



HAL
open science

Les pauvres et la consommation

Jeanne Lazarus

► **To cite this version:**

Jeanne Lazarus. Les pauvres et la consommation. Vingtième siècle. Revue d'histoire, 2006, 91, pp.137 - 152. hal-03173307

HAL Id: hal-03173307

<https://hal-sciencespo.archives-ouvertes.fr/hal-03173307>

Submitted on 18 Mar 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les pauvres et la consommation

Jeanne Lazarus

Quels rapports les pauvres entretiennent-ils avec la consommation ? La réponse, durant les Trente Glorieuses, relevait de l'évidence : appartenant au vaste ensemble des classes populaires, les plus démunis, grâce à l'élévation du niveau de vie et l'acquisition de biens, s'intégreraient à terme dans une société de classes moyennes. La crise a brisé net ce schéma. Les pauvres ne relèvent plus véritablement des classes populaires et se situent en rupture de la société. Cette évolution assigne dès lors à la consommation un rôle essentiel : elle représente peut-être le seul lien permettant aujourd'hui d'intégrer les plus défavorisés à la société...

Les téléphones portables et les téléviseurs à écran plat remplacent depuis peu les chaussures de sport de marque comme figures ultimes des pratiques consommatoires « déraisonnables » voire « incompréhensibles » des ménages à bas revenus¹. Les pauvres de la France du début du 21^e siècle ont un accès relatif aux biens de consommation, c'est-à-dire aux biens achetés sur le marché et produits par d'autres. Ce n'était pas le cas dans la France d'après-guerre, où la pauvreté monétaire se combinait à une pénurie de biens disponibles. Une alimentation équilibrée et même suffisante y était en soi problématique². Entre-temps le pays a connu une crois-

sance économique marquée au cours des « Trente Glorieuses » et l'État providence a instauré des minima sociaux. Dans la « société de consommation » qui s'est développée, la définition des identités sociales est attachée, au moins en partie, aux capacités de consommer : réfléchir au rapport entretenu par les pauvres avec la consommation implique non seulement de décrire leurs modes de consommation, mais aussi d'élargir la perspective à la place des ménages les plus démunis au sein de la société de consommation.

L'étude des modes de consommation éclaire d'un jour nouveau la notion de « pauvres ». Au 19^e siècle, les premières grandes enquêtes sur la pauvreté du docteur Villermé puis de Frédéric Le Play les avaient présentés sous l'angle de la misère et des besoins primordiaux non satisfaits (taudis, nourriture insuffisante, manque de soins et de vêtements...). Lutter contre la pauvreté au 19^e siècle revenait à combattre la pauvreté absolue. Les mouvements sociaux se concentraient sur l'amélioration des conditions de travail et l'augmentation des salaires, avec pour objectif d'offrir des conditions de vie décentes. Au 20^e siècle, le Front populaire puis la naissance de l'État providence changèrent la donne : le travail devint un moyen d'obtenir un revenu stable et d'accéder aux protections collectives. La misère semblait éradiquée. C'est d'ailleurs à cette période que la notion de seuil de pauvreté commença à être utilisée : il représente la moitié du revenu médian soit, en 2005, six cent cinquante euros mensuels environ. La pauvreté absolue cessa d'être l'unique préoccupation, l'écart au « mode de vie "courant" » devenant

(1) Entretien de l'auteur avec une conseillère en économie sociale et familiale.

(2) Alain Girard, « Les conditions d'existence des familles. Les budgets familiaux en 1946 », *Population*, 3 (1), janvier-mars 1948, p. 11-46.

problématique¹. Le seuil de pauvreté ne pouvait s'imposer que dans des pays où la distribution des revenus est dite « unimodale » – soit des sociétés caractérisées par une forte classe moyenne, où les référentiels et aspirations sont globalement homogènes. Les modes de vie s'envisagent donc sur une échelle unique, les écarts à la moyenne signant une carence monétaire et non une culture de consommation spécifique². André Gueslin soutient que la pauvreté relative accompagne les sociétés industrielle et postindustrielle qui produisent des contrastes sociaux marqués, ce qui n'était pas le cas dans le contexte de pauvreté généralisée de la société préindustrielle³. C'est en comparaison avec la consommation des classes moyennes – et non en comparaison avec les possessions réduites à quelques « misérables affaires » de ceux que Patrick Declerck nomme les « naufragés »⁴ – que l'on peut qualifier de « pauvre » la consommation de certains ménages démunis y compris lorsqu'ils possèdent un toit, de quoi se nourrir et quelques biens de consommation statutaires, tels un écran plat ou un téléphone portable dernier cri.

Les travaux de sciences sociales sur la consommation des pauvres sont peu nombreux : d'un côté, les pauvres, ne possédant que peu de choses, ont laissé peu de traces⁵. De l'autre, une partie des sciences sociales refuse le terme de « pauvres » et lui préfère celui de « classe ouvrière », contestant ainsi l'idée que les Trente Glorieuses aient abattu les frontières de classe et transformé la société en

une vaste classe moyenne dont certains membres seraient pauvres. Le terme même de « pauvre » semble correspondre à un niveau faible de problématisation et de description, puisqu'il réduit les personnes à leur seule dimension monétaire. Toutefois, en définissant les positions sociales uniquement par la place dans les rapports de production, il est très difficile de penser les individus dans leurs liens avec le marché de la consommation. La relecture de la bibliographie sur la pauvreté au prisme de la consommation permet d'en faire le constat. Certes, l'appartenance au monde ouvrier définissait fortement les identités durant les Trente Glorieuses, et ce bien que la consommation des ouvriers se soit fortement accrue. Mais la crise économique des années 1970 a déstabilisé les appartenances professionnelles et les appartenances de classe. La consommation est alors devenue, y compris pour les ouvriers, un élément statutaire notable. L'autoconsommation a largement reculé⁶, tandis que la croissance du travail des femmes les a conduit à rechercher sur le marché des objets et des produits leur permettant de réduire le travail domestique. La « marchandisation » de la plupart des produits alimentaires comme des services invite à réévaluer l'importance de la question de la consommation des plus pauvres. Les pratiques de consommation de ceux qui manquent de capital économique méritent par conséquent d'être scrutées, en tant qu'elles mettent en exergue les limites de la société de consommation.

En abordant ce terrain relativement vierge, nous nous proposons de montrer que l'histoire du rapport des pauvres à la consommation depuis la fin de la seconde guerre mondiale est intimement liée aux représentations de la strati-

(1) Daniel Verger, Jérôme Accardo, Pascal Chevalier et Aude Lapinte, « Bas revenus, consommation restreinte ou faible bien-être : les approches statistiques de la pauvreté à l'épreuve des comparaisons internationales », Paris, Direction des statistiques démographiques et sociales, Insee, 2005, Document de travail, p. 15.

(2) *Ibid.*

(3) André Gueslin, *Les Gens de rien. Une histoire de la grande pauvreté dans la France du XX^e siècle*, Paris, Fayard, 2004, p. 19.

(4) Patrick Declerck, *Les Naufragés*, Paris, Plon, « Terre humaine », 2001.

(5) André Gueslin, *op. cit.*, p. 284.

(6) Renvoyant au « plaisir de faire » en s'opposant à la pratique de la consommation, elle reste une pratique répandue chez les ouvriers, comme le montre Florence Weber dans *Le Travail à côté*, Paris, INRA/Éd. de l'EHESS, 1989, et dans *L'Honneur des jardiniers*, Paris, Belin, 1998.

fication sociale. Si l'on considère les pauvres comme un groupe social homogène qui possède une culture propre, il est possible de négliger l'importance du déterminant monétaire dans la consommation au profit des modes de socialisation. En revanche, décrire les pauvres comme une frange paupérisée de la classe moyenne revient à les considérer comme financièrement tenus à l'écart d'un mode de consommation auquel ils aspirent. Pour étudier la consommation des pauvres, il convient de ne pas tenir pour acquise la définition de la pauvreté, mais d'en historiciser la délimitation, en montrant qu'elle est intimement liée aux modes de consommation aussi bien des plus démunis que de l'ensemble du groupe social.

Les Trente Glorieuses

Des années 1950 aux années 1970, l'essor économique réduisit considérablement les inégalités. La hiérarchie des salaires se concentra ; l'accès à la consommation se démocratisa, notamment grâce à l'abaissement du coût relatif de l'alimentation et des biens de consommation ; l'État providence sécurisa la vie matérielle des salariés et généralisa l'accès à la santé et à l'éducation. La pauvreté du 19^e siècle avait, semble-t-il, disparu, en particulier si l'on définissait les pauvres, à l'instar des partis de gauche et des syndicats, comme « la masse de personnes aux revenus modestes situées au bas de l'échelle sociale¹ ». Cependant, des franges de grande pauvreté persistaient à cette période. De sorte que la consommation des pauvres se caractérisait à la fois par l'accès au confort qu'apportaient les Trente Glorieuses et la société d'abondance et par la misère des bidonvilles, dont la pauvreté était d'autant plus frappante que le pays s'enrichissait.

Certains annonçaient la dissolution des classes sociales dans la consommation. En réaction,

d'autres mettaient en exergue les particularités de la consommation des classes populaires, prouvant la réalité de ces classes sociales. Mais une troisième voix se fit entendre, qui dénonçait la survivance de la misère, absente des discours ouvriers.

S'intégrer par la consommation ?

Une première façon d'analyser la consommation des pauvres pendant les Trente Glorieuses est de considérer que la croissance économique et la massification de la consommation ont éradiqué la pauvreté et intégré les classes populaires à la société selon deux mouvements : la « moyennisation » et l'aspiration vers le haut². La « moyennisation » de la société désigne la réduction des écarts entre les extrémités de la hiérarchie sociale et l'essor numérique de la partie centrale de la population, de sorte que la société peut être représentée sous forme de losange³ ou de toupie⁴. L'aspiration vers le haut décrit la baisse des emplois d'exécution non qualifiés et la hausse des emplois d'encadrement.

Les écrits de Jean Fourastié illustrent cette vision optimiste. Le lecteur des *Trente Glorieuses* est convié à comparer les deux France, celle de 1945 et celle du début des années 1970⁵. La première, pauvre, subit de rudes conditions de travail et de logement, et consacre la quasi-totalité de son budget aux besoins de première nécessité⁶. La seconde, riche, vit dans des loge-

(2) *Ibid.*, p. 34.

(3) William Lloyd Warner, *American Life. Dream and Reality*, Chicago, University of Chicago Press, 1953.

(4) Henri Mendras, *La Seconde Révolution française : 1965-1984*, Paris, Gallimard, 1988.

(5) Jean Fourastié, *Les Trente Glorieuses*, Paris, Fayard, 1979.

(6) Cette analyse est confirmée par une étude des budgets des ménages de l'Insee en 1946, qui montre que l'addition des postes alimentation, habillement et habitat représente presque 80 % des budgets des familles d'ouvriers et d'employés – avec une structure traditionnelle : une part supérieure consacrée à l'alimentation chez les ouvriers, plus de 50 %, et à l'habitat chez les employés. (« Les conditions d'existence des familles. Les dépenses de 1 080 familles en mars et juin 1946 », *Population*, 2, avril-juin 1947, p. 243-266)

(1) Serge Paugam, *La Société française et ses pauvres*, Paris, PUF, 1993, p. 37.

ments confortables, plus grands, également mieux chauffés et mieux équipés. Les préoccupations relatives à la survie ont définitivement disparu et l'être humain, sûr de ses deux mille sept cents calories quotidiennes, peut se consacrer à des activités d'ordre moral et intellectuel¹. Fourastié validait les lois d'Engel : l'augmentation du revenu permet de diminuer la part consacrée à l'alimentation et d'accroître les dépenses diverses (éducation, santé, culture, loisirs, etc.). Les deux France sont bien diachroniques. Il ne s'agissait pas de la dénonciation désormais familière du dualisme de la société – comme pourrait le croire un lecteur du début du 21^e siècle parcourant la table des matières : selon Fourastié, c'est tout un pays qui fut pauvre et qui devint riche. Les biens de consommation sont entrés dans les foyers. En témoignent par exemple les taux de pénétration des machines à laver (8,4 % en 1954 ; 72 % en 1975), des réfrigérateurs (3 % en 1946, 91 % en 1975) ou des téléviseurs (1 % en 1954 ; 86 % en 1975)². Jean Fourastié présente une société homogène, organisée autour du salariat, qui donne accès à des droits sociaux, à des prêts bancaires et à l'investissement dans les biens d'équipement.

Le processus de monétarisation du quotidien prit son essor, notamment en raison de la généralisation du travail des femmes. Grâce à l'argent gagné dans la sphère productive, les ménages achetaient désormais une partie de la production domestique antérieure, qu'il s'agisse de services (comme les soins aux enfants et aux personnes âgées), ou de biens (tels des produits alimentaires déjà transformés). Le mode de vie « normal »

comporterait alors un pavillon de banlieue, une ou deux voitures, et de plus en plus de biens d'équipement. L'inventaire railleur de Boris Vian dans *La Complainte du progrès* (1955) reflète cette évolution : Gudule se voit promettre un réfrigérateur, un joli scooter et une autre tourniquette pour faire la vinaigrette, et menacée d'en être privée, avec le coupe-friture et l'efface-poussière, en cas de séparation.

Les sociologues américains des années 1920, devant l'enrichissement des ouvriers, avaient proposé de nouveaux types de classification des groupes sociaux, fondés sur la consommation et la certitude que l'essor de la classe moyenne avait homogénéisé les modes de vie et les aspirations³. Les pauvres n'étaient alors plus considérés comme un groupe social à part, aux stratégies de consommation principalement tournées vers la survie, comme ceux du 19^e siècle et de la première moitié du 20^e siècle⁴. Francis Stuart Chapin inventa en 1927 l'« échelle du *living room* », qui lui permettait d'établir les statuts socio-économiques à partir des biens possédés ; Lloyd Warner, lorsqu'il étudia les classes sociales à Yankee City (Newburyport dans le Massachusetts) divisa la population en six classes en fonction des niveaux de consommation. Cette description de la société ignorait les relations de pouvoir et les possibles conflits entre classes⁵. La société était représentée sous la forme d'un losange. En son centre, le *common man* désigne un Américain de la classe moyenne inférieure ou de la classe inférieure supérieure, qui vit confortablement et possède les

(3) Olivier Zunz, *Le Siècle américain*, Paris, Fayard, 2000, p. 126-127.

(4) Sur la consommation des pauvres au début du 20^e siècle, les travaux de Maurice Halbwachs sont les plus éclairants, en particulier *La Classe ouvrière et les niveaux de vie*, Paris, Félix Alcan, 1913. Cet ouvrage décrit une consommation ouvrière tout entière tournée vers la reproduction de la force de travail. Plus de 50 % du budget est consacré à l'alimentation, le reste sert à l'habillement, au logement, et les « dépenses diverses » représentent moins de 20 % de la consommation totale.

(5) William Lloyd Warner, *op. cit.*

(1) Jean Fourastié, *Le Grand Espoir du XX^e siècle*, Paris, PUF, 1949.

(2) Henri Mendras, *op. cit.*, p. 28-35. L'auteur décrit la modernisation non seulement de l'agriculture, mais également des modes de vie des paysans, qui s'équipent de télévision, remplacent l'autoproduction et la faible circulation d'argent par les courses au supermarché, abandonnant ainsi leur « mode de vie millénaire ».

biens de consommation permettant de profiter de l'*American way of life*¹. Dans ce modèle, seul le revenu et le pouvoir d'achat qui lui était associé structuraient la société. Les classes sociales ne résultaient plus des rapports de production, mais des styles de consommation.

De par son fonctionnement, le marché de grande consommation renforça le sentiment d'intégration de tous à la société. Le marketing se développa autour d'une définition apaisée de la structure sociale, divisée en strates et en segments : au début des années 1920, Albert Sloan, le président de General Motors, lança l'idée d'« une voiture pour chaque bourse et pour chaque but », considérant chaque membre de la société américaine comme un consommateur potentiel². Selon cette vision, les pauvres ne constituaient pas un groupe social aux pratiques distinctes, mais un segment du marché : la théorie du segment permettait de penser tous les citoyens comme des consommateurs.

En France, la représentation en toupie de la structure sociale d'Henri Mendras figurait également des « classes réconciliées³ ». Le développement de la classe moyenne entre les années 1960 et le début des années 1980 correspondait selon le sociologue à la « seconde Révolution française ». En s'imposant, la classe moyenne rendait cependant caduque la notion même de classe, à laquelle seule la lutte entre la bourgeoisie et le prolétariat donnait son sens⁴.

(1) Olivier Zunz, *op. cit.*, p. 130.

(2) Olivier Zunz rapporte la description des cinq marques de General Motors au début des années 1920 par le magazine *Fortunes* : « Chevrolet pour la "populace", Pontiac pour les gens "pauvres mais fiers", Oldsmobile pour les "discrètement aisés", Buick pour les "battants" et Cadillac pour les "riches". » (Olivier Zunz, *op. cit.*, p. 120)

(3) Nous empruntons ce terme à Olivier Zunz, *op. cit.*, chap. 5, « Réconcilier les classes », p. 119-143.

(4) Henri Mendras, *op. cit.*, p. 49.

Pauvres ou membres des classes populaires ?

Pour comprendre pourquoi la consommation des pauvres ne fut pas un sujet d'étude pour les sciences sociales françaises de cette période, il importe de préciser que dans les mobilisations politiques le terme de « pauvre » renvoyait alors à celui de « classe ouvrière ». Les luttes sociales visaient au « partage des bénéfices » et Maurice Thorez, dans les années 1950, dénonça la paupérisation des ouvriers dans le but de revendiquer l'augmentation des salaires et l'amélioration des conditions de travail⁵.

L'analyste pourrait lire ces mobilisations sociales comme le signe d'une « moyennisation » : les différences avaient été suffisamment réduites pour que les inégalités parussent insupportables. Membres à part entière de la nation d'un point de vue politique et économique, les ouvriers devaient recevoir leur part de richesse. Néanmoins, la classe ouvrière des années 1950 et 1960 se présentait comme un monde politiquement et culturellement homogène et spécifique, distinct de la classe moyenne et de son mode de vie, ce que Richard Hoggart a décrit comme une opposition entre « eux » et « nous »⁶. De fait, le pouvoir d'achat devint un thème des luttes sociales, et la CGT fabriqua son propre indice du coût de la vie, car elle pensait que celui de l'Insee, en sous-estimant l'inflation, limitait les augmentations salariales. Cet élément ne doit pourtant pas conduire à surévaluer l'importance de la consommation dans les revendications ouvrières. La dénonciation de la pauvreté de l'ouvrier s'accompagnait de la condamnation de l'embourgeoisement, qualifié d'« américanisation », de la couche supérieure du monde ouvrier. Mais les travaux de

(5) Serge Paugam, *La Société française et ses pauvres*, Paris, PUF, 1993, p. 35.

(6) Richard Hoggart, *La Culture du pauvre*, Paris, Éd. de Minuit, 1970.

l'École de Francfort avaient déjà fustigé le caractère émollient de la consommation¹.

La sociologie critique française, quant à elle, s'opposait fortement aux thèses américaines qui annonçaient la dissolution des appartenances de classe dans la consommation. Déjà Maurice Halbwachs, en comparant les structures de revenus des ouvriers et des employés du début du siècle, avait montré que les différences de classe supplantent les différences de revenu. Au contraire de ce qu'affirmaient les lois d'Engel, le niveau de revenu ne détermine pas à lui seul la consommation : la culture et les représentations sociales étaient au principe des différences de classes et de genre de vie². En Grande-Bretagne, Richard Hoggart avait également souligné le rapport spécifique entretenu par les ouvriers avec la consommation, constitué de satisfaction immédiate des besoins et de difficultés à établir des consommations planifiées³. Dans *La Distinction*, Pierre Bourdieu s'employa à montrer que les membres des classes populaires développent des modes de consommation propres liés à la nécessité, devenue à travers l'*habitus* « goût de la nécessité ». Ainsi, les choix alimentaires des ouvriers sont liés à la reconstitution de la force de travail, ne craignant ni le gras ni le « lourd », à l'inverse des classes supérieures qui choisissent des aliments sains et légers⁴. En mettant en rapport l'espace des positions sociales avec celui des styles de vie, il suggérait que le capital économique ne déterminait que partiellement la consommation car la dotation en capital culturel influençait tout autant les

pratiques⁵. Le terme de « pauvre », qui souligne les contraintes économiques, n'a pas de sens chez Bourdieu : il n'existe pas de pauvres, seulement des membres de la classe ouvrière. Parler de pauvres reviendrait à considérer la consommation des membres des classes populaires comme une consommation du manque, différant de celles des classes supérieures par gêne financière exclusivement, réduisant la détermination des comportements au seul capital économique. Or, un ouvrier dont le revenu s'élève vivra comme un riche ouvrier et non comme un cadre⁶. L'élévation du niveau de vie ne rapproche donc pas les classes populaires d'une vaste classe moyenne. C'est le sens de ce qu'écrit Pierre Belleville étudiant les ouvriers du Nord de la France : « La sidérurgie vit, fermée sur elle-même, son aventure du confort⁷. »

Pourtant, comme l'ont montré aussi bien Olivier Schwartz, lorsqu'il souligne la possibilité de « déprolétarianisation des ouvriers⁸ », que Paul Cuturello et Francis Godard⁹, lorsqu'ils décrivent la « mobilisation » des familles populaires qui accèdent à la propriété, une partie des ouvriers cherchèrent à prendre part au mode de vie des Trente Glorieuses et à entrer dans la consommation par des « victoires remportées sur le manque », qui sont autant de meubles et d'objets, de courses au supermarché en famille et de vacances en caravane¹⁰. Cela put d'ailleurs

(1) Théodor Adorno et Max Horkheimer, *La Dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974.

(2) Maurice Halbwachs, *op. cit.* Pour une analyse des travaux de Maurice Halbwachs sur la consommation, voir Christian Baudelot et Roger Establet, *Maurice Halbwachs. Consommation et société*, Paris, PUF, 1994.

(3) Richard Hoggart, *op. cit.*

(4) Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éd. de Minuit, 1979.

(5) *Ibid.*, p. 140-141. L'analyse en composante principale (ACP) indique les types de consommation en fonction d'une part de la dotation en capital global (axe vertical), d'autre part de la structure de ce capital : plutôt économique ou plutôt culturel (axe horizontal).

(6) Christian Baudelot et Roger Establet, *op. cit.*, p. 23.

(7) Pierre Belleville, *Une nouvelle classe ouvrière*, Paris, Julliard, 1963, p. 65.

(8) Olivier Schwartz, *Le Monde privé des ouvriers*, Paris, PUF, 1990, p. 75-80.

(9) Paul Cuturello et Francis Godard, *Familles mobilisées*, Paris, Plan Construction, ministère de l'Urbanisme et du Logement, 1980.

(10) Olivier Schwartz, *op. cit.*, p. 76-77.

les conduire à s'éloigner des aspirations et modes de vie de leur milieu originel : « Les ménages [sont] amenés à produire les conditions éthiques des pratiques consommatoires dans lesquelles ils [s'engagent]¹. » Sans nier les spécificités des consommations populaires, ces travaux enseignent qu'elles ne sont pas figées et qu'elles entretiennent des liens de proximité avec la consommation des classes moyennes.

La sociologie critique disqualifia ces modes de consommation « petits-bourgeois ». Ainsi, dans un texte de 1990 consacré à l'achat de maisons individuelles par les couches sociales les moins riches, Pierre Bourdieu écrit en guise d'introduction : « Ce qui sera évoqué, tout au long de ce travail, c'est un des fondements majeurs de la misère petite-bourgeoise ; ou, plus exactement, de toutes les petites misères, toutes les atteintes à la liberté, aux espérances, aux désirs, qui encombrant l'existence de soucis, de déceptions, de restrictions, d'échec et aussi, presque inévitablement, de mélancolie et de ressentiment². »

La sociologie critique a d'une certaine façon négligé d'analyser les effets sociaux du manque de capital économique. Elle n'a pas interrogé les conséquences de l'accès inégal au marché induit par ce manque de capitaux, comme l'a fait David Caplovitz aux États-Unis. En 1963, ce dernier publia *The Poor Pay More*, ouvrage devenu fameux dans lequel il démontrait que les habitants des *housing projects* (habitation à loyer modéré) de Harlem étaient des consommateurs dégradés, obligés de payer plus cher des biens de moins bonne qualité. Les pauvres appartenaient bien à la société américaine et leurs désirs de consommation étaient conformes à la moyenne : Caplovitz ne les considérait pas comme les membres d'un groupe social aux

aspirations de consommation spécifiques liées à une culture propre. Il faisait œuvre de progressisme, puisqu'il cherchait à attirer l'attention publique et administrative sur eux, en présentant leurs désirs comme analogues à celles des autres citoyens américains. Cependant, la pauvreté rend difficile l'accès au marché, par manque d'argent mais surtout par manque de compétences en matière de consommation. Les pauvres sont des proies faciles pour les escroqueries en tout genre, monnaie courante du *low-income market* (le marché des ménages à bas revenus). Harlem est couvert d'une kyrielle de boutiques de produits électroménagers, qui affichent des prix bien supérieurs à ceux des magasins du reste de la ville, mais offrent deux avantages leur garantissant d'être fréquentés par une clientèle peu aisée : d'une part, ils acceptent de faire crédit, avec des montants de remboursement très faibles (par exemple, un dollar par semaine) ; d'autre part, ils mettent à l'aise les acheteurs, ne s'offusquant ni de leurs vêtements ni de leur anglais non standard. Les boutiques ont même recruté des vendeurs portoricains, afin de servir ces clients qui forment une partie importante du quartier. En échange, les marchands se réservent le droit de vendre des biens de mauvaise qualité à des prix exorbitants³. Les pratiques de ces commerçants obéissent parfaitement aux théories du segment chères à Albert Soan. On en mesure pourtant les limites, quand la qualité des produits est si déplorable que la vente s'apparente à du vol.

Les plus pauvres de la France des Trente Glorieuses n'étaient pas considérés comme des consommateurs dégradés. La récurrence des scandales liés à la persistance de la misère soulevait plutôt des débats sur leur intégration politique et sociale, avant même de conduire à une réflexion sur leur intégration économique.

(1) *Ibid.*, p. 100.

(2) Pierre Bourdieu, « Un signe des temps », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 81/82, mars 1990, p. 2-5.

(3) David Caplovitz, *The Poor Pay More*, New York, The Free Press, 1963.

La société de consommation mise à l'épreuve

André Gueslin invite à distinguer le peuple, « terme générique qui a souvent servi à désigner les prolétaires, c'est-à-dire les salariés de l'industrie¹ », des pauvres. L'appel de l'abbé Pierre en 1954, la fondation d'ATD quart-monde trois ans plus tard, ou l'émotion dont les étudiants de la nouvelle faculté de Nanterre furent saisis, en 1964, à la vue des bidonvilles attenants prouvent que la pauvreté subsistait pendant les Trente Glorieuses et que le développement économique n'avait pas éliminé le sous-prolétariat. La pauvreté ne remettait pas nécessairement en cause le progrès, les plus démunis étaient renvoyés à leur incapacité individuelle : ne pas correspondre au modèle de l'intégration constituait un signe d'infirmité². L'opinion publique qualifiait les miséreux de « marginaux, asociaux, inadaptés, et [...] d'handicapés sociaux³ ». Ainsi Jean Fourastié ironisait-il : « Aujourd'hui où tant de choses ont changé, on s'étonne que tout n'ait pas changé. À la limite, je dirais que l'on ressent non plus comme une fatalité mais comme une injustice sociale et politique le fait qu'il existe parmi nous des étrangers qui parlent mal le français et dont les enfants suivent mal l'école élémentaire, des déficients mentaux, des malades, des aveugles, des paralytiques⁴... » La société se divise ici en deux groupes : d'un côté, l'ensemble des gens qui vivent selon les normes de richesse offertes par la société de consommation et, de l'autre, une poignée d'individus aux capacités inférieures qui, pour cette raison, sont exclus de la société prospère.

Pour autant, malgré le plein emploi, une frange de la population demeurait socialement disqualifiée. Ceux que le fondateur d'ATD

quart-monde, le père Joseph Wresinski, définissait comme les membres de la couche sous-prolétarienne restaient à l'écart de la classe ouvrière stable et intégrée⁵. Leurs modes de consommation témoignaient de leur position dans l'espace social : les normes de la société intégrée leur parvenaient par les services sociaux ou par leurs camarades de travail, mais ils n'arrivaient pas à s'y conformer. Wresinski décrivait ainsi « l'igloo » de Robert Estève, un habitant des taudis : « L'habitat prend des allures non pas uniformément misérables, mais insolites, des objets incongrus s'y juxtaposent [...] la radio joue et il y a même un poste de télévision en location, car Robert a fait installer l'électricité. [...] La pauvreté commence à dévoiler sa vraie nature : elle n'est pas créatrice de valeurs culturelles propres mais introduit l'être humain dans une sorte de perpétuelle improvisation⁶. » La non-intégration de ces individus résultait du fait que la possession de ces objets ne s'accompagnait pas d'un mode de vie habituel, structuré par un emploi stable. La consommation revêtait dès lors des significations différentes. Les membres intégrés des classes populaires l'inscrivaient dans un projet continu, stabilisé par le contrat à durée déterminée et la projection dans l'avenir (telle que décrite par Olivier Schwartz) qui se traduisait, entre autres, par la valorisation de l'enseignement pour les enfants. Sans être exclus du monde du travail dans une période de plein emploi, les plus démunis demeuraient à l'écart de la prospérité. Le lien unissant stabilité et intégration sociale par la consommation se lit notamment autour de la question du crédit. Cetelem fut fondé en 1953 et le crédit à la consommation devint un important vecteur de l'équipement des ménages. Or, l'évaluation des

(1) André Gueslin, *op. cit.*, p. 295.

(2) Colette Pétonnet, *On est tous dans le brouillard. Ethnologie des banlieues*, Paris, Galilée, 1979.

(3) *Ibid.*, p. 16.

(4) Jean Fourastié, *Les Trente Glorieuses*, Paris, Fayard, 1979, p. 241.

(5) Père Joseph Wresinski, « La science, parente pauvre de la charité », introduction à Jean Labbens, *La Condition sous-prolétarienne*, Paris, Bureau de recherches sociales, 1965.

(6) *Ibid.*, p. 21.

emprunteurs est intimement liée à leur stabilité familiale, professionnelle et géographique¹ : la participation à la production, *via* le travail salarié, est un préalable essentiel à la consommation.

Les enjeux de la consommation des plus pauvres sont multiples. D'une part, cette consommation interroge l'organisation du système économique, à travers la monétarisation des échanges et la diminution de l'autoproduction. D'autre part, elle soulève des questions politiques : l'accès à des modèles partagés de consommation peut être un élément d'intégration politique et sociale de la classe ouvrière ou, au contraire, mettre en danger la cohésion du groupe. Enfin, la cohésion de l'ensemble de la société dépend du degré de participation des plus pauvres à la consommation.

Les organisations caritatives fondées dans les années 1950 commencèrent par dénoncer une forme de pauvreté en particulier, celle de l'habitat. Elles s'attaquèrent donc au problème du logement, notamment à partir de 1964 avec le déclenchement de la « guerre contre les taudis² », qui furent progressivement éradiqués. Cette amélioration coïncida avec une nouvelle phase dans l'histoire des plus pauvres : la crise économique et le début du chômage.

La consommation ou le fil des « désaffiliés » ?

Les Trente Glorieuses s'achevèrent avec la crise économique et la pauvreté changea de visage. Le mouvement ouvrier s'affaiblit et l'appartenance de classe structura de moins en moins les identités. Au début des années 1980, l'apparition des « nouveaux pauvres » remit en cause la stabilité des destins sociaux. Ces membres intégrés de la société de consommation, qui suivaient le mode de vie habituel d'accédants à la propriété et de

consommateurs moyens, furent les premiers touchés par le chômage. La maison devait être vendue, le couple fut souvent fragilisé et les espoirs d'ascension sociale pour les enfants émoussés. Films et reportages télévisés ont décrit avec effroi cet enchaînement conduisant à la dégringolade sociale³. Ces nouveaux pauvres ressemblaient à tout le monde. Leur misère était d'autant plus difficile à vivre qu'ils étaient socialisés dans un monde d'abondance, auquel ils avaient d'ailleurs participé tant que leur situation le leur avait permis. Pendant les Trente Glorieuses, on avait pu se demander si l'égalité de niveau de vie ne cachait pas des différences culturelles. On se demanda l'inverse durant les années de crise : les inégalités de revenu ne cachent-elles pas de grandes similitudes culturelles ?

Consommation et désaffiliation

La stylisation de la société sous forme de losange ou de toupie impliquait une vision verticale de celle-ci, puisqu'il s'agissait d'observer les relations entre des différentes couches. La crise a conduit à proposer une représentation horizontale de la société, désormais divisée entre le centre et la périphérie, cette dernière étant considérée comme la zone de l'« exclusion ». Si les Trente Glorieuses furent des années d'intégration sociale, les trente années suivantes furent celles de la « désaffiliation », pour citer Robert Castel⁴. Les individus ont été confrontés au dénuement matériel, ainsi qu'à la perte de leur inscription sociale, et ce dans les deux domaines sur lesquels reposait le modèle d'élévation sociale : la famille et le travail. La généralisation du salariat en a fait l'un des piliers des statuts sociaux : le chômage n'a pas seulement provoqué

(3) On peut notamment penser au film *La Crise* de Coline Serreau (1992).

(4) Robert Castel, « De l'indigence à l'exclusion : la désaffiliation », in Jacques Donzelot (dir.), *Face à l'exclusion. Le modèle français*, Paris, Ed. Esprit, 1991, p. 137-168.

(1) Jeanne Lazarus, *Le Bureau du banquier. Commerce et justice*, mémoire de DEA, Paris, Éd. de l'EHESS, 2004.

(2) Serge Paugam, *op. cit.*, p. 47.

des dégâts matériels, il a aussi remis en cause l'utilité sociale des chômeurs¹. L'intégration par le tissu relationnel et familial a été également fragilisée. Sans travail, les hommes perdent leur légitimité en tant que père et époux². Les jeunes exposent l'*ethos* de la désaffiliation : leur manière d'être est celle de ceux qui se savent « inutiles au monde³ ».

Les pauvres de la fin du 20^e siècle ont la particularité de recevoir des aides financières régulières, qui les mettent à l'abri de la pauvreté absolue : le pouvoir d'achat du RMI (instauré en 1988) dépasse largement celui du revenu d'un prolétaire de 1850. Comment cependant conjuguer l'assistance avec la consommation ? L'assistance implique un usage parcimonieux du don social et des devoirs de modestie de la part du récipiendaire, tandis que la consommation incite à satisfaire des désirs qui ne se justifient pas toujours en termes de nécessité absolue. La définition du minimum vital a pourtant évolué au cours de la période de croissance. Nombre de biens d'équipements sont désormais indispensables (réfrigérateur, téléphone, cuisinière, télévision, *etc.*)⁴. Plus encore, la participation à la société de consommation forme l'un des fils qui relie les individus à l'ensemble du groupe. En témoigne la mise en place en 1998 d'une prime de Noël pour les allocataires de RMI : le minimum d'insertion n'implique pas seulement d'avoir de quoi survivre, mais également d'être en mesure de faire des cadeaux à ses proches. La consommation serait-elle devenue pour nom-

bre de Français la seule forme d'affiliation subsistante ? Elle offre à la fois un statut social et le réconfort d'échapper, même brièvement, à la contrainte et au manque. Pour autant, la consommation des pauvres est fortement encadrée par les services sociaux, à qui ils doivent rendre des comptes et qui portent des jugements moraux prônant la restriction⁵.

Jean-François Laé et Numa Murard ont montré les modes d'adaptation à la pénurie de ces pauvres d'un genre nouveau, modes d'adaptation liés aux services sociaux⁶ et à la gestion prudentielle des ressources⁷. Les cycles de consommation correspondent aux rentrées d'argent, bimensuelles : le 30 de chaque mois, les salaires et une partie des allocations, le 15 les allocations familiales. Les femmes qui tiennent les finances hiérarchisent leurs priorités, privilégiant l'alimentation, avec une stratégie de survie organisée. Une part importante du budget consacré à l'alimentation constitue d'ailleurs un indicateur de pauvreté⁸. Ainsi, Jeanine ayant reçu deux mille francs d'allocations postnatales achète au supermarché une provision de couches, layettes, lait, lait en poudre et café. Elle acquiert aussi des habits et du maquillage. « Elle fait preuve d'une grande lucidité, d'une sorte de prévoyance économique en négatif. Elle s'orga-

(5) Cyprien Avenel, cite ainsi une allocataire du RMI parlant de son assistante sociale : « Par exemple, pour les fêtes de Noël, je n'ai pas pu lui dire la vérité. Parce qu'elle m'aurait dit : "Vous avez des associations caritatives qui donnent des jouets, plus ou moins abîmés." C'est humiliant. Je veux offrir moi-même mes cadeaux à mes enfants. » (« La relation aux aides sociales du point de vue des familles bénéficiaires », *Recherches et Prévisions*, 72, juin 2003, p. 41)

(6) Serge Paugam l'a également décrit dans *La Disqualification sociale. Essai sur la nouvelle pauvreté*, Paris, PUF, 1991.

(7) Jean-François Laé et Numa Murard, *L'Argent des pauvres*, Paris, Seuil, 1985.

(8) En 2005, les ménages en dessous du seuil de pauvreté consacraient 22 % de leur budget à l'alimentation contre 18 % pour l'ensemble de la population. (Élise Andrieu *et al.*, « L'alimentation comme dimension spécifique de la pauvreté », *Les Travaux de l'Observatoire national de la pauvreté et de l'exclusion sociale*, Paris, La Documentation française, 2005)

(1) Paul Lazarsfeld et son équipe l'ont montré à propos des chômeurs de Marienthal : l'identité au travail structure les autres appartenances. Si la mine ferme ses portes, les associations culturelles et sportives disparaissent aussi : sans le travail, les liens sociaux se défont. Paul Lazarsfeld, *Les Chômeurs de Marienthal*, Paris, Éd. de Minuit, 1981.

(2) Olivier Schwartz, *op. cit.*, p. 358.

(3) Robert Castel, *op. cit.*, p. 164.

(4) Paul Dickes, « Ressources financières, bien-être subjectif et conditions d'existence », in Françoise Bouchayer, *Trajectoires sociales et inégalités. Recherche sur les conditions de vie*, Toulouse, Érès, 1994, p. 179-198.

nise pour soutenir un siège, et c'est bien de cela qu'il s'agit¹ », écrivent les auteurs, qui notent en outre qu'elle rentre en taxi du supermarché. Les éducateurs s'en offusquent à tort, puisqu'elle ne pouvait pas tout porter. Compte tenu de sa situation, son mode de gestion de l'argent est le plus rationnel. Cette stratégie de stockage est également observée par Pascale Moulévrier et Gilles Lazuech à propos des comportements de consommation de femmes vivant en foyers de jeunes travailleurs : même les plus dépensières et apparemment insouciantes d'entre elles constituent des réserves, se conformant aux techniques ouvrières transmises par leurs mères².

Les autres modes d'adaptation à la pénurie consistent à développer une autoconsommation alimentaire supérieure à celle des autres groupes sociaux, et à très peu s'alimenter en dehors du foyer³. On peut y ajouter l'entraide entre voisins, tout comme le recours au crédit auprès de personnes de leur entourage, auprès de commerçants et, plus rarement, auprès d'organismes de crédit qui exigent des revenus salariaux.

Les pauvres sont-ils un segment ?

Peut-on considérer les pauvres comme un segment de consommateurs ? En 1993, Jean-Noël Kapferer se réjouissait de la multiplication des magasins de hard discount en France : « La distribution française va entrer pour de bon dans l'ère de la segmentation⁴. » Ces magasins, qui existent depuis 1988, se différencient des grandes surfaces traditionnelles en ce qu'ils propo-

sent des produits d'entrée de gamme, dont les prix sont abaissés par la réduction des coûts de présentation : les étalages des magasins sont rudimentaires et les produits, n'appartenant pas à des marques connues, n'ont pas à supporter de surcoûts liés au marketing. En rappelant les produits de marque, formes et couleurs des emballages accentuent la proximité avec les produits de moyenne gamme des supermarchés. Ainsi, ces magasins offrent aux ménages modestes une consommation qui ressemble fort à celle des catégories moyennes. Leur essor tendrait à prouver que les pauvres ne possèdent pas de culture de consommation propre, mais partagent celle des classes moyennes, tout en disposant de moyens monétaires inférieurs. Même si des spécificités liées aux catégories sociales restent visibles⁵, l'univers de référence des plus pauvres, notamment des allocataires de minima sociaux, est le même que celui des salariés, que ces références soient transmises dans les cours de récréation ou par la télévision. Les travailleurs sociaux qui prennent en charge les allocataires du RMI cherchent d'ailleurs un équilibre entre les ressources des personnes et les normes sociales de consommation. Un écart trop important peut provoquer un déficit d'intégration : l'absence de voiture, de télévision, de téléphone, de vacances pour les enfants empêche souvent de « participer aux échanges⁶ ». Agnès Villechaise parle à propos des habitants d'une cité HLM de la région de Bordeaux de « classes moyennes paupérisées⁷ ». Elle souligne que ces « pauvres » ont adopté les jugements des classes moyennes, dont ils partagent les modèles et les

(1) *Ibid.*, p. 84.

(2) Gilles Lazuech et Pascale Moulévrier, « Exclusion monétaire et usages sociaux de l'argent », rapport pour la communauté urbaine de Nantes et la MSH-Ange Guépin, Nantes, CENS/ université de Nantes, 2004.

(3) Anne Lhuissier *et al.*, *op. cit.*

(4) Jean-Noël Kapferer, « *Hard Discount* : la révolution qui vient d'Allemagne », *L'Expansion*, 20 décembre 1993.

(5) Louis Chauvel, « Du pain et des vacances : la consommation des catégories socioprofessionnelles homogénéise-t-elle (encore) ? », *Revue française de sociologie*, 40 (1), 1999, p. 79-96.

(6) Serge Paugam, *La Société française...*, *op. cit.*, p. 232.

(7) Agnès Villechaise, « La banlieue sans qualités. Absence d'identité collective dans les grands ensembles », *Revue française de sociologie*, 38 (2), 1997, p. 351-374.

valeurs, de sorte que le regard qu'ils portent sur eux-mêmes se transforme en haine de soi. L'absence d'appartenance collective et de référence à la classe ouvrière que constate l'auteur ne permet plus à ces populations de mettre à distance le regard porté sur soi par le reste de la société. Le stigmate est fortement intériorisé et l'exclusion de la consommation douloureusement ressentie¹. Ceci est sans doute renforcé par la faible production domestique des plus pauvres, en dehors de l'autoconsommation alimentaire². L'enquête *Modes de vie* de l'Insee, réalisée en 1988-1989, montre que la production domestique, qui accroît considérablement le niveau de vie, est surtout réalisée par les classes moyennes : les plus pauvres manquent à la fois des compétences et de l'argent nécessaires, tout en ne bénéficiant pas de l'entraide des ménages mieux intégrés³.

Ceux dont l'absence de travail et la faiblesse des sociabilités (autres que familiales) compromettent la participation à la société peuvent trouver dans la consommation un lien avec le monde extérieur. Les travailleurs sociaux soulignent la difficulté d'existences faites de désirs non satisfaits. « Le pauvre avec une maison, un appartement tout simple, une chaise et quatre table, c'est pas concevable aujourd'hui ! [...] Le pauvre, il est aussi dans un système de consommation et on lui demande d'être dans un système de consommation. [...] Et après on a un certain nombre de gens qui pensent que les pauvres ça doit se solvabiliser comme tout le monde⁴ », faisait remarquer un cadre de l'action sociale. D'une certaine façon, les exi-

gences en matière de consommation minimale dénie aux pauvres leur statut. Les « barrières à l'entrée » de l'installation sont très élevées, compte tenu de la cherté des loyers et de l'équipement minimal nécessaire. Alors que l'accès à un emploi stable se révèle de plus en plus tardif et délicat pour les jeunes, les garanties financières et de stabilité demandées par un bailleur ou par un banquier se multiplient⁵.

La consommation est une obligation pour la vie matérielle et le maintien d'un semblant d'intégration sociale. Elle offre également un mode de compensation des « frustrations statutaires⁶ » : les pauvres privés de satisfactions dans d'autres sphères compensent leur impossible mobilité sociale par une forte consommation, parfois d'une urgence impérieuse⁷. Serge Paugam indique que les allocataires du RMI qui consomment le plus se trouvent parmi ceux qui, presque définitivement éloignés du travail ont maintenu de solides liens sociaux. Le statut perdu de travailleur est remplacé par un fort investissement dans les rôles de parents et de consommateurs⁸.

Les lois sociales ont peu à peu intégré ces éléments dans leur traitement de la pauvreté et une panoplie de mesures ont été adoptées, depuis la fin des années 1980, pour maintenir ce minimum de consommation qui semble désormais considéré comme légitime, voire vital. Ainsi la loi Besson instaure-t-elle en 1990 le Fonds de solidarité logement (FSL) qui donne les moyens d'accéder à un logement et éventuellement de prendre en charge des impayés de loyers, afin d'éviter l'expulsion. Mais le logement s'accompagne forcément de l'accès à l'énergie, au téléphone et à l'eau. Les factures

(1) *Ibid.*, p. 369.

(2) L'autoconsommation représente 7,7 % de la consommation alimentaire des ménages du premier décile, contre 1,6 % pour les deux derniers. (Élise Andrieu *et al.*, *op. cit.*)

(3) Alain Deguene, Ghislaine Grimler, Marie-Odile Lebeaux et Yannick Lemel, « La production domestique atténue-t-elle la pauvreté ? », *Économie et Statistiques*, 308-309-310, 1997, p. 159-186.

(4) Entretien réalisé par l'auteur.

(5) Au sujet de l'inégalité générationnelle dans l'accès au logement, voir Louis Chauvel, *Le Destin des générations, structure sociale et cohortes en France au XX^e siècle*, PUF, Paris, 2002.

(6) David Caplovitz, *The Poor Pay More*, *op. cit.*, p. 12-13.

(7) Olivier Schwartz, *op. cit.*, p. 118.

(8) Serge Paugam, *La Société française...*, *op. cit.*, p. 235.

sont alors souvent réglées par les services sociaux¹, qui parent au plus pressé, alors que se construisent progressivement des règles fixes. France Télécom propose en 1996 un service universel de téléphone : un abonnement moins cher pour les foyers à bas revenus ou dont un des membres est handicapé. En 1998, la loi contre les exclusions met en place un « fonds d'impayés d'énergie ». Il est destiné à venir en aide aux ménages ayant des difficultés à payer leurs factures d'eau, d'électricité, de chauffage et de téléphone. Cette loi proclame un « droit à l'électricité », un « droit au logement », un « droit à la santé », ainsi qu'un droit à « l'égalité des chances par l'éducation et la culture » : « L'égal accès de tous, tout au long de la vie, à la culture, à la pratique sportive, aux vacances et aux loisirs constitue un objectif national. Il permet de garantir l'exercice effectif de la citoyenneté². » La culture, les loisirs et les vacances sont donc des marqueurs de non-exclusion de la société française de la fin du 20^e siècle. Plusieurs propositions de lois ont été déposées depuis 2004 demandant une couverture universelle d'électricité. La mort de plusieurs personnes dans des incendies provoqués par des bougies suppléant l'électricité coupée fut à l'origine de celle datant de décembre 2004 : « Des familles démunies sont contraintes de recourir à des méthodes dangereuses de remplacement des besoins de la vie quotidienne, notamment s'éclairer à la bougie ou avoir recours à des bouteilles de gaz », argumentaient les dépositaires. C'est le minimum vital qui est invoqué. Sans que la loi ne soit votée, EDF a mis en place un « tarif de première nécessité », effectif depuis le 1^{er} janvier 2005. Il comprend deux catégories : le service

de maintien d'énergie (SME), qui délivre trois mille watts aux foyers, et le service minimum d'énergie qui se limite à mille watts (SMI). Avec trois mille watts précise l'entreprise, on peut s'éclairer, faire marcher un réfrigérateur, une télévision, et un ou deux convecteurs. Un service similaire devrait être mis en place en 2006 : le « service bancaire universel ».

Les pouvoirs publics ont pris acte de la nécessité d'accéder à un certain nombre de biens de consommation. Ils y répondent en proposant de mieux segmenter les offres des services fondamentaux. Pourtant, avec trois mille watts d'électricité, si un fer à repasser est branché en même temps que le chauffage, l'installation risque de ne pas résister. La limite de la segmentation est de nouveau perceptible : les pauvres se voient offrir les mêmes biens et services que les classes moyennes, ce qui leur permet d'en partager les valeurs ; mais connaissant ces valeurs, ils peuvent évaluer plus cruellement la mauvaise qualité de ce qui leur est proposé.

Commercer avec les pauvres ?

Les marchands qui commercent avec les pauvres sont facilement accusés de gagner un argent illégitime, en profitant de la misère et des manques de leurs clients. La participation à la société de consommation exige des compétences qui font parfois défaut aux plus pauvres, l'autonomie et la stabilité (en matière de crédit) notamment. Ainsi, pour profiter des produits les moins chers en confrontant les offres convient-il de savoir compter et d'entretenir un rapport serein et légitime aux activités marchandes. La participation au marché exige une forte autonomie dans la gestion de l'argent et dans la consommation, autonomie que ne possèdent pas toujours les plus pauvres³. Ils font

(1) Voir Jean-François Laé et Numa Murard, *op. cit.*

(2) Loi d'orientation n° 98-657 du 29 juillet 1998 relative à la lutte contre les exclusions, *Journal officiel*, 175, 31 juillet 1998, p. 11679.

(3) Luc Boltanski et Ève Chiapello ont montré l'importance de l'autonomie dans *Le Nouvel Esprit du capitalisme*, Paris, Galimard, 1999.

alors en sorte de trouver des points d'appui – comme une caissière préférée –, ou des techniques de gestion de l'argent rassurantes – telles que l'utilisation d'enveloppes et d'argent liquide aux dépens de cartes de paiement qui empêchent la visualisation immédiate des comptes¹. En enquêtant auprès des populations défavorisées du Nord de la France, Jean-Michel Servet s'est aperçu que, malgré le passage à l'euro, les personnes les plus démunies n'allaient pas en Belgique pour y comparer les prix. Les difficultés de transport ne sont pas seules en cause : ces personnes fréquentent toujours le même magasin, voire la même caissière, et pallient leurs difficultés de calcul en achetant systématiquement les mêmes produits et en donnant toujours les mêmes billets, sur lesquels la monnaie leur est rendue. La fréquentation d'autres lieux de vente provoque chez eux la crainte d'être floué et de voir leur niveau culturel mis au jour².

Les marchands qui se spécialisent dans la vente aux plus pauvres, ce segment que les Anglo-Saxons nomment *subprime*³, ne profitent-ils pas de ces difficultés d'accès ? En échange de relations moins impersonnelles, ils font payer au prix fort leur intermédiation avec le monde marchand, tels les commerçants de Harlem étudiés par David Caplovitz ou ces épiciers normands profitant de la dépendance de clients à qui ils font crédit pour leur vendre des

quarts de beurre pesant cent vingt grammes au lieu de cent vingt-cinq⁴.

Ce soupçon irrigue les critiques adressées aux organismes de crédit à la consommation : on leur reproche d'être des usuriers modernes, exploitant la misère et la crédulité⁵. Les représentants de ces établissements rétorquent que leur activité est un formidable instrument d'intégration sociale : le crédit offre à tous la valorisation de soi par l'acquisition de biens durables, qui non seulement élèvent les niveaux de vie mais permettent à une partie de la population d'accéder aux modes de vie dominants dont elles seraient sinon exclues⁶. Les défenseurs de ce commerce avec les pauvres soulignent le pouvoir démocratique de la société de consommation : outre qu'il offre des biens et services en quantité, le marché ne discrimine ni ne méprise. Grâce à la segmentation, chacun peut trouver son bonheur et tous participent à la vie sociale. Ils procèdent même à un retournement du stigmatisme consistant à souligner la valeur morale de ceux qui acceptent de commercer avec des clients rejetés ailleurs.

Des arguments de ce type furent avancés en 1996 par l'entreprise Crazy George's lorsqu'elle implanta un magasin à Bobigny puis au Havre, provoquant un vif émoi. Elle proposait des modalités de location-vente de biens d'équipement qui alliaient faiblesse des versements hebdomadaires et prix total usuraire : pour 49 francs par semaine pendant trois ans, un consommateur pouvait obtenir une machine à laver, au prix total de 7 176 francs, alors qu'elle lui aurait coûté 3 170 francs au comptant. Les

(1) À propos des difficultés liées à la monnaie électronique, voir Jan Pahl, *Invisible Money. Family Finances in the Electronic Economy*, Bristol, Policy Press, 1999.

(2) Jean-Michel Servet, « La thune, le flouze, le blé en euro. Analyse socio-économique des conditions d'une transaction monétaire », *Journal des anthropologues*, 90-91, 2002, p. 231-260. Marie-Louise Bonvinci relate également la préférence pour les femmes immigrées du magasin où on se sent à l'aise entre gens qui paient en liquide, plutôt que du supermarché moins cher, où il faut « lire les prix, compter sa monnaie ». (Marie-Louise Bonvinci, *Immigré au féminin*, Paris, Les Éd. ouvrières, 1992, cité par André Gueslin, *op. cit.*)

(3) *Subprime* s'oppose à *prime* qui désigne les segments fortunés des consommateurs. Voir par exemple Michael Hudson, « Banking on Misery », *Southern Exposure*, 31 (2), été 2003.

(4) Alwine de Vos Van Steenwijk, *Comme l'oiseau sur la branche. Histoire des familles dans la grande pauvreté en Normandie*, Éd. sciences et Service-Éd. Quart Monde, 1986, cité par André Gueslin, *op. cit.*

(5) Par exemple, dans l'hebdomadaire *Marianne*, une brève consacrée aux réserves d'argent s'intitulait : « Coucou, revoilà les usuriers ! » (*Marianne*, 460, du 11 au 17 février 2006)

(6) Rosa-Maria Gelpi et François Julien-Labruyère, *Histoire du crédit à la consommation*, Paris, La Découverte, 1994, p. 15.

hommes politiques participèrent ardemment au débat, dénonçant « l'exploitation éhontée de la pauvreté¹ ». Le magasin fut d'abord attaqué sous l'angle du respect de la loi : les étiquettes indiquaient uniquement le loyer hebdomadaire sans mention du prix total. Il fut contraint de fermer deux semaines, afin de mettre ses étiquettes en conformité avec la réglementation. Ses détracteurs se concentrèrent alors sur le terrain moral : ces exploiters profitaient de la misère et de la naïveté des gens². Ces magasins furent décrits sous l'angle de l'escroquerie, sans que la question de l'accès aux biens de consommation ne fut réellement soulevée – sinon de façon purement morale : le débat portait sur les méfaits de la société de consommation. L'entreprise pouvait répondre sur ce terrain : « Il s'agit pour nous de permettre aux personnes qui ne peuvent payer comptant une machine à laver ou un téléviseur, et qui n'ont pas accès aux formules de crédit classiques, d'acquérir des biens de consommation durables de grandes marques », affirmait le directeur du magasin³. Le dossier de presse soulignait que Crazy George's répondait aux « besoin de consommer comme tout le monde⁴ » des consommateurs peu fortunés. Les magasins ont, semble-t-il, fermé pour des raisons économiques : ils n'ont pas rencontré le marché qu'ils escomptaient⁵.

Étudier la consommation des pauvres revient finalement à interroger une forme de participation sociale qui rattache les plus précaires à la communauté. La pauvreté culturelle

et politique supposée de cette participation incite plus souvent à la dénoncer qu'à l'analyser, de sorte que peu de travaux la prennent au sérieux comme un véritable objet d'étude. La controverse autour de Crazy George's souligne ce qui peut paraître choquant et provoquant dans le fait de constituer les pauvres en un segment de consommateurs. La monétarisation de la vie quotidienne les force à recourir au marché, mais ils manquent des armes monétaires et sociales pour y participer. Dans le même temps, la consommation est devenue une norme de participation sociale, au détriment des modèles traditionnels d'adaptation à la pénurie par l'autoconsommation et la privation.

Néanmoins, cette sphère est parfois la seule qui leur offre une participation sociale. Ne risquerait-on pas, sans la consommation, d'arriver à un point où « les gens s'effacent complètement d'une société », comme l'affirmait un travailleur social⁶ ? Une approche exclusivement morale tendrait à ne pas prendre au sérieux le besoin de consommation des pauvres, décrits comme des candides, tant face aux pièges des magasins que face aux tentations consuméristes. Pauvres et marché sont considérés comme antithétiques : les pauvres risquent d'être floués et se dessine en creux la figure idéalisée du pauvre au mode de vie chic mais authentique – nouveau symbole de la résistance à l'uniformisation destructrice des valeurs morales. Les obstacles que le pauvre rencontre dans l'accès aux biens rares seraient en mesure d'engendrer spontanément chez lui des valeurs substituables à celles de la consommation. Cette logique n'était pas sans fondement quand le travail, valorisant force et activité, assurait son statut⁷ ; mais le chômage a changé en profondeur cette réalité.

Le chômage a également modifié la sémantique. Au cours des Trente Glorieuses, mouve-

(1) Jacques Mahéas (sénateur PS de Seine-Saint-Denis) lors de la séance au Sénat du 21 novembre 1996.

(2) Jeanne Llabres, « Spéculer sur la misère est intolérable », entretien avec Bernard Brisinger, maire de Bobigny, *L'Humanité*, 11 novembre 1996.

(3) Jeanne Llabres, « Crazy George's vide la tirelire des pauvres », *L'Humanité*, 9 novembre 1996.

(4) *Ibid.*

(5) Catherine Maussion et Jacqueline Coignard, « Crazy George's fait ses valises », *Libération*, 18 juillet 1998.

(6) Jeanne Llabres, « Spéculer sur la misère... », *op. cit.*

(7) Florence Weber, *op. cit.*

ments sociaux et analystes considéraient plutôt le peuple que les pauvres, laissant souvent les plus défavorisés à l'écart de leurs réflexions. L'émiettement des identités ouvrières, la précarisation, associés à un rapprochement des aspirations et des normes de socialisation ont rendu opératoire la notion de « pauvres ». Les représentations du mode de vie « moyen » sont désormais les mêmes pour l'ensemble de la société et le manque d'argent est un déterminant essentiel à la description des pratiques de

ceux qui appartiennent à la classe moyenne paupérisée.¹

Jeanne Lazarus, agrégée de sciences économiques et sociales, monitrice à l'université Paris-VII, prépare une thèse de sociologie économique dans le cadre du Groupe de sociologie politique et morale de l'École des hautes études en sciences sociales (GSPM, EHESS) sur les banques de détail en tant qu'institutions d'encadrement moral et social des pratiques économiques quotidiennes. Elle publiera à l'automne 2006, avec Damien de Blic, *Sociologie de l'argent* aux éditions La Découverte. (jeanne.lazarus@free.fr)

(1) Je remercie Pap N'Diaye et Paul-André Rosental pour leurs lectures critiques des versions antérieures de ce texte. Les erreurs et omissions restent miennes.