Simon LANGLOIS, *Consommer en France. Cinquante ans de travaux scientifiques au Crédoc*

Paris, Éd. de l'Aube, coll. Petite bibliothèque du Crédoc, 2005, 271 p.

Stéphanie Hurez

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1940>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.1940

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2008

Pagination : 413-415

ISBN : 978-2-86480-952-4

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Stéphanie Hurez, « Simon LANGLOIS, *Consommer en France. Cinquante ans de travaux scientifiques au Crédoc* », *Questions de communication* [En ligne], 13 | 2008, mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 08 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1940> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.1940>

Ce document a été généré automatiquement le 8 avril 2021.

Tous droits réservés

Simon LANGLOIS, *Consommer en France. Cinquante ans de travaux scientifiques au Crédoc*

Paris, Éd. de l'Aube, coll. Petite bibliothèque du Crédoc, 2005, 271 p.

Stéphanie Hurez

RÉFÉRENCE

Simon LANGLOIS, *Consommer en France. Cinquante ans de travaux scientifiques au Crédoc*. Paris, Éd. de l'Aube, coll. Petite bibliothèque du Crédoc, 2005, 271 p.

- 1 « Peut-on dire que la consommation marchande va s'étendre et se développer de manière ininterrompue, par-delà les hauts et les bas de la conjoncture ? Aura-t-elle par ailleurs plus ou moins la même forme pour tous les individus et tous les ménages ? Poser ces questions, c'est soulever des problèmes qui ont attiré l'attention des philosophes, des sociologues et des économistes depuis des lustres : comment définir les besoins en société ? Comment évoluent-ils dans le temps entre les classes sociales ? Comment caractériser le lien entre le désir et le besoin, entre les aspirations et les besoins ? » (p. 15). Dans une société où les pratiques de consommation ont connu, au fil des années, des mutations de natures diverses, Simon Langlois a choisi d'en dresser un état des lieux qui tente d'y apporter des éléments de réponse à partir des recherches menées par le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc) depuis 1955, année de sa création. La diversité et l'abondance des thématiques investies et sondées par cet organisme n'ayant probablement pas facilité la tâche de l'auteur - en témoignent les références bibliographiques figurant à la fin de l'ouvrage -, nous ne pouvons que féliciter la démarche scientifique qu'il a entreprise afin de livrer une synthèse richement documentée de l'évolution de la consommation durant ces cinquante dernières années. Mais, bien que l'objectif d'un tel travail a été de cerner des tendances de consommation à différentes périodes données, les sept chapitres que

compte l'ouvrage ne peuvent pas être considérés indépendamment l'un de l'autre. Chacun montre que, influencée par des valeurs et/ou des contextes démographiques, sociaux, économiques, politiques et culturels, la consommation « doit être comprise, interprétée et expliquée à partir des raisons des acteurs sociaux au sens large, ce qui inclut aussi bien les consommateurs eux-mêmes que les distributeurs, sans oublier les sociétés productrices » (p. 239). Ainsi comprend-on aisément comment, depuis la satisfaction des besoins élémentaires - qui naquit au milieu du XX^e siècle - jusqu'à l'essor de la consommation immatérielle et du besoin de « rassurance », la population française a pu accéder au confort moderne et aux changements induits par les innovations technologiques. Néanmoins, il semble important de souligner que les études auxquelles Simon Langlois se réfère sont parfois trop anciennes pour que les données soient suffisamment parlantes. En outre, les théories exposées ne sont pas novatrices en elles-mêmes puisqu'elles reprennent les grandes lignes des recherches développées dans le champ de la sociologie de la consommation - telles celles de Jean Baudrillard, Nicolas Herpin et Gilles Lipovetsky, par exemple - mais elles ont, somme toute, l'avantage d'apporter un éclairage pertinent sur les constats établis par le Crédoc dans lesquels l'auteur puise les germes de sa réflexion.

- 2 Au-delà de son caractère purement descriptif, l'ouvrage est traversé par l'idée que le consommateur est non un « agent passif » de l'économie mais un acteur, un « consommateur entrepreneur », dirait Robert Rochefort. Ce leitmotiv est d'ailleurs annoncé dès l'introduction quand l'auteur explique que « le consommateur analysé par le Crédoc n'est pas vu comme étant manipulé par les forces du marché ni dominé par des forces extérieures qui pèseraient sur lui, mais il est au contraire considéré comme un acteur ayant une marge de manœuvre, qui agit et décide, mais dont l'action doit être située dans un espace marqué par des contraintes diverses qui limitent plus ou moins sa marge de manœuvre » (pp. 10-11). N'est-ce pas en cela que la sociologie de la consommation diffère du marketing, attendu que, loin de ne s'intéresser qu'aux résultats des enquêtes, elle cherche, à travers un objet d'étude assez resserré, à dégager une conception des rapports sociaux dont le présupposé dépasse le seul champ de la consommation ? « L'apport du Crédoc ne se limite pas à la sociographie ni à la méthodologie de l'analyse de données. Les travaux scientifiques de ses chercheurs ouvrent des pistes nouvelles pour l'interprétation de la consommation marchande dans nos sociétés et pour l'interprétation des comportements » (p. 10). Cette remarque permet à Simon Langlois d'apporter un complément d'information à la question que nous soulevons tout en l'amenant à se demander s'il n'existe finalement pas une « école du Crédoc », comme il y a une école de Francfort en terme de critique sociale ou une école de Chicago en terme de sociologie urbaine. Réflexion faite, il estime que le Crédoc est plus une « entreprise originale de recherche par son capital de connaissances accumulées. [Ses] publications scientifiques et [ses] études illustrent parfaitement comment la théorie fait parler les données et comment, en retour, l'empirie aide à revoir la théorie » (p. 242).
- 3 Notons toutefois que, l'ouvrage étant préfacé par Robert Rochefort et publié dans la collection « Petite bibliothèque du Crédoc », on doute que l'auteur ait été en mesure de produire une étude suffisamment objective sur l'histoire des recherches sociologiques conduites pendant près d'un demi-siècle par cet observatoire, au point de dévoiler au lecteur les éventuelles lacunes dans les méthodologies usitées et/ou dans l'interprétation des résultats qui leur incombent. Quand bien même, l'originalité de sa

démarche a donné à cette attrayante rétrospective une dimension empirico-théorique qui sait éveiller la curiosité et, au vu des mutations pressenties des pratiques de consommation futures, le Crédoc ne manquera vraisemblablement pas de les scruter dans leurs moindres retranchements et nous saurons, une fois n'est pas coutume, en apprécier l'exégèse.

AUTEURS

STÉPHANIE HUREZ

CREM, université Paul Verlaine-Metz, stephanie.hurez@wanadoo.fr