

Titre provisoire de la thèse :

Une histoire de l'économie de la consommation aux États-Unis : naissance d'un champ et enjeux d'expertise (1880-1936)

David Philipppy

Université de Lausanne (IEPHI, CWP)

David.philipppy@unil.ch

Dans les années 1920, la question des pratiques de consommation des américains fut l'objet d'un intérêt particulier aux États-Unis. Des dizaines d'ouvrages et manuels sur le sujet furent publiés par des économistes en l'espace de quelques années, tous dévoués à l'étude des causes et des effets des pratiques des consommateurs. Mais cet intérêt ne s'est pas seulement traduit par des études positives d'analyse de budgets des familles, il visait également à transformer ces pratiques en une « consommation rationnelle »¹. Durant les deux premières décennies du 20^{ème} siècle, on parle volontiers d' « économie de la consommation » pour désigner ce nouveau champ. Par ce nom, on entendait qualifier la partie de l'analyse économique qui s'intéresse exclusivement aux dépenses de consommation des consommateurs, en opposition à une théorie économique articulée autour du processus productif. Il est difficile de faire correspondre à ce domaine à l'époque naissant un équivalent contemporain, dans la mesure où l'on le retrouve aujourd'hui disséminé entre diverses sous-disciplines de la théorie économique contemporaine, utilisant des méthodes et des outils radicalement distincts. Pensons par exemple aux modèles macroéconomiques modernes de fonction de consommation², aux modèles micro-économétriques de comportement de consommation tels que ceux de Angus Deaton (1981, 1992), ou aux théories marketing utilisées en entreprise visant à connaître les ressorts du choix du

¹ « *Rational consumption* » (Goldstein, 2012, voir chap. 1).

² Inspirés des écrits sur l'hypothèse du revenu permanent de Milton Friedman (1957) et du cycle de vie de Franco Modigliani et Richard Brumberg (1954).

consommateur. En plus des différences d'approches épistémologiques (raisonnement micro *versus* macro), la question de l'identité de l'acteur à étudier est également différenciée (ménage, consommateur individuel, ou effacement de cette identité dans le cas du raisonnement à l'échelle agrégée). De la fin du 19^{ème} aux années 1920, le champ de l'économie de la consommation se structure à travers le rôle d'hommes et de femmes économistes (et également non-économistes comme nous le verrons) d'horizons parfois radicalement opposés qui témoignèrent d'un vide à la fois théorique et empirique concernant l'étude de la consommation. Leurs travaux devinrent dans les années 1930 la boîte à outils d'experts (principalement des femmes) travaillant dans des bureaux fédéraux et également au sein d'entreprises privées, spécialisées dans l'éducation des consommatrices et le test de produits à travers l'idée centrale qu'une consommation rationnelle est non seulement possible mais surtout préférable. Dans cette thèse, nous proposons d'interroger l'histoire du champ de l'économie de la consommation tel qu'il se déploie aux États-Unis à travers la tension structurante qu'il entretient entre un domaine d'étude positif et un discours d'expertise visant à promouvoir un idéal de pratiques axé autour de la question du choix des consommateurs.

Objet

Pour cerner avec davantage de précision l'objet qui nous occupe ici, nous nous appuyons sur la distinction faite par Rottier (1961, p. 211) entre d'une part, (1) les études qui s'intéressent aux dépenses de consommation d'un point de vue strictement holiste, et dont l'objectif est d'étudier les conséquences des variations du niveau agrégé de ces dernières sur l'activité économique ; et d'autre part (2) « l'analyse des facteurs économiques qui conditionnent le comportement des consommateurs » (ibid.). C'est ce second type d'analyse qui nous intéresse ici car c'est précisément sous cette forme qu'émergea la question de la consommation comme objet économique autonome aux États-Unis³. Bien qu'elle puisse être étudiée par d'autres disciplines (la

³ Bien que certains auteurs consacèrent parfois volontiers un court chapitre en fin d'ouvrage pour traiter de cette question, ce traitement apparaissait comme minimal.

sociologie, l'anthropologie, l'histoire, par exemple), la consommation est généralement perçue comme un objet économique *en soi*. Autrement dit, elle appartiendrait au domaine d'analyse légitime du champ économique puisqu'elle contient en son sein les questions de prix, de choix et de marché, qui sont eux-mêmes des composantes essentielles de la définition moderne de l'analyse économique. Par ailleurs, bien que les auteurs américains dont nous traitons dans cette thèse réclament que la discipline se saisisse de ce champ, la consommation n'est pas exactement absente de la pensée économique classique. Depuis des siècles, elle est un moment central du processus décrit par les économistes. Elle était déjà visible dans les tableaux économiques de François Quesnay (1759) qui représentait le système économique à travers une conception circulaire entre production et consommation. De même chez Adam Smith (1776) la consommation des richesses est l'un des trois piliers du modèle qu'il décrit, auquel une partie du stock total de la société est affectée via tous les consommateurs (qu'ils soient capitalistes, travailleurs, ou propriétaires)⁴. Pensons également à la définition de Jean-Baptiste Say contenu dans le sous-titre de son *Traité* (1803) : « *Traité d'économie politique, ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses* ». En d'autres termes, lorsqu'un économiste traitait de la consommation, il ne s'aventurait a priori pas aux frontières de sa discipline pour explorer des domaines inconnus. C'est en ce sens que la consommation peut être perçue comme un objet *évident* de l'analyse économique.

Comment alors expliquer l'urgence qu'exprimèrent ces auteurs de traiter de la question de la consommation ? Qu'entendaient-ils par cette volonté d'autonomiser une partie de l'analyse économique ? Pour le comprendre, il convient de prendre la mesure du bouleversement épistémologique que le surgissement de la théorie marginaliste engendra. Ce nouveau paradigme émergea en Europe dans les années 1870 à travers les travaux quasi-simultanés de Stanley Jevons en Angleterre, Carl Menger en Autriche et Léon Walras en Suisse qui recentrèrent la théorie

⁴ Skinner (2003, p. 104).

économique autour de la notion d'utilité marginale. Sur le plan épistémologique, l'approche marginaliste eut pour effet de renverser la logique classique circulaire des rapports entre production et consommation laissa place à une représentation linéaire dans laquelle l'individu devient le point de départ, et sa consommation le point d'arrivée. Contrairement à l'analyse des classiques qui privilégiait une logique holiste, le marginalisme prit l'individu comme point de départ. Le champ de l'économie de la consommation apparaît dans cette perspective à la fois comme héritière de cette nouvelle épistémologie micro-orientée et l'utilise dans le même temps comme repoussoir pour se structurer à partir d'une critique de la « psychologie hédoniste » qui sous-tend la théorie de l'utilité marginaliste. Ce rapport ambivalent par rapport à la théorie marginaliste apparaît comme structurant tout au long de l'histoire de ce champ et témoigne de la tension permanente entre un discours d'ordre positif concernant les pratiques de consommation, et un autre d'ordre normatif orienté vers la promotion de choix de consommation rationnels.

Hypothèses centrales de la thèse

H1 : La première hypothèse centrale de la thèse consiste donc à affirmer que l'émergence de la consommation comme objet de l'analyse économique s'est opérée en réponse à la théorie marginaliste. Plus précisément, nous montrons que cette dernière a permis un changement épistémologique favorable à une telle analyse, qui, appuyée par le contexte intellectuel progressiste américain et l'influence majeure de nouvelles théories en psychologie, a rendu l'autonomisation de la consommation comme objet d'étude autonome par rapport à la production.

H2 : La deuxième hypothèse affirme que la structuration de ce nouveau champ fut permise par le rôle d'acteurs non-économistes (en l'occurrence des femmes appartenant au home economics movement) qui se percevaient comme légitimes pour traiter cette problématique. Cette hypothèse implique un positionnement particulier concernant l'histoire de la pensée économique dans la mesure où elle privilégie l'objet plutôt que les acteurs qui s'occupaient de cet objet. Il s'agit donc

ici de traiter la consommation non par un récit des grands auteurs, mais comme objet qui fut saisi par des protagonistes à la frange de la discipline économique.

H3 : Enfin, la troisième hypothèse affirme que le rapport de force entre consommateur et producteur est structurant dans l'histoire du champ de l'économie de la consommation. Il apparaît à cet égard emblématique de la tension entre une volonté de décrire fidèlement le processus à l'œuvre dans le choix du consommateur, et de conserver un principe de souveraineté du consommateur. Comme nous le montrons, la solution qui sera proposée passera en large partie par la promotion de l'éducation des consommateurs, la conduite d'enquêtes (du côté des consommateurs, et également des producteurs afin d'évaluer l'impact des publicités), et la mise en place de système de labels et de protection du consommateur.