organisant les circuits de consommation et en instituant un moratoire des loyers. Le mécontentement se manifeste à travers des mobilisations professionnelles.

Le système de crédit

Anais Albert se penche aussi sur la reconfiguration et le développement d'un système de crédit à la consommation pour les acheteurs les plus modestes. Ce système est géré par quelques grandes entreprises (maisons de vente à l'abonnement), mais aussi par des boutiques qui pratiquent le crédit à la consommation, rentable, mais risqué. La saisie-arrêt des salaires (loi de janvier 1895) crée une relation nouvelle entre débiteurs, créditeurs et patrons, donnant un rôle central aux juges de paix et au personnel judiciaire.

Se développent ainsi des moyens financiers adaptés aux ménages modestes, dont la demande de consommation est stimulée par la publicité. L'exemple de Georges Dufayel et de son Palais de la nouveauté, dont le nom célèbre le renouvellement incessant de la mode, est particulièrement éclairant. Les bâtiments grandioses, passant de 5 000 m² au début des années 1870 à 38 000 m² vers 1910, sont destinés à la mise en spectacle des produits, avec des horaires d'ouverture, des codes graphiques et des chromos adaptés à la clientèle. La pratique du crédit y est légitimée. Le succès est au rendez-vous : en 1910, 600 000 personnes sont accueillies.

L'autrice s'interroge sur la spécificité du message publicitaire des grands magasins de crédit, compte tenu de leur clientèle populaire. Ceux-ci s'inspirent des méthodes des grands magasins parisiens pour leurs clientèles bourgeoises. Ce nouveau rapport à la consommation n'exclut pas des pratiques anciennes dans la circulation des objets de l'achat à l'usure complète ainsi qu'au recours à l'éventuelle

mise en gage au Mont-de-piété, fondé en 1777 pour répondre aux besoins de petit crédit à des taux moins élevés.

Mais le développement de la consommation populaire et la vente à tempérament, qui permet la jouissance d'un objet non possédé encore totalement, provoquent une crise de cette institution aggravée par la Première Guerre mondiale. Cela conduit à une reconversion en banque de prêt, le Crédit municipal.

D'autres rapports aux biens

Anaïs Albert termine son étude en retraçant la vie sociale des objets. Elle s'attache à des moments clés, l'acquisition et la séparation ou l'abandon, au travers des médiations sociales entourant ces échanges. Elle s'est heurtée à la rareté des sources disponibles sur ce sujet, compensée par la consultation des archives policières et judiciaires, ce qui a conduit à s'intéresser à la vie des plus pauvres. Ceux-ci ont accès aux objets via le vol, ce qui montre l'attrait de la gratuité, ou le marché de l'occasion, ce qui témoigne de la perte de valeur d'échange des biens au fur et à mesure de leur circulation. La valeur apparaît comme le résultat d'un rapport de force, globalement défavorable aux classes populaires, ainsi que le résultat d'interventions sur les biens comme l'entretien ou la réparation, possibles pour tous.

Avec l'exemple de Marie Desprès, couturière décédée à 28 ans, passée de la fraction supérieure des classes populaires à la pauvreté après la mort de son mari, l'autrice conclut que le développement de la consommation de masse est « retraduit par le prisme d'une culture de classe ». La stabilisation économique et sociale de ce groupe reste précaire selon les aléas de la vie et s'inscrit bien sûr dans un contexte général.

Ainsi, l'augmentation de la demande populaire est liée à l'industrialisation (meubles, vêtements, etc.), au développement du crédit à la consommation, de la réclame et, bien sûr, à l'évolution politique et sociale. Les distinctions internes aux classes populaires sont fonction de la profession, du sexe, de l'âge et du statut matrimonial. Cependant, les nouveaux biens acquis reposent toujours sur des pratiques de l'usage et de l'usure propres à la pauvreté, à la conscience de la fragilité sociale.

À la fin de la période étudiée, Anaïs Albert constate que les classes populaires parisiennes sont enclines à basculer sur d'autres rapports aux biens, celui du renouvellement, plutôt que sur l'usure, modèle des classes supérieures, celui de la jouissance reléguant la possession au second plan. Mais n'est-ce pas très variable selon le type de bien concerné ? En fait, malgré l'accès à de nouveaux biens, la consommation reste un marqueur d'identité sociale, y compris à l'intérieur des classes populaires. Celles-ci connaissent un accroissement des divisions internes, dans l'espace (les plus démunis migrant vers la banlieue) et dans l'accès à certains types de biens (la propriété immobilière). Ces questions pourront être reprises avec l'instauration de l'État-providence.

Ce livre érudit apporte un éclairage intéressant à l'histoire de la consommation des travailleurs parisiens, voire à celle des objets au tournant du XXe siècle. Il suscite toutefois des questions et des attentes : généralisation de ce type d'enquêtes à d'autres milieux urbains et ruraux, approfondissement du rapport des consommateurs aux objets consommés (apport de l'histoire des sensibilités et des représentations), précisions sur la notion de crédit à la consommation (taux, durée, pourcentage des impayés, etc.). Certes, les réponses dépendent des sources disponibles.

Publié dans laviedesidees.fr, le 3 janvier 2022