

Nicolas HERPIN et Daniel VERGER. — **Consommation et modes de vie en France. Une approche économique et sociologique sur un demi-siècle**, Paris, La Découverte, coll. « Grands Repères », 2008, 260 p.

L'ouvrage de Herpin et Verger propose une synthèse de l'évolution de la consommation en France depuis le début des années 1960. L'analyse porte sur la consommation effective des Français, et pas seulement sur les dépenses des ménages telles que saisies par les enquêtes budgétaires dans la tradition de Le Play (enquêtes qualitatives) et de Halbwachs (enquêtes quantitatives). La consommation effective comprend trois types de dépenses : les dépenses individualisables des administrations publiques (qui sont passées de 12 % à 21 % de l'ensemble en cinquante ans), les dépenses individualisables des institutions sans but lucratif au service des ménages (qui comptent pour environ 2 % du total sur la même période) et les dépenses des ménages, (qui sont passées de 86 % du total en 1960 à 77 % en 2006). Les auteurs utilisent les données détaillées de la comptabilité nationale (CN) pour étudier l'évolution de la consommation effective en France sur un demi-siècle et les données des enquêtes Budgets de familles depuis 1976 pour expliquer les comportements de consommation, ainsi que les données de nombreuses autres enquêtes menées par l'INSEE. L'accent est cependant mis sur le contemporain plus que sur les années d'émergence de la consommation marchande élargie. L'histoire du développement de la société de consommation en France reste à faire.

Les deux auteurs soulignent les limites de la comptabilité nationale et celles des enquêtes budgétaires à bien mesurer l'évolution de la consommation marchande, en volume et en qualité, et donc à bien caractériser l'évolution du bien-être individuel et collectif, un enjeu important discuté sur la place publique, mais le fait d'exploiter en parallèle les deux principales sources de données permet une approche en terme d'équilibre dynamique, ce qui fait l'originalité du livre. Étudier à la fois les données de la CN et celles des enquêtes Budgets de familles présente un autre avantage. « Pour le consommateur, certains biens ne sont générateurs d'utilité qu'en

combinaison avec d'autres biens. » (p. 23), un aspect qui ne peut pas être pris en compte dans la comptabilité nationale. Herpin et Verger en tiennent compte dans leur travail en regroupant de manière originale les objets consommés, mais aussi en faisant référence aux enquêtes « budget-temps », afin de cerner l'évolution de la consommation. Ainsi, la consommation des individus ayant un statut social élevé ne dépend-elle pas seulement de leurs ressources monétaires, mais aussi des contraintes de temps auxquelles ils font face, ce qui les amène à consommer davantage de services ou à faire de courts voyages plus fréquemment que les ouvriers, par exemple. Considérer les aspects monétaires, mais aussi l'emploi du temps est un trait original de l'interprétation offerte par les auteurs.

Herpin et Verger distinguent six grandes fonctions de consommation : l'alimentation, l'habillement et les soins cosmétiques, le logement et son confort, les transports et départs en vacances, la fonction « loisir-culture-communication » et, enfin, la santé. Cette classification n'est donc pas seulement descriptive, car le regroupement caractérise la combinaison des objets source d'utilité de même que le lien entre objets consommés et modes de vie. Ainsi, les dépenses pour les transports et les vacances sont-elles intimement liées, et il en va de même pour le loisir et la culture. Nous formulerons cependant deux remarques critiques sur ce regroupement. La première porte sur l'inclusion des départs en vacances dans le chapitre sur les transports. Bien entendu, l'usage de l'automobile est lié aux départs en vacances, mais ce dernier poste budgétaire comprend aussi de nombreuses dépenses annexes (hébergement, restaurants) qu'il eût été pertinent de regrouper dans une grande fonction « vacances », en lien avec le loisir et la culture. La seconde remarque porte sur la pertinence d'identifier une nouvelle fonction de consommation de manière autonome dans l'analyse de la consommation des ménages – la fonction « communication » – qui comprendrait les dépenses pour les communications au sens large (téléphonie, internet, etc.) et celles occasionnées par les nouvelles technologies de l'information (NTIC) (informatique au foyer, Ipods, baladeurs, etc.) qui se sont développées de manière considérable dans le dernier tiers du *xx*^e siècle. Les dépenses pour cette fonction sont classées dans le poste « loisir et culture », ce qui correspond bien à la manière de faire dans les travaux publiés jusqu'à présent sur les dépenses des ménages, mais une nouvelle nomenclature s'imposerait dans l'avenir. La communication est bien entendu en lien avec le loisir et la culture – un peu comme la voiture est liée aux départs en vacances – mais, comme la voiture, la communication comporte des aspects spécifiques qui mériteraient d'être pris en compte dans les analyses. Le fait de considérer ensemble loisirs, culture et communication fait grimper cette fonction de consommation au second rang dans la structure de la consommation effective des ménages (18,1 % du

total, p. 159), devant l'alimentation et derrière le logement. Le coefficient budgétaire élevé de cette fonction de consommation montre la nécessité d'en distinguer plus finement le contenu. Une autre raison justifierait ce choix : la fonction « communication » marque les modes de vie contemporains et elle contribue au processus d'individualisation si souvent souligné par les sociologues ces dernières années.

L'ouvrage de Herpin et Verger ne se limite ni à la description de régularités statistiques ni à faire l'inventaire des dépenses. Les auteurs donnent aussi une interprétation sociologique des données analysées. Ils mettent en pratique l'enseignement de Robert Merton – qui avançait que la recherche empirique pouvait forcer la reformulation de théories – et ils illustrent aussi une idée chère à Raymond Boudon, qui insiste sur la nécessité de revoir les théories sociologiques lorsque les faits ne correspondent pas aux prédictions déduites de celles-ci. Pour l'illustrer, nous retiendrons deux exemples : l'analyse des dépenses pour le logement et son confort et l'analyse des dépenses pour les loisirs, la culture et les communications.

Deux thèses s'affrontent sur l'autarcie productive du foyer dans la société de consommation : celle de Jonathan Gershuny – qui avance que les membres du ménage produisent eux-mêmes des biens et services avec le support des appareils domestiques et des divers équipements dont est doté le ménage (cuisiner ses plats maison, faire la lessive soi-même, importer le cinéma au foyer avec le câble ou les appareils vidéo, etc.) – et celle de Daniel Bell, pour qui le ménage externalise un grand nombre de tâches, en ayant recours à des services marchands dans la société postindustrielle. Herpin et Verger tranchent de manière nuancée et originale entre les deux thèses en examinant, dans la comptabilité nationale entre 1960 et 2006, la croissance de la consommation en volume et en prix d'un grand ensemble d'items qui illustrent la progression ou la régression d'objets consommés relevant de l'une ou de l'autre logique. La hausse du taux de possession d'une maison individuelle en France joue en faveur de la thèse de Gershuny (le foyer devient un lieu de production) mais la périurbanisation implique aussi la satisfaction de trois besoins induits (pour reprendre l'expression popularisée par Albert Hirschman) bien cernés dans l'ouvrage : se déplacer à distance, envoyer ses enfants à l'école et assurer sa sécurité, trois besoins qui exigent la prestation de nouveaux services publics ou privés. Ces besoins induits donnent raison à Daniel Bell, selon les deux auteurs. Par ailleurs, l'enrichissement des ménages et le fait de vivre en centre-ville favorisent la consommation de services – les riches ont recours à des spécialistes en gestion du patrimoine et les urbains fréquentent davantage les salles de spectacles – et l'augmentation des divorces contribue à la hausse de celle-ci. La thèse de Daniel Bell – qu'on avait cru un temps dépassée au moment de la phase d'équipement des ménages en biens

durables dans les années 1960 – a maintenant plus de portée que celle de Gershuny, selon Herpin et Verger, comme le montre l'évolution de nouveaux types de consommation. Ajoutons que certaines mesures fiscales comme les crédits donnés par l'État pour la garde des enfants au foyer par des « nounous » ou les chèques ménages (pour le maintien à domicile des personnes âgées) ont favorisé le retour de services domestiques salariés au sein du foyer, ce qui va dans le sens de la thèse de Bell. La même tendance est observable au Canada. Signalons aussi au passage que l'immigration importante observée aux États-Unis favorise elle aussi la marchandisation des services puisque bon nombre d'immigrants (très souvent peu qualifiés) y trouvent leur premier emploi dans les services aux ménages (nettoyage, garde des enfants, entretien des jardins).

Considérons un second exemple. Les analyses de Herpin et Verger montrent avec évidence que les consommateurs sont devenus omnivores en matière de loisir, culture et communication. Ils consomment des objets se situant à différents paliers de l'échelle de qualité, ce qui oblige à nuancer la thèse de la distinction comme moteur de la consommation marchande. Les auteurs examinent la pertinence de trois grandes interprétations des dépenses en loisir et culture, élaborées depuis les années 1960. La thèse de la révolution culturelle du temps libre de Joffre Dumazedier s'applique à la consommation des années 1950 et 1960 mais beaucoup moins (sinon pas du tout) aux années suivantes. La thèse de l'École de Francfort sur l'opposition entre culture de masse et culture populaire explique bien quant à elle ce qui s'est passé en France dans les années 1970, aux dires des auteurs. Les pouvoirs publics ont alors investi massivement dans d'ambitieux programmes de démocratisation de la « culture authentique », par opposition à la culture dite populaire. Mais les données montrent que la consommation de produits mis en marché par les industries culturelles, le plus souvent associés à la culture populaire, a connu une extension considérable ces vingt dernières années, amenant l'État français à investir aussi de ce côté (festivals de musique populaire, soutien au cinéma, etc.), en plus de continuer à soutenir l'offre de produits identifiés à la « haute culture ». Pour les auteurs, « la séparation des deux cultures est faite pour durer » et elle se reflète bien dans la consommation effective des ménages, ce qui obligera les sociologues à donner de nouvelles interprétations.

L'évolution de la consommation effective ne se produit pas aux mêmes périodes pour tous les objets, comme le montre l'examen des dépenses pour le logement, les transports, les loisirs, les vacances ou encore les communications. « Le changement tel qu'il est décrit par les séries longues de la CN [comptabilité nationale] apparaît comme un mouvement lent, sans rupture et avec un fort degré d'irréversibilité » (p. 207) avancent les auteurs en conclusion. C'est là l'argument central de leur ouvrage,

qui s'intéresse à la partie structurelle du changement et aux modifications durables de comportements. Cependant leur livre fourmille d'exemples de changements qui sont, somme toute, survenus assez rapidement ces dernières années, ce qui met un bémol à leur interprétation. Signalons, à titre d'exemples, certains d'entre eux, puisés dans les différents chapitres : la nouvelle vigueur des transports collectifs ; la montée des courts séjours de vacances, plus nombreux en particulier chez les cadres et les personnes les plus scolarisées ; le confort qui croît plus vite chez les propriétaires de leur logement que chez les locataires ; la disparition du guindé dans l'habillement ; l'annexion progressive du cinéma par la télévision ; la mixité sociale en progrès dans le théâtre populaire et les jeux d'argent ; ou encore, la marchandisation des soins de santé. Nous savons par ailleurs que la diffusion de nouveaux objets de consommation s'effectue de plus en plus vite, comme le montrent les travaux faits, par différents chercheurs (notamment Henri Mendras), sur la diffusion du frigidaire, des appareils de télévision, du four à micro-ondes, de l'ordinateur, de la téléphonie mobile et de l'Internet, pour nous en tenir à certains objets typiques de différents moments de l'histoire récente.

Dans le dernier chapitre, les auteurs s'interrogent sur l'évolution en cours de la consommation effective – occasion d'aborder de grandes questions comme les effets de génération, la convergence des modèles nationaux de consommation et la convergence des structures de consommation entre les classes sociales. Les réponses apportées sont plus rapides que les analyses de fond effectuées sur les six fonctions de consommation qui constituent le cœur de l'ouvrage. Les effets de génération, en plus des effets d'âge, sont importants dans les analyses sociologiques de la consommation marchande, puisque les nouvelles cohortes dépensent davantage (pour l'automobile ou pour les soins de santé, par exemple) ou dépensent moins (pour les journaux, autre exemple) comparées aux précédentes cohortes au même âge, ce qui affecte les tendances globales. Herpin et Verger font référence à ces effets de génération, mais pas de manière systématique dans leur étude des six domaines de consommation retenus, et sans développer longuement cet aspect. Or, l'existence de données d'enquêtes comparables répétées dans le temps, à l'Insee et ailleurs, rend maintenant possible l'examen minutieux de ce type d'effets, qu'il serait pertinent de mieux documenter dans des travaux ultérieurs.

La question de la convergence entre classes sociales est aussi abordée dans l'ouvrage, notamment celle de la polarisation et de la moyennisation des consommations. Les auteurs portent un diagnostic nuancé sur ces questions selon que l'accent est mis sur les tendances structurelles communes aux différentes catégories socio-économiques – il y a convergence sur la montée des dépenses pour les loisirs, par exemple – ou sur l'examen de la consommation d'objets particuliers, qui fait

apparaître des différences entre classes. Cette question – trop rapidement abordée dans le livre, tout comme l'étude systématique des effets de génération – pourrait faire l'objet d'analyses plus approfondies dans des éditions futures, car l'ouvrage mérite d'être mis à jour lorsque de nouvelles données seront disponibles.

La convergence entre les modèles nationaux, examinée en conclusion à partir de sources secondaires, donne un résultat intéressant qui confirme l'une des grandes conclusions du programme de recherche international *Comparative Charting of Social Change* auquel nous avons participé (voir Michel Forsé et Simon Langlois, eds), *Tendances comparées des sociétés postindustrielles*, PUF, 1999) : les évolutions convergent entre sociétés, mais sans affecter la spécificité de particularités nationales.

L'ouvrage aborde, en conclusion et à titre exploratoire, l'impact sur la consommation qu'aura le défi écologique auquel la planète fait face, tant dans l'alimentation et le vêtement que dans l'habitat ou le transport. Nul doute que la structure de la consommation effective de demain sera marquée par des préoccupations écologiques, qui s'imposeront de manière exogène (nouvelles normes gouvernementales) mais qui proviendront aussi de sources endogènes avec la montée des préoccupations pour l'écologie, plus fortement présentes chez les jeunes. À mesure qu'elles seront prises en compte, les contraintes écologiques exigeront de concevoir autrement le confort matériel et la consommation effective dans chacune des six grandes fonctions de consommation analysées dans l'ouvrage de Herpin et Verger, un aspect qu'ils ont eu raison de souligner dans leur conclusion.

Simon LANGLOIS
Université Laval (Québec)
simon.langlois@soc.ulaval.ca