

Anais Albert « On sous-estime à quel point ce que l'on consomme participe de l'identité sociale »

La « consommation des pauvres » est l'objet d'un discours moral, raconte l'historienne. Hier contre le « péché » ou le « luxe », aujourd'hui contre la surconsommation

ENTRETIEN

Maitresse de conférences en histoire contemporaine à l'université de Paris et membre du laboratoire Identités, cultures, territoires, Anaïs Albert a publié, en 2021, *La Vie à crédit* (Editions de la Sorbonne), un ouvrage remarqué sur la consommation des classes populaires parisiennes à la Belle Époque et pendant les Années folles, alors que la France subit une forte inflation.

Vous décrivez dans votre livre les objets que possèdent les ouvriers du début du XX^e siècle à Paris, mais aussi la façon dont ils se les procurent et ce qu'ils en font...

C'est une période d'accroissement (relatif) des revenus ouvriers. Il y a un élargissement de la base sociale de la consommation. Les classes populaires parviennent, au-delà des besoins élémentaires – se nourrir, se loger, se chauffer –, à acheter des vêtements neufs et des meubles – le lit, l'armoire à glace, signal social de sa capacité à loger « chez soi », et non dans un « garni ». Ils cherchent à posséder des objets de décoration (pendules, candélabres...), voire des objets chers – le vélo pour les hommes, qui coûte six fois le salaire mensuel ouvrier, comme une voiture d'occasion aujourd'hui, et la machine à coudre pour les femmes. Deux techniques de vente se mettent en place à cette époque : la publicité (catalogues, affiches) pour donner envie ; la vente à crédit « par abonnement » pour satisfaire cette envie. C'est une extension de « l'ardoise » déjà pratiquée pour l'alimentation ou le charbon : on paie « comptant » une partie du prix de l'objet dont on peut jouir immédiatement, et on rembourse le solde par petites traites en payant un « receveur » venant collecter les sommes à domicile chaque semaine. Ce système de crédit est développé, surtout pour le mobilier, par l'entrepreneur Georges Dufayel, dont le Palais de la nouveauté, boulevard Barbès, attire la foule. Mais il étend son système à des magasins partenaires pour toutes sortes de biens, par exemple la Samaritaine.

Georges Dufayel et ceux qui l'imitent font cependant faillite à la fin des années 1920, terrassés par l'inflation, qui rend ce système inopérant...

Ce qui caractérise les classes populaires, aujourd'hui comme hier, est leur vulnérabilité aux chocs individuels (décès d'un conjoint, maladie, accident, chômage, vieillesse) ou collectifs (guerre, inflation, crise économique). Elles doivent alors recourir à ce que les sociologues appellent « les savoir-faire de la pauvreté ». À côté de ceux qui sont achetés comptant ou à crédit, nombre d'objets présents dans les logements sont en effet achetés d'occasion, autoproduits (en fonction des métiers du ménage), réparés et rapiécés sans cesse, voire volés... Ces objets servent

aussi d'épargne si besoin, lorsqu'ils sont mis en gage au mont-de-piété ou revendus. Tous ces savoir-faire sont fortement réactivés en période de crise, avec plus ou moins d'ampleur et de durée en fonction des destins individuels et collectifs.

Quels sont les « savoir-faire » déployés aujourd'hui, alors que les revenus stagnent et que les prix montent ?

Dans les quartiers populaires, l'euro passe beaucoup de temps à compter, à l'euro, au centime près. On compare les prix, les annonces de soldes, les catalogues ; on échange ces informations entre voisins ou collègues ; on fait des kilomètres pour profiter des bons plans. C'est un travail domestique invisible, assuré par les femmes, sans lequel l'équilibre économique du ménage est mis en péril, comme l'ont montré les chercheurs du collectif Rosa Bonheur à Roubaix.

Vous ne citez pas, pour reprendre la description des pratiques à la Belle Époque, le recours aux objets de seconde main, pourtant aujourd'hui très valorisés par le discours anticonsumériste ?

Et pour cause. On sous-estime à quel point ce que l'on consomme participe de l'identité sociale, témoigne de l'intégration au groupe social, à sa classe, à la société. La réparation, la brocante sont maintenant des marqueurs culturels de la classe moyenne supérieure : il faut du temps et ne pas avoir à s'occuper des enfants pour aller flâner aux puces de Montreuil le dimanche matin. La voiture, pour prendre un autre exemple, n'est pas perçue de la même manière par les classes populaires et par les classes moyennes supérieures. Consommer écolo, bio, durable est tout simplement inaccessible aux classes populaires, parce que c'est trop cher, trop compliqué ou perçu comme un signe socialement négatif : rapiécer et recycler, c'est montrer qu'on est pauvre.

Tant que l'on ne pourra pas proposer des produits et des pratiques « durables » moins chers, qui correspondent aux modes de vie, aux besoins et aux désirs de consommation des classes populaires, au lieu de les stigmatiser, il ne pourra y avoir de transition écologique. C'est aux pouvoirs publics et aux entreprises d'apporter le soutien financier, les rémunérations et l'innovation nécessaires au développement d'une consommation durable. Mais pour l'instant, le système productif capitaliste ne doit encore sa survie qu'à la consommation de masse. Comment, dès lors, reprocher à la « masse » de consommer trop ?

Il ne faut pas oublier que les classes populaires consomment par imitation de la bourgeoisie. En 1946, la loi a interdit le métier de chiffonnier, limitant ainsi le recours à ce qu'on appelle aujourd'hui « l'économie circulaire », alors intensément pratiquée. C'est la bourgeoisie qui entre, dès la fin du XIX^e siècle, dans l'ère du jetable – ce qu'on garde désormais paré du noble terme d'« anti-qualité ». Les classes populaires sont extrêmement réceptives à ces changements de mode de consommation, car elles y voient une voie d'intégration à la société. Elles ont pu accéder, pendant les « trente glorieuses », à cette consommation de masse qui leur a été vantée pendant des décennies. Maintenant, il faudra du temps pour que le mode de consommation « durable » à la mode dans la bourgeoisie percole dans les classes populaires.

Vous montrez d'ailleurs que la consommation dans les classes populaires est l'objet de jugements moraux : il faut tantôt l'encourager pour le « bien » de la société, tantôt

la restreindre parce qu'elle engendre de « mauvaises » pratiques...

En effet. La vente à crédit est au cœur d'une polémique lorsque les députés votent, en 1895, la loi sur la saisie-arrêt sur salaire, qui fixe un nouveau mode de règlement des conflits entre créanciers et débiteurs. L'idée est d'éviter que les classes populaires se retrouvent victimes d'entrepreneurs de crédit indélicats en les dissuadant de consommer « inutilement ». Les réformateurs sociaux, souvent catholiques, associent la soif de consommation aux vices – l'alcool pour les hommes, la sexualité vénale pour les femmes – avec en arrière-plan le modèle de la pauvreté chrétienne. Pour les socialistes, la consommation populaire est néfaste, parce qu'elle transforme l'ouvrier en petit-bourgeois, plus attaché à défendre son bien qu'à faire la révolution – avec en arrière-plan la figure de l'ascétisme révolutionnaire. Les entrepreneurs et les commerçants, en revanche, affirment que l'accès au bien-être et au confort assure la stabilité sociale, permettent d'accéder à l'épargne et écartent la délinquance, pour le « bien » de la société.

On assiste ainsi dans les années 1920 à un lent basculement du mouvement ouvrier en faveur de la « consommation ouvrière ». Jaurès, dès 1895, se demande s'il est sain ou pas de « protéger l'ouvrier contre lui-même » en s'opposant à l'accès au crédit. Dans la tradition marxiste, le salaire n'est perçu que comme le prix d'un travail, et donc comme appartenant au monde de la production – c'est « le salaire pour vivre ». Le défendre ou l'augmenter a pour seul objectif de « sortir de la misère ». Mais l'inflation des années 1920-1930 met en lumière l'autre fonction du salaire : il sert à acheter des biens de consommation. L'expression « pouvoir d'achat » n'apparaît qu'en 1920 ; il devient une revendication en 1935 avec le Front populaire. Le syndicaliste Hyacinthe Dubreuil (1883-1971) préconise de passer du « discours de la misère » à la revendication d'un « droit à la vie plus large, plus aisée ».

Vous évoquez dans votre livre le « mouvement des midinettes », ces petites mains parisiennes travaillant pour les ateliers de haute couture, dont l'activité s'effondre à cause de la guerre. Elles manifestent, en mai 1917, revendiquant une « prime de vie chère » et sont le prélude à un vaste mouvement social féminin, relayé par les employées des postes et les ouvrières d'usines, devant lequel le gouvernement devra céder...

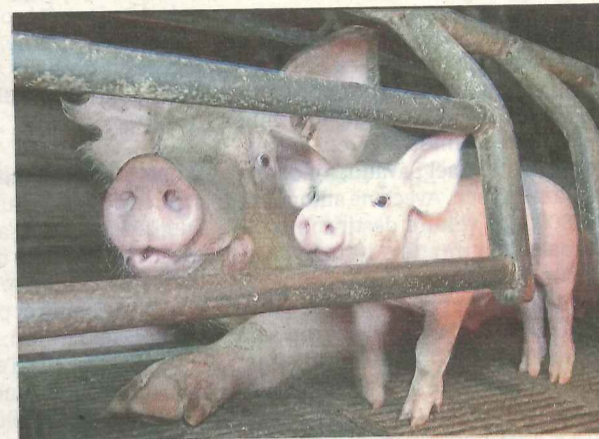
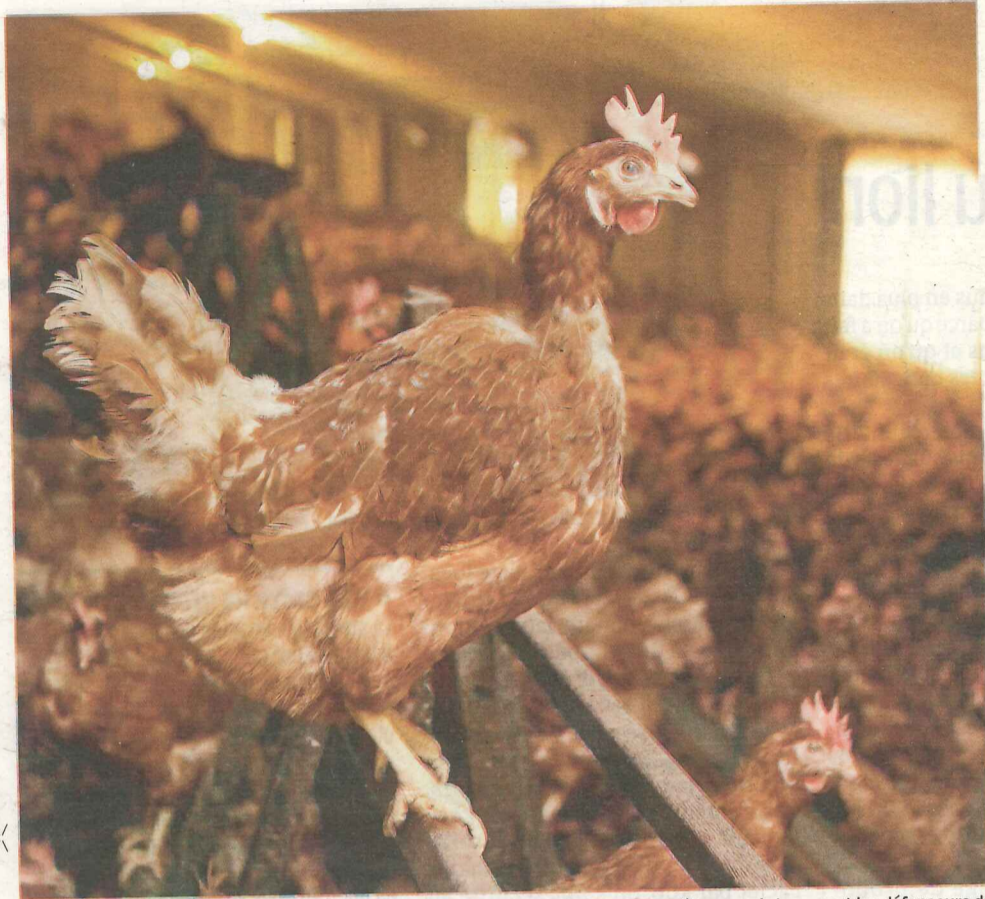
Les Parisiens sont stupéfaits de voir défiler sur les boulevards ces femmes jeunes, bien habillées, revendiquant une hausse de leur rémunération et de leur temps libre – elles demandent la « semaine anglaise », c'est-à-dire le samedi chômé mais payé –, alors que les hommes sont au front. Et ça leur est bien sûr reproché. Mais le rapport de force, tandis que les mutineries éclatent au front, leur est favorable. Le gouvernement contraint les employeurs à accepter toutes ces revendications.

Ce mouvement, alors plutôt impopulaire, révèle le pouvoir politique explosif de la consommation, lorsque la capacité d'accéder à des biens constitutifs de l'identité sociale ou professionnelle est remise en question. L'historien britannique Edward Thompson parle d'« économie morale de la foule » au sujet des émeutes frumentaires du XVIII^e siècle en Angleterre, pour montrer que, derrière les manifestations parfois violentes des foules, transparait une vision économique cohérente : exiger l'intervention des pouvoirs publics pour remédier aux défaillances du marché et garantir l'accès à un bien – ici, le blé et la farine. Si l'on songe à l'importance de la voiture et de la mobilité pour les classes populaires d'aujourd'hui, on comprend que le mouvement des « gilets jaunes » contre la hausse du prix des carburants, objet de la réprobation morale des classes moyennes supérieures au nom de l'écologie, relève de ce même pouvoir politique de la consommation. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR ANTOINE REVERCHON



LE CAPITALISME NE DOIT ENCORE SA SURVIE QU'À LA CONSOMMATION DE MASSE. COMMENT, DÈS LORS, REPROCHER À LA « MASSE » DE CONSOMMER TROP ?



En France, l'élevage intensif concerne principalement les volailles et les porcs. Un modèle auquel s'opposent les défenseurs du bien-être animal. Closon / Isopix / Sipa (Illustration)

Élevage intensif Une cage se tourne dans la campagne

Plusieurs candidats à la présidentielle s'attaquent à un modèle qu'ils jugent nuisible au bien-être animal, à l'environnement, à la santé

Fabrice Pouliquen

« Nous sortirons la France de l'élevage industriel. Cela se fera en dix ans », tonnait Yannick Jadot (EELV), le 29 janvier, lors d'un meeting à Lyon. Jean-Luc Mélenchon (LFI), lui, arrêtera les fermes usines et planifie la sortie de l'élevage intensif au plus tard en 2027. Philippe Poutou, pour le NPA, a l'objectif d'« en finir avec l'élevage industriel, maltraitant pour les animaux et les salarié.e.s ». Nathalie Arthaud, candidate de Lutte ouvrière, combattra l'élevage et l'abattage intensifs si elle accède à l'Élysée. « Cet enjeu est porté comme jamais dans une présidentielle, pointe Hélène Thouy, du Parti animaliste. Même si c'est encore trop timide et qu'on ne sait pas

toujours bien ce que les candidats veulent dire ». Présidente, elle promettrait « la fin totale de l'élevage industriel et intensif en 2027 ». Mais l'avocate girondine n'a pas obtenu les 500 parrainages nécessaires pour s'engager dans la course finale.

En juin 2020, Greenpeace dénombrait 3300 fermes usines en France, dont la moitié en Bretagne, en comptant les exploitations de plus de 750 emplacements pour les truies, 2000 pour les porcs, 40 000 pour les volailles, 400 pour les vaches laitières... Mais la densité n'est pas toujours le bon critère, « en particulier en France où la taille moyenne

des élevages est très inférieure à d'autres pays européens », rappelle Étienne Gangneron, vice-président de la Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles (FNSEA). À la définition d'« élevage intensif »,

Agathe Gignoux, chargée d'affaires publiques au CIWF France, ONG qui promeut un élevage durable, ajoute deux critères : « L'absence d'accès à l'extérieur pour les animaux et le recours à une génétique tournée vers la productivité. » Sur le milliard d'animaux élevés chaque année en France pour notre consommation de viande, d'œufs et de lait, « 80% le sont dans un modèle intensif », indique-t-elle. L'enjeu du bien-être animal n'est pas le seul argument des partisans d'une sortie de l'élevage intensif. Les impacts sur le climat et la biodiversité sont aussi pointés. Notamment ceux, indirects, via l'importation de soja depuis le Brésil, où la culture est un facteur de déforestation, pour nourrir le bétail. Jean-Luc Mélenchon insiste sur l'impact sanitaire, en faisant le lien entre élevage intensif et futures pandémies. Obstacle au changement, selon Hélène Thouy, les dettes contractées par bon nombre d'éleveurs. « L'État doit racheter celles des agriculteurs qui

quittent l'intensif et aider ceux qui se convertiraient dans les cultures végétales », estime-t-elle. La candidate du Parti animaliste prévoyait d'y consacrer 10 milliards d'euros sur son quinquennat pour arriver, en 2027, à une division par deux de la production de protéines animales. Et uniquement à partir d'animaux élevés en extensif. Cette vision agace Étienne Gangneron. « Ce n'est pas le mode d'élevage qui compte, mais le travail de l'éleveur, insiste-t-il. Des animaux peuvent vivre dans de mauvaises conditions dans de petits élevages et l'inverse dans des plus grands. Ces derniers sont soumis aux normes environnementales les plus strictes. » Quant à réduire la production, Étienne Gangneron craint une hausse des coûts « des viandes de volailles et de porcs, les moins chères et les plus consommées ». Les Français suivront-ils ? Étienne Gangneron en doute : « Les ONG ont beau dire, la majorité d'entre eux achètent au moins cher. »

Modes de consommation

Notre consommation de viande a quasiment doublé depuis 1945, et les partisans d'une sortie de l'élevage intensif font du changement de nos habitudes alimentaires un levier de transition. Hélène Thouy

(Parti animaliste) souhaitait réduire de 50% la production et la consommation de viande en France en cinq ans. « C'est possible, expose-t-elle, si on ne cache plus le coût des externalités négatives de la production de viande [pour la santé et l'environnement], si on sort de cette idée qu'il faut en manger à tous les repas, et si on réapprend à cuisiner le végétal. »